



**CÁMARA DE
COMERCIO DE
BUCARAMANGA**
Creemos en Santander

CONOCER PARA TRANSFORMAR

**DIAGNÓSTICO
SOCIOECONÓMICO
DE SANTANDER**



**Turismo
Consciente y
Sostenible**

Cámara de Comercio de Bucaramanga

www.camaradirecta.com

Centro de Información Empresarial

Informacion.empresarial@camaradirecta.com

DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO DE SANTANDER

COMITÉ DIRECTIVO

Juan Carlos Rincón Liévano, Presidente Ejecutivo

Paola Andrea Arenas Parra, Vicepresidente Competitividad Regional y Entorno para los Negocios

Juan Hernando Puyana Valdivieso, Director Ejecutivo Comisión Regional de Competitividad e Innovación de Santander

Anyella Patricia Fuentes Romero, Directora de Regionalización

EQUIPO TÉCNICO

Ismael Estrada Cañas, Director Centro de Información Empresarial

Horacio Alfonso Cáceres Trisancho, Director de Perfilamiento

Saida Lorena Avellaneda Silva, Economista

María Paula Macías Granados, Economista

Edward Ramírez Lucena, Economista

María Paula Vargas Antolínez, Economista

Claudia Patricia Navas Cáceres, Profesional de apoyo Centro de Información Empresarial

Diana Carolina González Rueda, Profesional de apoyo Centro de Información Empresarial

Turismo Consciente y Sostenible

En las últimas décadas, el turismo¹ ha experimentado un crecimiento sostenido y una profunda diversificación de su oferta que lo han convertido en un motor del desarrollo socioeconómico de países y regiones. La actividad turística constituye hoy una de las principales fuentes de la renta nacional y es uno de los renglones más importantes dentro del comercio internacional de servicios². De hecho, a pesar de la debacle generada por la pandemia de COVID-19³, el volumen actual de negocios de este sector en el mundo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, alimentos o automóviles.

El turismo tiene un positivo efecto multiplicador intersectorial que genera impactos directos, indirectos e inducidos en la balanza de pagos, en el nivel de inversión, en el fortalecimiento de la infraestructura física y tecnológica, en el desencadenamiento de procesos de innovación e internacionalización y en el consumo intermedio en actividades relacionadas con transporte, alojamiento, gastronomía, entretenimiento y comercio de productos locales; lo que a su vez repercute en el nivel de empleo, en la reducción de la pobreza y, en último término, en el bienestar social.

No obstante, para que los territorios capitalicen estas potencialidades de forma más eficiente es preciso minimizar los posibles efectos negativos de la acción antrópica. Por tal razón, el Estado debe promover políticas e instrumentos de apoyo para lograr un turismo inteligente, competitivo, responsable,

sostenible y accesible para todos. Un turismo que contribuya a la conservación de los recursos naturales y el patrimonio arquitectónico y cultural, que consolide una conciencia turística medioambiental para valorizar el territorio y que dignifique a las comunidades mediante el mejoramiento de su calidad de vida.

En Colombia, el desarrollo del sector ha sido evidente durante las últimas décadas. Entre 1995 y 2019 los ingresos del turismo en el país pasaron de USD 887 millones (alrededor del 0,96% del producto interno bruto) a más de USD 6.780 (cerca del 2,1% del PIB). Así mismo, la dinámica del consumo turístico se ha fortalecido. Hace 25 años un visitante que llegaba al país gastaba una media de USD 619 durante su estadía, mientras que antes del estallido de la pandemia cada visitante gastó en promedio USD 1.497 en sus vacaciones en el territorio nacional.

En 2020 la actividad turística sufrió una fuerte contracción (71%) debido a las medidas de aislamiento social que buscaban detener el coronavirus. Ese año las ventas del sector solo alcanzaron los USD 1.960 millones, que representan el 0,72% del PIB. Sin embargo, el sector ha logrado reactivarse rápidamente y ha jalonado la recuperación de la economía nacional. En 2021 el valor agregado del sector registró un crecimiento de 59,7% respecto a 2020 y un aumento de 15,6% respecto a 2019.

¹ De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

² De acuerdo con el Consejo Mundial para Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), si se suman sus efectos directos, indirectos e inducidos, el turismo representa en promedio el 9,8% del PIB mundial.

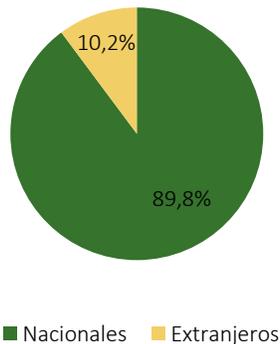
³ El último Barómetro del Turismo Mundial de la OMT indica que las llegadas de turistas internacionales casi se triplicaron de enero a julio de 2022 (+172%) en comparación con el mismo periodo de 2021, lo cual significa que el sector se situó al 57% de los niveles anteriores a la pandemia.

Panorama regional del turismo en Santander

Santander, como destino turístico sostenible de talla mundial, ofrece una amplia variedad de atributos que resultan atractivos para los visitantes nacionales y extranjeros. Sus paisajes, clima, terrenos montañosos y recursos hídricos, entre muchos otros, convierten al departamento en un destino ideal para quienes buscan disfrutar en escenarios naturales y ecológicos.

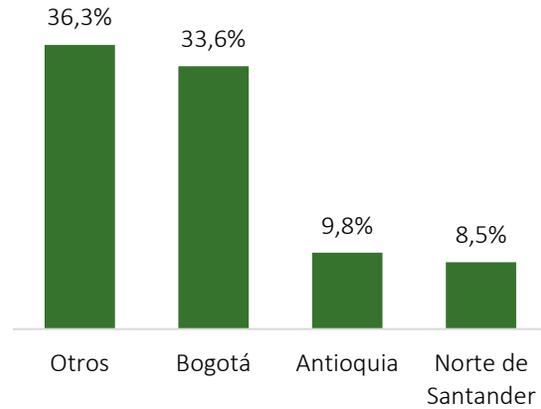
Las estadísticas del Sistema de Información Turística de Santander (SITUR) correspondientes al año 2019 muestran que el 89,8% de los turistas eran de origen nacional, mientras que el 10,2% eran extranjeros (ver gráfico 1). Estas cifras muestran que en Santander la proporción de visitantes provenientes del extranjero es superior al promedio nacional. De los turistas nacionales, el gráfico 2 muestra que la mayor proporción proviene de Bogotá, Antioquia, Norte de Santander y Boyacá. Entre tanto, los visitantes internacionales que más frecuentan Santander son de Estados Unidos, Venezuela, España, Francia y Alemania.

Gráfico 1. Proporción de visitantes nacionales y extranjeros a Santander.



Fuente: SITUR.

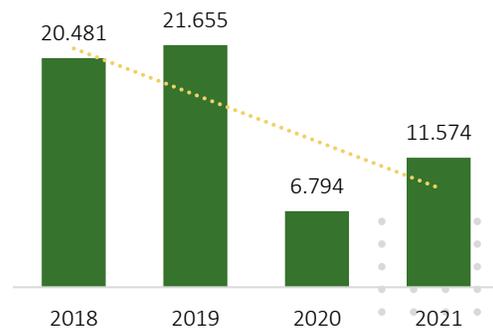
Gráfico 2. Origen de los visitantes nacionales a Santander.



Fuente: SITUR.

El número de turistas extranjeros que llegan a Santander tuvo un crecimiento importante hasta 2019, cuando superaban los 21.600 visitantes. Sin embargo, en 2020 se registró una disminución superior al 68% por cuenta de las restricciones a la movilidad internacional que buscaban contener la pandemia. En 2021 este rubro se fue recuperando paulatinamente, pues al final del año su crecimiento alcanzó algo más del 70%. No obstante, en términos absolutos, en 2021 hubo alrededor de 10.000 visitantes extranjeros menos que en el periodo de prepandemia.

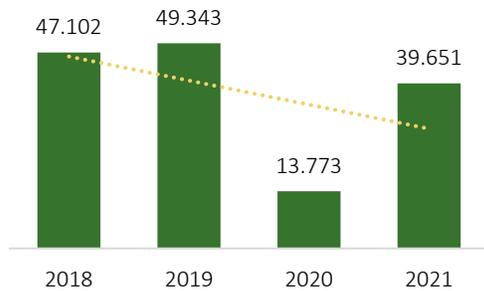
Gráfico 3. Visitantes extranjeros no residentes en Santander.



Fuente: SITUR.

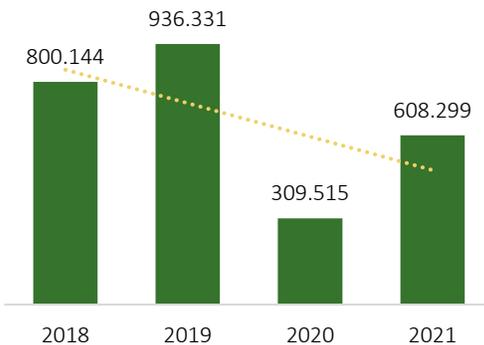
Como era de esperarse, la llegada de pasajeros aéreos nacionales e internacionales en vuelos regulares al departamento registró una disminución considerable después levantadas las medidas de aislamiento obligatorios en el país. Ya en 2021 este rubro tuvo un aumento importante debido a la normalización de la movilidad, inducida por la reducción de los contagios, la efectividad de la vacunación y el distanciamiento social voluntario, lo cual incrementó la confianza de los visitantes y favoreció la dinámica del turismo. Sin embargo, al final del año los flujos de pasajeros internacionales terminaron 19% más bajos que en 2019, y 35% por debajo de la cifra reportada en 2019 en el caso de los pasajeros nacionales.

Gráfico 4. Llegada de pasajeros aéreos internacionales en vuelos regulares a Santander.



Fuente: SITUR.

Gráfico 5. Llegada de pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares a Santander.



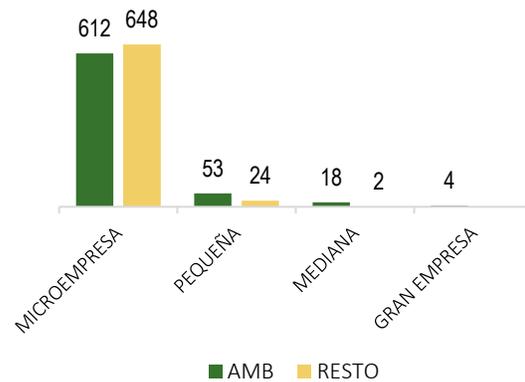
Fuente: SITUR.

El tejido empresarial turístico

La demanda de servicios turísticos crea oportunidades de negocio y, por tanto, promueve la creación de empresas en el departamento. Esto es importante porque mejora la productividad y diversifica las fuentes de ingreso para las comunidades receptoras de los diferentes municipios con atractivo turístico.

De acuerdo con el Registro Nacional de Turismo (RNT), en el primer semestre de 2022 Santander contaba con 1.361 empresas inscritas en este sector. De este tejido empresarial el 50,5% están ubicadas en el área metropolitana de Bucaramanga, mientras que el restante 49,5% se ubican en las demás provincias, especialmente en Guanentá y Comunera. Así mismo, la estructura empresarial del sector en el departamento es eminentemente microempresarial, pues el 92,6% son empresas micro que dinamizan la economía de la región y generan oportunidades de empleo.

Gráfico 6. Tipos de empresas en Santander - 2022.



Fuente: Registro Nacional de Turismo.

Los datos del RNT también indican que, en el sector, la mayor proporción de empresas se concentra en el renglón de alojamiento

turístico (50,9%), seguido de agencias de viaje (32,6%) y viviendas turísticas (13,4%). Sin embargo, el caso de las empresas de transporte automotor es un tanto notable, pues a pesar de registrar solo el 0,96% del total de negocios del sector, sus ventas totales en 2021 fueron las segundas más altas en volumen, superado solo por el alojamiento turístico.

Figura 1. Número de empresas y ventas totales en Santander.

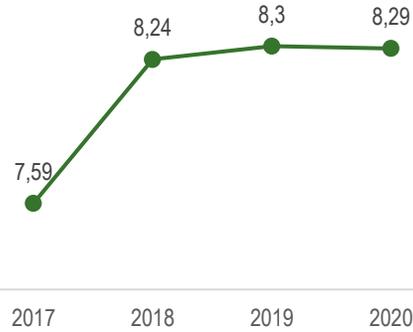
Establecimientos de alojamiento turístico 741 Ventas: \$ 664.502.000.000	Agencias de viajes 475 Ventas: \$ 52.510.921.398	Viviendas turísticas 195 Ventas: \$ 5.931.683.113
Empresas de transporte terrestre automotor 14 Ventas: \$ 52.899.048.546	Oficinas de representación turística 13 Ventas: \$ 908.620.095	Establecimientos de gastronomía 12 Ventas: \$ 3.704.032.111
Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones 3 Ventas: \$ 5.159.243.668	Empresas captadoras de ahorro para viajes 1	Parque temáticos 1 Ventas: \$ 6.000.000

Fuente: Registro Nacional de Turismo.

Turismo y generación de empleo

El turismo es un catalizador natural para la generación de empleo. Una proporción importante de la fuerza laboral activa del departamento se encuentra vinculada con actividades propias de la industria de viajes de turismo, transporte, artesanías, gastronomía y cultura. El gráfico 7 muestra cómo el empleo en actividades turísticas se ha consolidado como una de las principales fuentes de empleo en Santander.

Gráfico 7. Empleo en turismo como proporción de la ocupación total en Santander.



Fuente: Centro de Pensamiento Turístico - Colombia.

La participación del turismo en el empleo durante los años 2017 a 2020 ha tenido un comportamiento creciente en el departamento de Santander, beneficiando a la comunidad de la región. El impacto del turismo en este sector mejora las oportunidades laborales de las familias, lo cual contribuye al acceso a mejores ingresos, mejorando en gran medida la calidad de vida de la comunidad.

Competitividad turística departamental

Uno de los instrumentos que establece lineamientos para mejorar la competitividad y calidad de vida en Santander es el Plan Regional de Competitividad (PRC) 2018 - 2032, el cual busca que Santander logre la inserción a la economía internacional a través de sus empresas altamente competitivas y productivas logrando un desarrollo territorial más equilibrado y equitativo.

Mediante el pilar desarrollo territorial el PRC tiene como objetivo mejorar la competitividad turística de Santander a través de estrategias de gestión integral revalorizando el territorio y la identidad santandereana, así lograr ser uno de los tres departamentos con mejor puntaje en el Índice de Competitividad Turística Regional y lograr una contribución mínima del 3% del sector turismo al PIB departamental.

Tabla 1. Iniciativas turismo y territorio.

Iniciativas turismo y territorio	Gobernanza turística departamental
	Promoción turística: promocionar Santander como destino turístico.
	Competitividad y productividad de los atractivos y prestadores de servicios turísticos

Fuente: Comisión Regional de Competitividad en Innovación de Santander.

Dentro del PRC se destaca la protección del patrimonio histórico cultural arquitectónico y natural que protege los intereses de los habitantes de la región, conservando, respetando y generando impulso a costumbres gastronómicas, festivales y artesanías que también llaman la atención de los visitantes. Se identifica la necesidad de implementar un sistema robusto de información y promoción turística nacional e internacional a través de un portal web que permita tener información actualizada de temas relacionados con el turismo, también la ejecución de un programa de formación de capital humano que capacite a trabajadores en gestión turística de calidad y certifique el dominio de una segunda lengua logrando una mejor comunicación no solo con turistas nacionales sino también internacionales.

El Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (CPTUR) creó el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) “con el objetivo principal de registrar y medir los factores asociados a la competitividad de la actividad turística, cuyos resultados permitan a las autoridades departamentales, la priorización de las políticas y proyectos, encaminados a mejorar la situación competitiva del sector”.

El ICTRC permite identificar mediante criterios e indicadores que tan competitiva es una región respecto a otra, los criterios usados

son: económico, social, ambiental, cultural, infraestructura, empresarial, gestión de destino y estrategia de mercadeo.

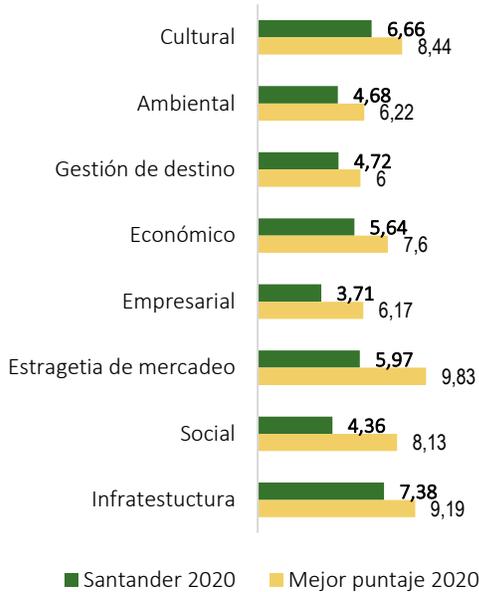
Tabla 2. Puntaje de Santander ICTRC.

Criterio	2019 (De 0 a 10)	2020 (De 0 a 10)	
Cultural	6,88	6,66	↓
Ambiental	4,40	4,68	↑
Gestión de destino	5,34	4,72	↓
Económico	5,86	5,64	↑
Empresarial	3,52	3,71	↓
Estrategia de mercadeo	6,45	5,97	↓
Social	4,65	4,36	↑
Infraestructura	7,34	7,38	
ICTRC	5,54	5,34	

Fuente: Centro de Pensamiento Turístico Colombia.

Santander en el 2020 ha disminuido el puntaje del ICTRC respecto al año anterior, obtuvo una reducción de 0,10 puntos, además los siguientes criterios obtuvieron el mismo comportamiento: Cultural que es la oferta e inventario de atractivos culturales, gastronómicos y festividades; Gestión del destino que aborda temas de planificación turística, inversión, recursos financieros y seguridad; Económico trata de demanda nacional e internacional, oferta, precios, ingresos generados y contribución al PIB; Estrategia de mercado se refiere a la capacidad del destino para gestionar sus mercados; finalmente, Social tiene que ver con la generación de empleo, las competencias del capital humano y los programas de capacitación y formación. Sin embargo, los criterios ambiental, empresarial e infraestructura han presentado un aumento.

Gráfico 8. ICTRC 2020, Santander vs mejor puntaje.



Fuente: Centro de Pensamiento Turístico Colombia.

El mejor puntaje del ICTRC en el 2020 lo obtuvo la ciudad de Bogotá, realizada la comparación con Santander se evidencia que en cada uno de los criterios Bogotá ha superado al departamento, la máxima diferencia se presenta en los criterios Estrategia de mercado y Social, cabe resaltar que Bogotá es la capital de Colombia y el primer destino al cual llegan los turistas extranjeros.

Figura 2. Puesto departamental ICTRC - Santander.

índice de competitividad turística	2016 (De 1 a 23)	2017 (De 1 a 24)	2018 (De 1 a 26)	2019 (De 1 a 31)	2020 (De 1 a 32)
	4	7	8	8	9

Fuente: Centro de Pensamiento Turístico Colombia.

El puesto departamental del ICRT se obtiene haciendo una respectiva comparación de los departamentos de Colombia, teniendo en cuenta el resultado de los indicadores de cada

criterio. Santander durante los años 2016 a 2020 ha estado entre los departamentos con mejor índice, alcanzando en el 2020 el 9no puesto siendo superado únicamente por Bogotá D.C, Valle del Cauca, Bolívar, Antioquia, Risaralda, Quindío, Atlántico y Caldas, cabe resaltar que al pasar los años son más los departamentos que hacen parte del ICRT iniciando en el 2016 con 21 departamentos y finalizando en el 2020 con 32.



CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA ©

www.camaradirecta.com

 informacion.empresarial@camaradirecta.com

@CCBucaramanga

