

Centro de Estudios para el
desarrollo y la Competitividad
CEDEC

Septiembre 2022

SERIE DE COYUNTURA ECONÓMICA

de Cartagena y Bolívar

Demografía empresarial y relevancia
económica del turismo en la jurisdicción de la
Cámara de Comercio de Cartagena en
tiempos del COVID-19

Por: Geraldine Ramos Romero
Juan Patiño Osorno
Katty Gómez Acevedo
José Sáenz Zapata



CEDEC

Comisión Regional
de Competitividad
e Innovación de
Cartagena y Bolívar



Cartagena de Indias Distrito Turístico y Cultural

SERIE COYUNTURA ECONÓMICA DE CARTAGENA Y BOLÍVAR No. 6

FECHA PUBLICACIÓN
Septiembre de 2022

ISSN: 2745-1755 (En línea)

CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO Y LA COMPETITIVIDAD – CEDEC

EDITORES

Gustavo Adolfo Herrera Sebá -Jefe de Investigaciones Económicas
José Alfonso Sáenz Zapata - Coordinador de Investigaciones

INVESTIGADORES

Geraldine Ramos Romero
Juan Patiño Osorno
Katty Gómez Acevedo
José Sáenz Zapata

Diseño de Mapas

Rafael Rodger Romero – Asistente en Sistemas de Información Geográfica

COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN DE CARTAGENA Y BOLÍVAR - CRCI

Roxana López Fernández – Gerente
Astrid Utría Payares – Coordinadora
Andrés Pabón Rivera – Asistente de Investigación

Diseño y diagramación

Maritza Buelvas

©Cámara de Comercio de Cartagena
Contacto: cedec@ccccartagena.org.co

Esta publicación se hace posible gracias al apoyo de:

Cámara de Comercio de Cartagena
Comisión Regional de Competitividad e Innovación de Cartagena y Bolívar - CRCI

Calle Santa Teresa N° 32-41
Cartagena de Indias, Colombia

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
1. DINÁMICA EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN CARTAGENA Y EL NORTE DE BOLÍVAR ...	5
1.1. TEJIDO EMPRESARIAL	5
1.2. MOVIMIENTO EMPRESARIAL	16
1.3. PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	21
2. ANÁLISIS DE LA DEMOGRAFÍA EMPRESARIAL DEL TURISMO EN LA JURISDICCIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA.....	23
2.1. TASA DE SUPERVIVENCIA	23
2.2. TASA DE CIERRE O LIQUIDACIÓN	28
2.3. NATALIDAD Y MORTALIDAD EMPRESARIAL	31
3. CONTEXTO Y RELEVANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO EN EL MARCO DE LA PANDEMIA.....	34
3.1. SECTOR DEL TURISMO EN UN CONTEXTO PREPANDEMIA	34
3.2. SECTOR DEL TURISMO EN EL CONTEXTO DE PANDEMIA	36
3.3. RECUPERACIÓN Y PROYECCIONES	37
4. PANORAMA DEL TURISMO EN COLOMBIA	39
4.1. COMPORTAMIENTO DE LAS INVERSIONES EXTRANJERAS EN EL SECTOR DEL TURISMO EN COLOMBIA: 2004 -2020	40
5. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA	45
5.1. MERCADO LABORAL	45
5.2. TRÁNSITO AÉREO	51
5.2.1. Salidas de pasajeros.....	51
5.2.2. Llegada de pasajeros	52
5.3. CRUCEROS	53
5.4. ALOJAMIENTO CONVENCIONAL Y OCUPACIÓN HOTELERA	55
6. OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO MEDIANTE PLATAFORMAS DIGITALES .	57
7. ANEXOS	63

INTRODUCCIÓN

La globalización ha permitido conectar cada lugar del planeta, favoreciendo el intercambio de bienes, servicios, conocimientos y facilitando la movilidad de factores y personas entre las diferentes naciones. Muñoz (2018) considera que este proceso multidimensional ha impulsado innegablemente el crecimiento y la consolidación del sector turístico internacional, que se evidencia en mayores flujos de personas y en oferta de conectividad, por lo que afirma que el turismo es uno de los fenómenos que mejor representan a la globalización.

La expansión del virus, el confinamiento y la incertidumbre derivada de la emergencia han marcado el comportamiento de las economías desde su inicio, siendo el sector del turismo uno de los más golpeados en este periodo (FMI, 2021). La pandemia también implicó el cambio en la forma como las personas toman decisiones entorno a viajes y vacaciones en esta época de la reactivación económica, para los cuales, la dimensión de sostenibilidad en los destinos y operadores se ha consolidado como un elemento clave de elección (Rivero, Hernández, Corral, & Navarro, 2020)

En este sentido, este documento, analiza el comportamiento del turismo con énfasis en la ciudad de Cartagena y el norte de Bolívar, teniendo en cuenta el contexto nacional e internacional, la relevancia económica del sector y las inversiones que se han realizado en la jurisdicción. De igual forma, se estudió la demografía empresarial del sector a través de sus principales indicadores como natalidad, mortalidad y supervivencia, desagregando las diferentes actividades que componen el clúster turístico. La investigación también cuenta con un análisis geoespacial de la oferta y demanda de servicios de alojamiento mediante plataformas digitales y la evolución de los principales indicadores turísticos de la ciudad, a partir de indicadores como el movimiento de pasajeros, la ocupación hotelera, la estructura del empleo e informalidad. Con el fin de contrastar el comportamiento del turismo antes, durante y después de la pandemia COVID-19, se utilizó como periodo de referencia el comprendido entre los años 2013 y 2021, lo que da vista del comportamiento de este importante sector en más de una década.

1. DINÁMICA EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN CARTAGENA Y EL NORTE DE BOLÍVAR

El clúster turístico de la ciudad de Cartagena se encuentra compuesto por diferentes actividades económicas definidas según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Bienes y Servicios – CIIU establecida por el DANE y la DIAN en su última versión 4 A.C. del año 2021, las cuales han sido divididas en seis grandes categorías que engloban características comunes. En este sentido, la categoría de **Transporte** se encuentra compuesta por *transporte de pasajeros férreo, marítimo y de cabotaje, fluvial, aéreo nacional y aéreo internacional*. Por su parte, la categoría de **Alojamiento** contempla actividades como *alojamiento en hoteles, apartahoteles, centros vacacionales, alojamiento rural, actividades de camping, entre otro tipo de alojamientos*. Así mismo, la categoría de **Restaurantes** se conforma por *expendios a la mesa de comidas preparadas, autoservicio de comidas preparadas, comidas preparadas en cafeterías, caterings, entre otros servicios de comidas*. En contraste, la categoría de **Bares** la conforma únicamente la actividad de *expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento*.

Por otro lado, se aborda la categoría de **Servicios turísticos** compuesta por actividades de *las casas de cambio, alquiler y arrendamiento de vehículos, actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, organización de convenciones y eventos comerciales, entre otros servicios*. Por último, la categoría de **Actividades Recreativas** es un conglomerado de las actividades de *espectáculos musicales en vivo, actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos, jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales, entre otras (Ver Anexo 1)*.

1.1. TEJIDO EMPRESARIAL

El tejido empresarial o stock de empresas hace referencia a todos los comerciantes, sean personas naturales o jurídicas inscritas en el Registro Mercantil y que tienen jurisdicción en la Cámara de Comercio de Cartagena, la cual está conformada por los 19 municipios del norte de Bolívar, específicamente en el ZODES Dique y Montes de María. Estos empresarios tienen domicilio principal, agencia o sucursal en esta región y desarrollan alguna actividad mercantil con ánimo de lucro y con matrícula activa, nueva o renovada a la última vigencia. De tal forma que en esta sección se analiza la evolución del stock de empresas existentes y la estructura empresarial o composición del sector por actividades y sus principales variables de análisis.

El crecimiento promedio del tejido empresarial total había alcanzado el 7% durante el período prepandemia (2013-2019), para después reducirse a una tasa promedio de 4% -incluyendo el impacto de la crisis sanitaria por COVID-19-, pasando de 25.235 empresas en 2013 a 34.239 en 2021. Por su parte, el turismo ha representado históricamente gran parte del stock empresas con una participación de más del 12% en los últimos 10 años, alcanzando un máximo de 17% en 2021, ubicándose sólo por debajo del sector comercio y constituyéndose como la apuesta más grande del departamento. Su

crecimiento promedio había sido del 11% hasta el año 2019, el más alto entre las apuestas productivas. Ya en la reactivación, la tasa alcanzó el 8,41%, duplicando el comportamiento del stock total.

La estructura empresarial turística estaba conformada en el año 2013 por 3.164 empresas y en el año 2021 por 5.709 empresas, lo que representa un aumento del 80% de su tejido. En la Gráfica 1 se observa el crecimiento constante del sector turismo, luego de la caída presentada en el año 2015 debido a una disminución de empresas en actividades recreativas del 7,14% y en bares de 3,79%. Entre los años 2016 y 2019 se evidenció un crecimiento promedio del 12,26%, el cual fue interrumpido con la llegada del COVID-19.

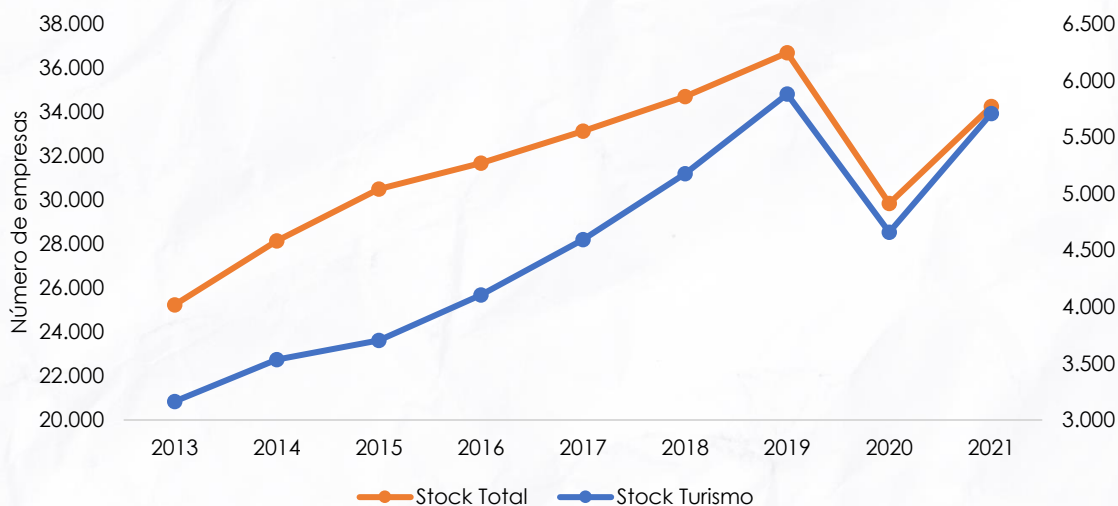
A pesar de los choques externos, el turismo de la región sigue siendo un sector resiliente y fuerte. Un claro ejemplo de ello fue que durante el año 2020, el stock empresarial total decreció 19%, mientras que, la caída del stock turístico fue mayor que en los demás sectores, aproximándose a -21%. Posteriormente, durante la reactivación económica, ya en el año 2021, el stock turístico se recuperó en un 22,5%, mientras que el stock total sólo lo hizo en 14,8%.

Así lo refleja una mirada más detallada de los datos empresariales. El total de comerciantes dedicados al turismo bajó de 5.879 en 2019 a 4.659 en 2020, lo que significó una pérdida de 1.220 empresarios del sector. Luego en 2021 se reactivaron 1.050 empresarios, alcanzando una cifra de 5.709 unidades, la cual aún se mantiene 3% inferior al registro antes de la pandemia.

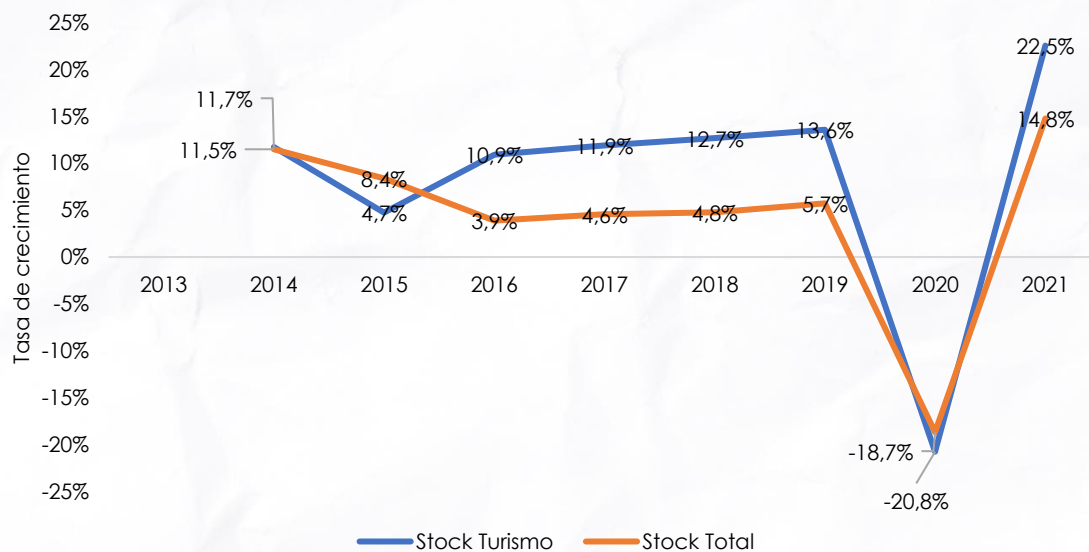
Por otra parte, el resto del stock sin incluir turismo pasó de 30.804 en 2019 a 25.175 en 2020 y luego a 27.530 en 2021, lo cual representó una pérdida de 5.629 empresarios y una reactivación de 2.355. De este modo, podemos indicar que aún falta 7% más de empresas para alcanzar los niveles reportados antes de la pandemia. En este orden de ideas, el impacto en el sector turístico fue proporcionalmente más alto, sin embargo, la recuperación fue mucho más rápida que en el resto de los sectores.

Gráfico 1. Evolución del stock de empresas total y del sector turístico, 2013-2021.

Número de empresas activas



Tasas de crecimiento del stock



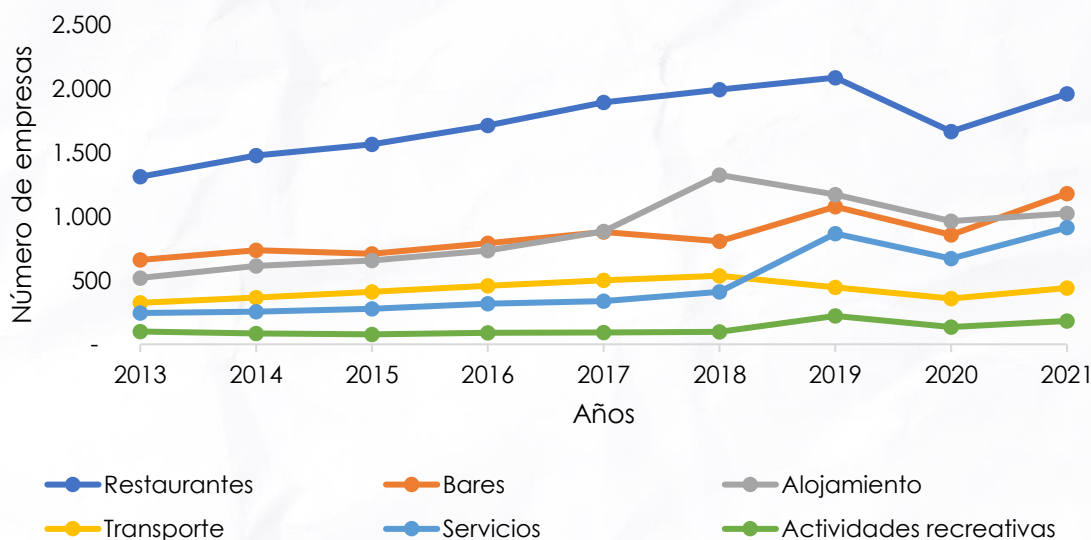
Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil CCC

A nivel desagregado, la dinámica varía un poco, el crecimiento era sostenido antes de la pandemia, excepto por una leve caída en el stock de bares y alojamiento durante los años 2018 y 2019 respectivamente. Las tasas de crecimiento superaron el 23% en caso de los servicios turísticos, 14% en alojamiento y actividades recreativas, 8% en restaurantes y bares y 5% en el caso de transporte. Durante la pandemia, los mayores perdedores, en su orden, fueron las actividades recreativas con una disminución del 39% de sus empresas activas, seguido por servicios con -22,5% y bares con el -20,5%. En términos absolutos, restaurantes perdió 422 comerciantes activos, bares 221 y alojamiento 208.

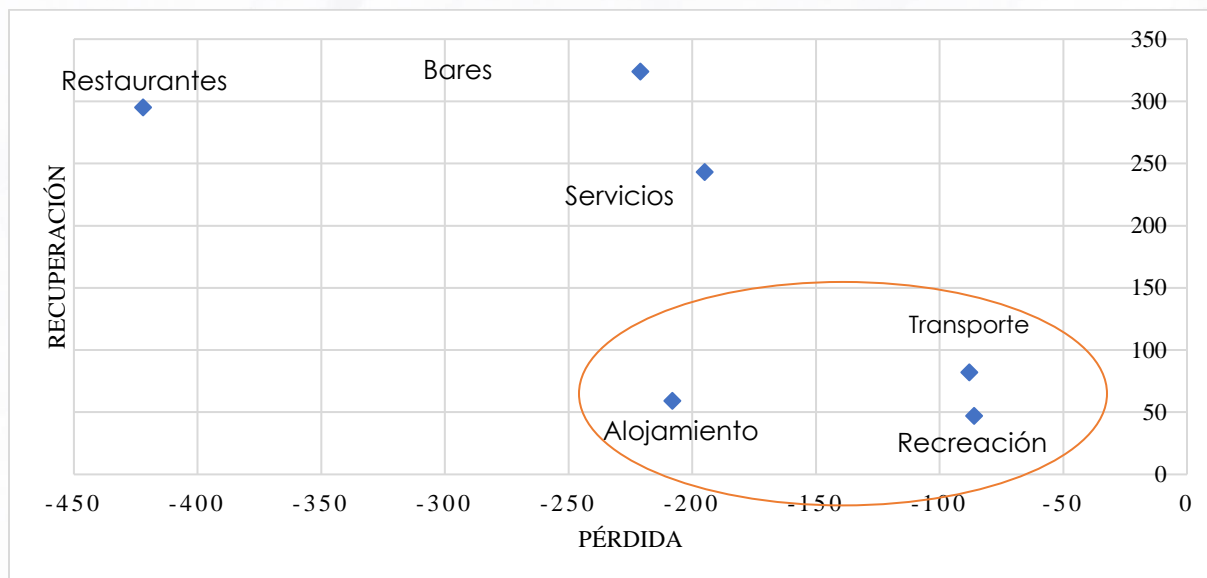
En un escenario postpandemia, los bares recuperaron 324 comerciantes y los servicios, recuperaron 243 comerciantes activos, superando los registrados antes de la pandemia. Restaurantes también recuperó gran parte de su stock perdido, pero aún sigue siendo 6% inferior al reporte de 2019. En cambio, actividades recreativas, alojamiento y transporte continúan como los subsectores más afectados, puesto que también son influenciados por situaciones coyunturales que limitan su capacidad de innovación, de modo que el camino hacia su reactivación puede ser más lento.

Gráfico 2. Evolución del stock de empresas del sector turístico según categorías, 2013-2021.

Número de empresas turísticas activas



Variación del stock turístico

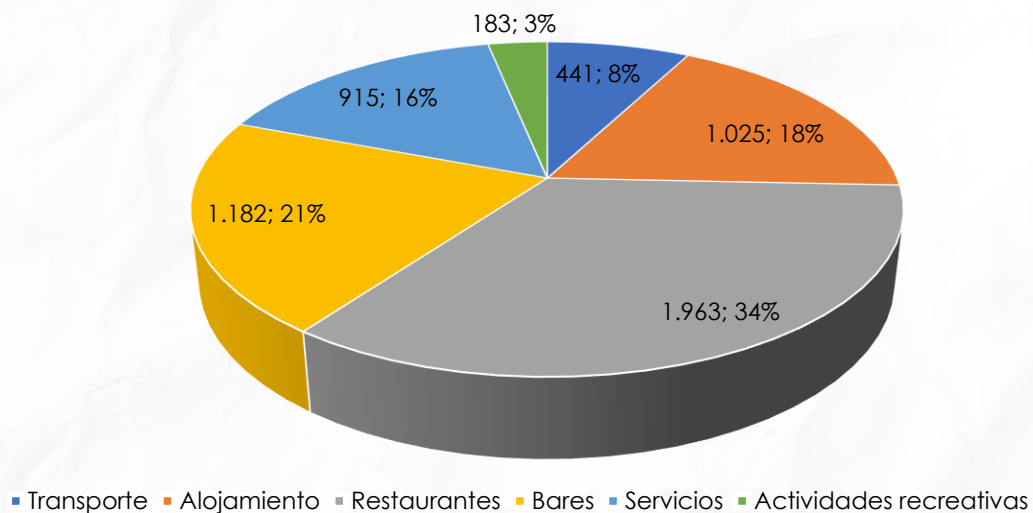


Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil CCC

A cierre del año 2021, el 93,8% de las empresas dedicadas al turismo, es decir 5.354, eran microempresas, el 4,9% pequeñas empresas y sólo el 1,3% estaba conformado por medianas y grandes empresas. De la misma manera, el 34% del tejido empresarial turístico, es decir 1.963 empresas de 5.709, eran restaurantes, 1.182 eran bares lo que equivale al 21% del sector. Un total de 1.025 empresas se dedican a actividades de alojamiento (18%) principalmente en hoteles. Seguido, se encuentra servicios con 915 empresas entre las que se destacan agencias de viaje, operadores turísticos y organización de convenciones y eventos comerciales. Finalmente, transporte y actividades recreativas aportaron con el 8% y 3% del stock total.

En Cartagena, la mayor parte de empresas turísticas se encuentran en la zona norte y occidental de la ciudad, principalmente en los barrios de Bocagrande, Centro, Getsemaní, Manga, La Boquilla, El Laguito, El Bosque, Crespo, Torices y San Diego, los cuales concentran el 42% del stock del sector. Precisamente, en estos barrios ubicados alrededor de la zona turística en la Localidad 1 Histórica y del Caribe Norte, predomina la categoría de alojamiento. En contraste, hacia la zona central, sur y oriental, cobran mayor importancia los restaurantes y bares.

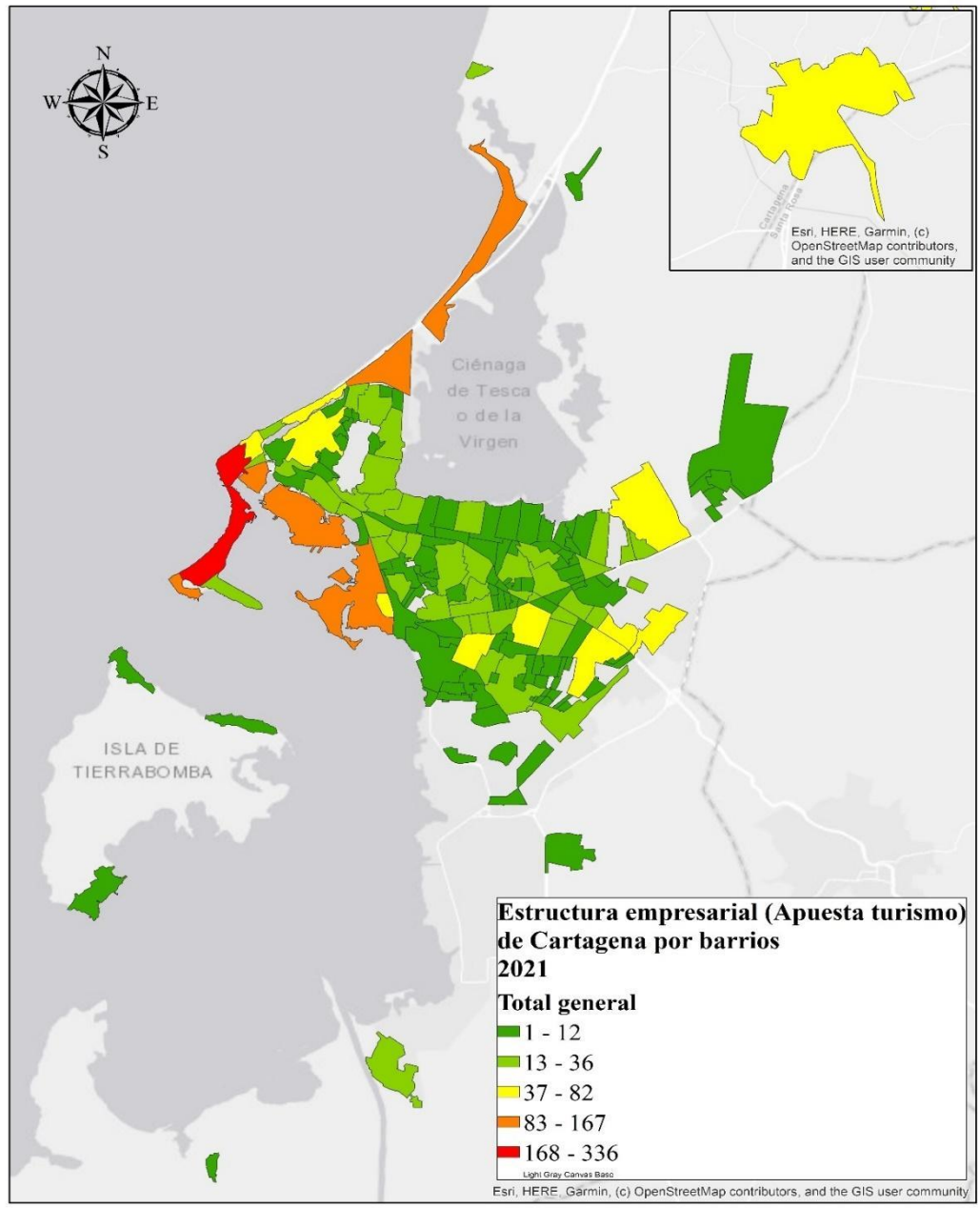
Gráfico 3. Composición del sector turismo según categorías, 2021.



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil CCC

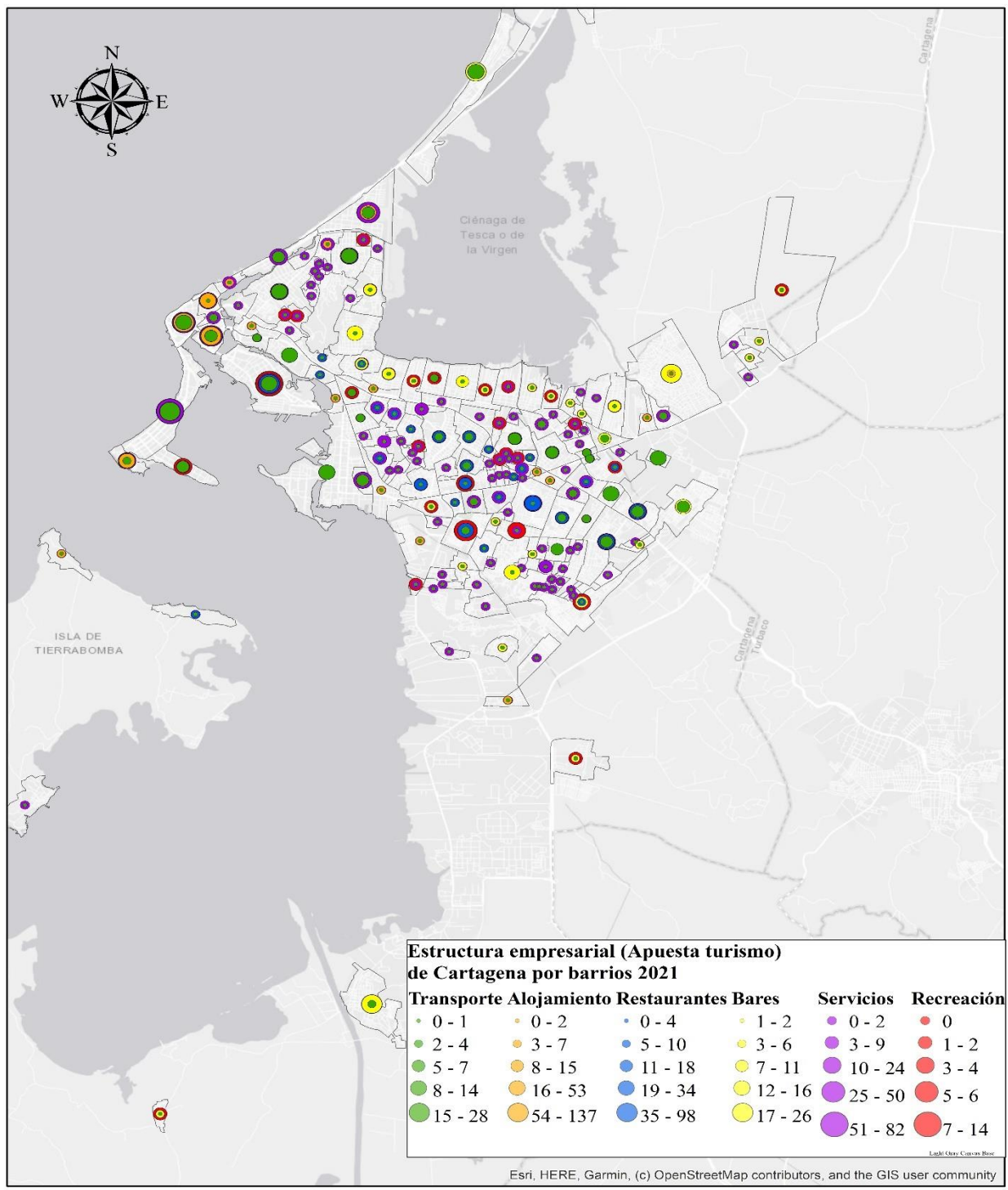
La ciudad cuenta con 14 grandes empresas turísticas, en su gran mayoría hoteles, entre los cuales se encuentra Hotel Santa Clara, Hotel Decameron, El Baluarte y Los Corales de Cartagena, también se encuentran 3 empresas de transporte, entre las que se destacan la operadora de transporte masivo Sotramac S.A.S., Transambiental S.A.S. y el servicio de transporte especial de Mamonal. Finalmente, se encuentran 2 empresas de servicios como operadores turísticos y actividades de reserva.

Mapa 1. Distribución de empresas turísticas en Cartagena según barrios, 2021.



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil CCC

Mapa 2. Distribución de empresas turísticas en Cartagena según categorías, 2021.

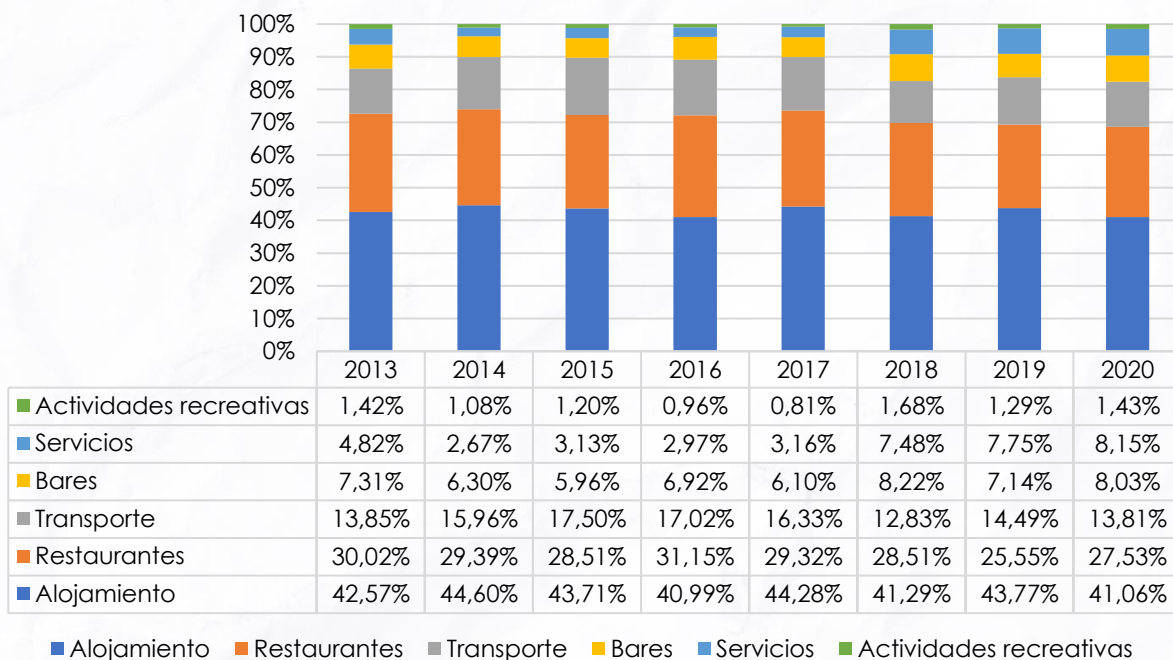


Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil CCC

Teniendo en cuenta la información financiera de la vigencia anterior suministrada por las empresas al momento de su inscripción y renovación de la matrícula mercantil, se registró que el empleo reportado en el sector entre el año 2013 y 2020 ha presentado un aumento del 48%, lo que significó la creación de 7.408 puestos adicionales. El crecimiento promedio del empleo generado por el turismo antes de la pandemia era del 7,3%, presentando las mayores tasas en los subsectores de servicios (16%), transporte (8%) y alojamiento (7,8%). Con la pandemia, la disminución del empleo total fue de 3,11%, jalonada por alojamiento y transporte que reportaron 943 y 263 empleados menos respectivamente. Contrario a lo anterior, los restaurantes y bares mostraron un aumento del empleo en 265 y 151 puestos de trabajo adicionales. Esta dinámica es coherente con el comportamiento del consumo de los hogares que favoreció el confinamiento y las medidas que se vieron obligados a tomar los establecimientos para no perder las ventas.

La actividad turística que generó mayor empleo fue el alojamiento, con un promedio de 43,78% del empleo total del sector durante el periodo 2013-2020. Seguido por restaurantes y transporte con el 28,16% y 15%, respectivamente. A pesar de lo anterior, el empleo predominante por unidad productiva es el autoempleo, es decir, aquella unidad productiva que contabilizó una persona en su registro, lo que corresponde al propietario del negocio.

Gráfico 4. Empleos reportados por las empresas activas en el sector turismo por grupos de actividad 2013-2020

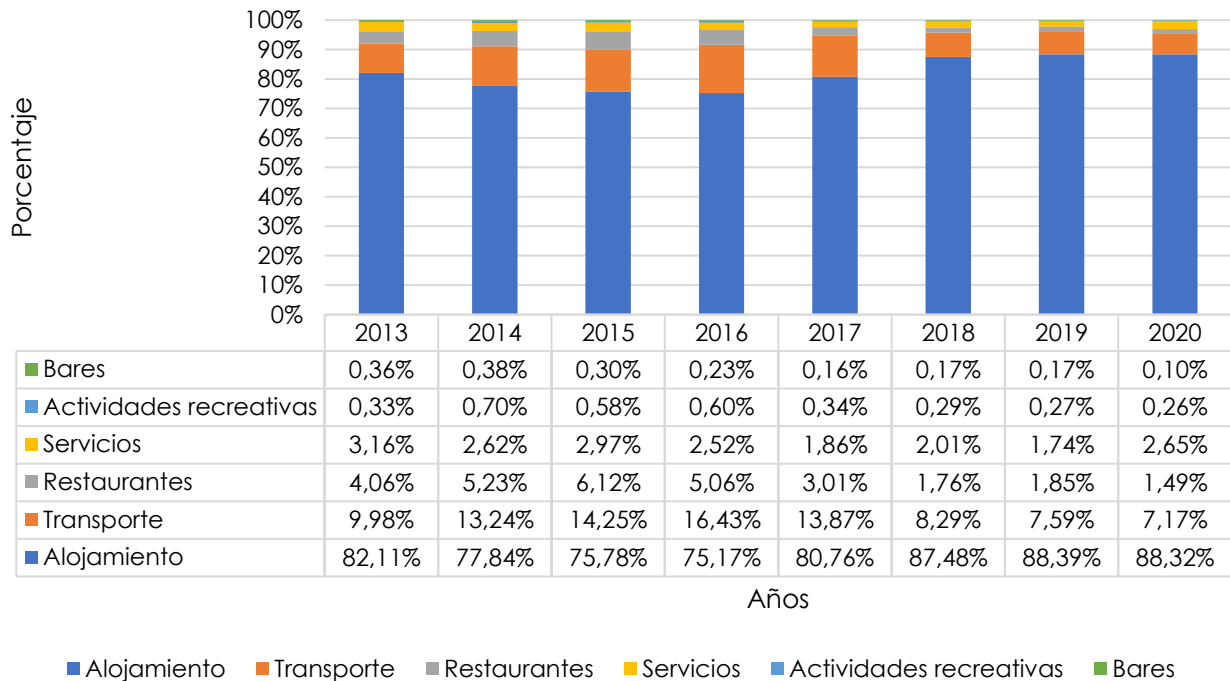


Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

Por otro lado, el valor total de los activos reportados en el sector turismo durante el año 2020, cuadruplicaron el monto registrado durante el periodo 2013 y 2020, es decir que aumentó el 337,8%. Comparativamente, se evidenció un aumento del 6,24% de los activos respecto al período prepandemia (año 2019), debido principalmente al incremento en los montos reportados por las actividades de servicios y alojamiento a cierre del año, con una variación de 62% y 6%, respectivamente. Durante la pandemia, el subsector que registró mayor disminución en el valor de sus activos fue bares, con una caída del 36%, equivalente a más de 5 mil millones de pesos, seguido de restaurantes con un decremento de 14% y más de \$22 mil millones.

Durante el periodo de análisis, la actividad de alojamiento contó con el mayor valor de activos, con participación promedio de 80% del total, seguida de la actividad de transporte. A cierre del año 2020, las actividades recreativas, restaurantes y servicios mostraron la menor participación, con tasas inferiores al 3%.

Gráfico 5. Activos reportados por las empresas del sector turismo por grupo de actividad, 2013-2020.



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

Por último, el valor de los ingresos reportados por las empresas del sector turismo aumentó 18,34% del 2013 al año 2020, con una tasa de crecimiento promedio anual de 13% antes de la pandemia. Luego, al comparar las estadísticas del año 2020 con el año 2019, se observó una disminución del 43,19% en los ingresos lo cual se debió a una caída de las ventas en todas las actividades de los sectores: bares (-61,7%), servicios (-58,4%), actividades recreacionales (-53,6%), alojamiento (-48,3%), restaurantes (-42,1%) y transporte (-22,2%).

Las actividades de alojamiento y transporte son las que mayores ingresos aportan al sector con una participación promedio en el periodo de análisis del 56,39% y 22,31%. Sin embargo, con la pandemia, las pérdidas en alojamiento superaron los \$483 mil millones y los \$116.4 mil millones en caso de los restaurantes.

Gráfico 6. Ingresos reportados por las empresas del sector turismo por grupo de actividad, 2013-2020.



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

1.2. MOVIMIENTO EMPRESARIAL

El movimiento empresarial, como su nombre lo indica, representa la dinámica del tejido o stock de empresas a partir de los cambios en la creación y liquidación de estas. Este indicador es muy sensible a situaciones coyunturales y factores tanto externos como internos que incluyen cambios normativos, tarifarios, choques puntuales e incluso expectativas según el contexto socioeconómico y político de la región.

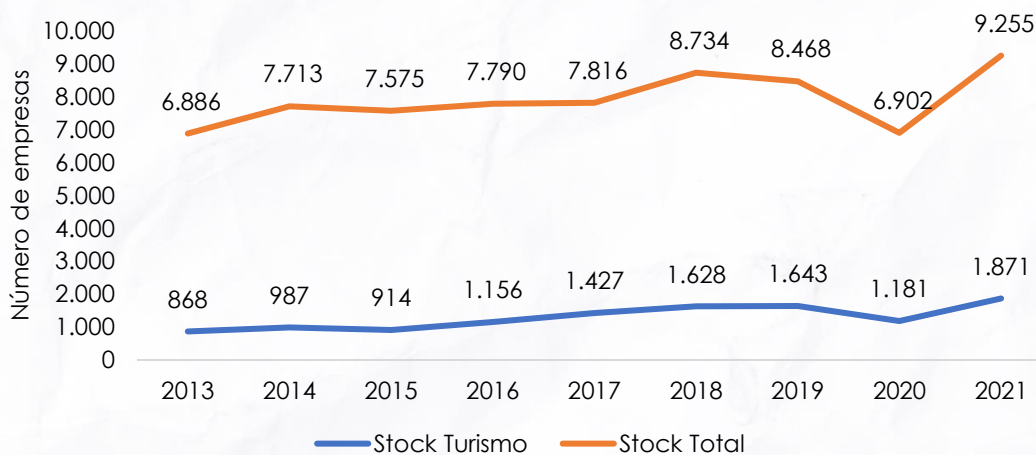
El emprendimiento en el norte de Bolívar crecía a una tasa promedio anual de 5% en todos los sectores durante el período 2013-2021, mientras que en el sector turístico la tasa de crecimiento alcanzaba el 14%, impulsada por restaurantes y bares. Con la pandemia, las tasas promedio bajaron a 3,8% y 10% respectivamente, impactando de mayor manera en el turismo, debido a una reducción de 28% en la creación de empresas turísticas en el año 2020 respecto a 2019, mientras que en las aperturas totales fueron 18% menores en el periodo de referencia.

No obstante, cabe resaltar que en el año 2021, el número de empresas turísticas constituidas legalmente aumentó 58%, en comparación con el incremento del 34% en el emprendimiento total, significando una recuperación satisfactoria del sector, incluso superior a los niveles prepandémicos. Lo anterior, es concordante con la evolución

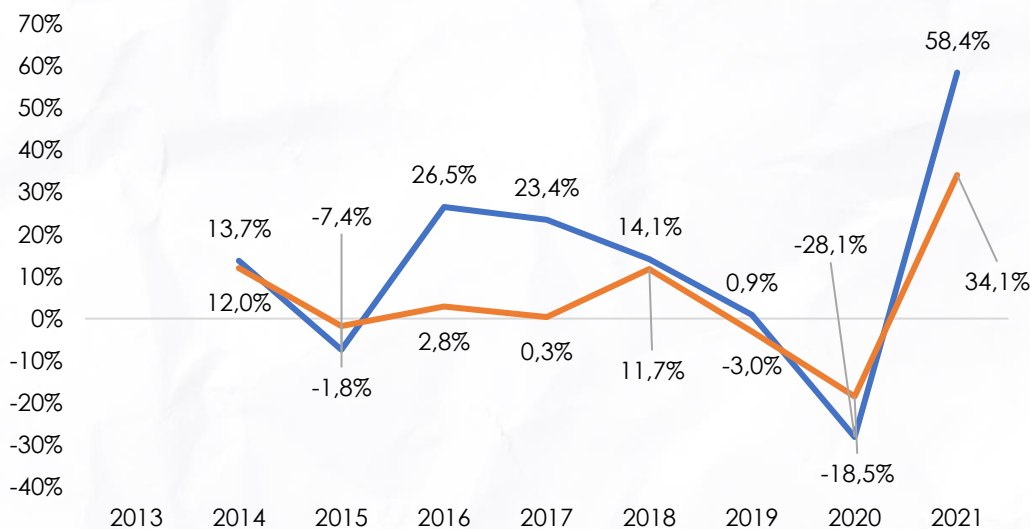
intersectorial del tejido empresarial explicada en la sección anterior, pero cuyo stock sigue mermado no por efecto de la creación de empresas sino por la disminución de las renovaciones de la matrícula mercantil, que tienen mayor peso dentro del stock existente.

Gráfico 7. Creación total de empresas y del sector turístico, 2013-2021.

Número de empresas creadas



Tasas de crecimiento

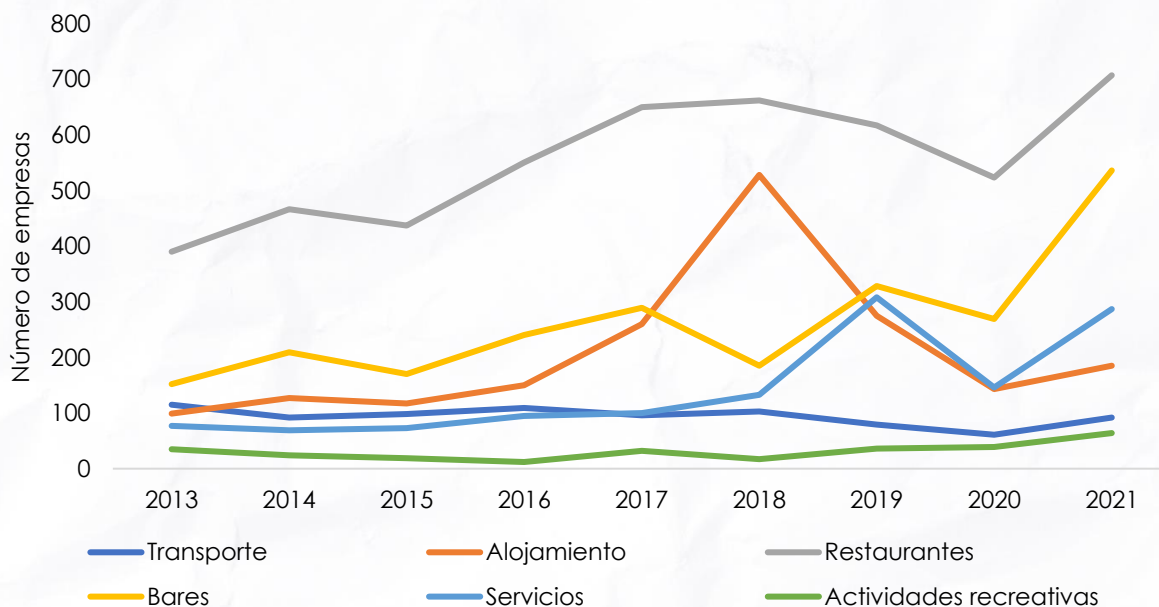


Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

Por subsectores el 38% del emprendimiento se concentra en restaurantes con 707 matrículas nuevas, seguido de bares con 536 empresas creadas en 2021 y participando con el 29% del sector. De hecho, son los bares y servicios quienes han sostenido el mayor crecimiento promedio durante los últimos 9 años, con una tasa superior al 23%.

Con la pandemia el número de empresas creadas en servicios bajó en 162 unidades, así como para alojamiento que registró 132 empresas creadas menos. Estos subsectores fueron y siguen siendo los más afectados por la emergencia económica y sanitaria, en cambio, el resto de las actividades mejoraron sus niveles de emprendimiento incluso mejorando sus registros anteriores a esta coyuntura, principalmente bares, cuyo número de empresas nuevas pasó de 328 en 2019 a 536 en 2021.

Gráfico 8. Creación total de empresas turísticas según actividades, 2013-2021.



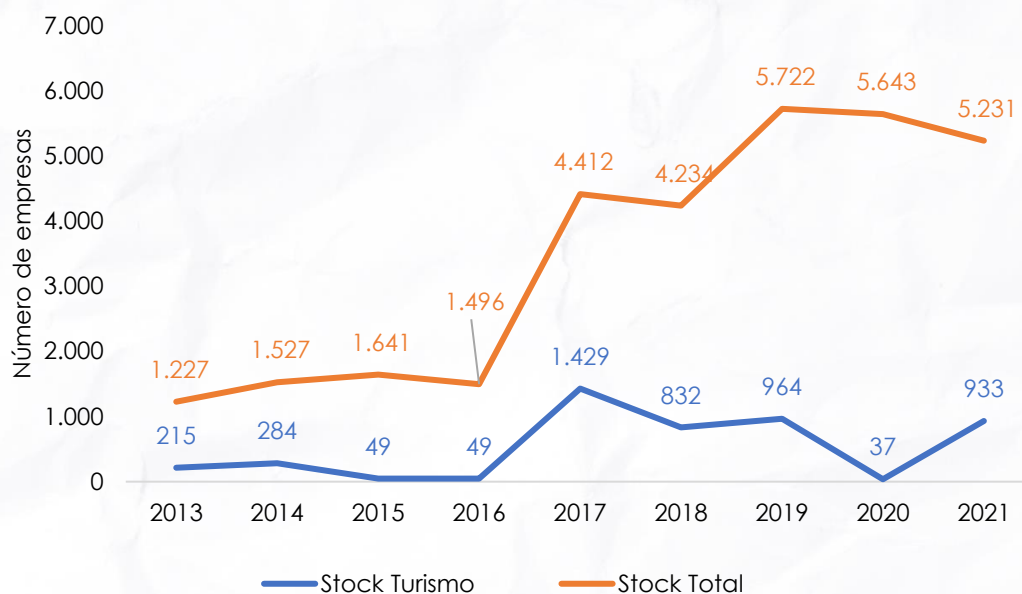
Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

Por otra parte, la liquidación de empresas siguió un comportamiento más favorable salvaguardada por las medidas de apoyo del gobierno para proteger al empresario a través de cambios tarifarios y de beneficios como el subsidio a la nómina que favorecieron a varias empresas del sector, principalmente de alojamiento.

De igual forma, se observó como en la región algunos establecimientos como restaurantes y bares cerraron temporalmente, congelaron el pago de la renovación más conservaron su antigüedad, innovaron para sostener sus ventas mediante plataformas digitales y redes sociales, cambiaron de domicilio o se aliaron con otros negocios similares para reducir sus costos fijos; lo cual permitió bajar el impacto sobre el cierre de empresas y que se refleja de manera más rezagada.

La senda de cancelación de empresas ya venía en un incremento paulatino debido a un cambio normativo que se introdujo con la Ley 1727 de 2014 en relación con la cancelación de empresas que no renovaran su matrícula mercantil durante 5 años consecutivos. En el año 2021, respecto al período de prepandemia (2019) bajó el cierre en alojamiento, pero se incrementó en bares al pasar de 198 a 258, es decir 60 cierres adicionales.

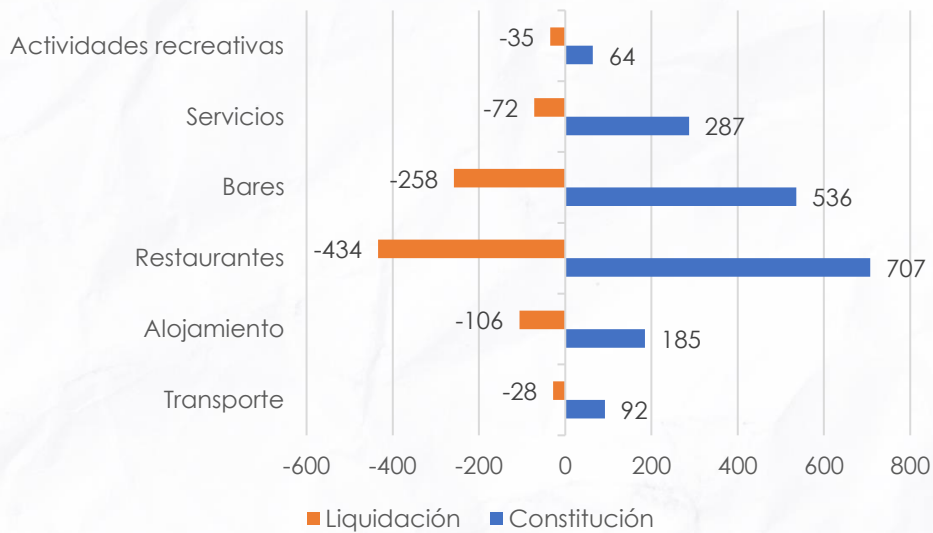
Gráfico 9. Cancelación total de empresas y del sector turístico, 2013-2021.



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

En consecuencia, el movimiento empresarial deriva en cifras positivas ya que la creación supera la liquidación de empresas, siendo más alto en bares, restaurantes y servicios, con una entrada neta entre 200 y 300 empresas durante el año 2021.

Gráfico 10. Movimiento empresarial del sector turístico, 2013-2021.

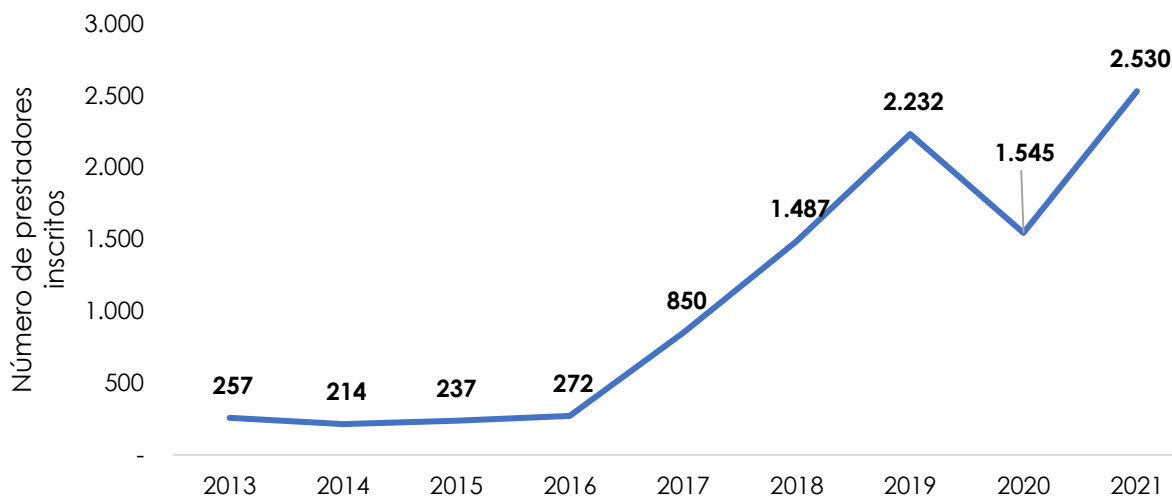


Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

1.3. PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Hacen referencia a todo comerciante que desempeña una actividad turística y que está inscrito en el Registro Nacional del Turismo-RNT. En el período 2013-2021, el total de prestadores turísticos creció 33% al pasar de 257 a 2.530. Durante la pandemia se presentaron 687 inscritos menos, impulsados por la disminución de alojamiento turístico y agencias de viajes. En Cambio, para 2021 se presentó un incremento de 64% en el total de inscritos al RNT, al sumar 897 nuevos establecimientos de alojamiento, superando así los registros prepandémicos. El 81% de estos inscritos, es decir 2.061, pertenecen a la categoría de alojamiento donde se incluyen establecimientos de hospedaje y otros tipos no permanentes, así como viviendas turísticas.

Gráfico 11. Prestadores de servicios turísticos inscritos, 2013-2021.



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

Tabla 1. Prestadores turísticos inscritos por categorías, 2013-2021

Categoría	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Agencia de viajes	73	38	55	68	94	134	353	229	293
Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional		1	4	1	3	7	13	4	7
Bares									3
Compañía de intercambio vacacional									1
Concesionarios de servicios turísticos en parque				1				1	1
Empresa de tiempo compartido y multipropiedad	1	1	1		1	1	4	1	
Empresa de Transporte Terrestre automotor	3	2	4	6	5	19	19	16	6
Empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos				2			2	1	
Establecimiento de gastronomía y similares	33	29	16	21	39	17	58	58	79
Establecimientos de alojamiento turístico	123	129	111	146	678	1.272	1.680	1.164	2.061
Guía de Turismo	5		23	11	21	23	36	29	46
Oficina de representación turística	10	7	14	5	4	9	42	31	21
Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones	8	7	9	10	5	4	25	10	11
Parques temáticos				1		1		1	1
Usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas	1								
Total general	257	214	237	272	850	1.487	2.232	1.545	2.530

Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

2. ANÁLISIS DE LA DEMOGRAFÍA EMPRESARIAL DEL TURISMO EN LA JURISDICCIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA

En esta sección se analiza los principales indicadores de demografía empresarial en los distintos sectores relacionados con el turismo en la Jurisdicción de la Cámara de Comercio de Cartagena, entre los años 2013 y 2021. Inicialmente, se describe el método empleado para estos análisis, y luego, se presentan los resultados para el sector.

2.1. TASA DE SUPERVIVENCIA

La supervivencia hace referencia al conjunto de empresas que continúan operando en cada uno de los períodos siguientes a su creación (Eurostat - OECD European Commission, 2007). Así, se toma como referencia el número de empresas nuevas o creadas en un período determinado como año base y el conjunto de éstas que siguen activas en los años posteriores¹ (Confecámaras, 2019).

Existen diversos factores que limitan la entrada de nuevas empresas al mercado, tanto internos como externos, y que también pueden afectar su permanencia, los cuales van más allá de la competencia y los fenómenos coyunturales, tales como la disponibilidad de recursos y mano de obra, la resiliencia a choques externos, la capacidad para innovar e incrementar el valor de la empresa, la facilidad de acceso a créditos financieros que garanticen sus estados de liquidez y solvencia, entre otros determinantes intrínsecos. Además, la supervivencia estará determinada por la composición de las estructuras empresariales del territorio donde se desarrollen, conformadas predominantemente por personas naturales, startups y microempresas con baja formación de capital e inversión. Estos aspectos generan un tejido empresarial vulnerable a situaciones de riesgo y por tanto con mayores probabilidades de inactividad o cancelación (CEDEC, 2020).

¹Una empresa se considera activa si ha renovado su Registro Mercantil consecutivamente durante cada año del período de referencia o análisis, incluyendo como el primer año como año base, es decir, en este caso, la referencia fue el número de comerciantes principales legalmente constituidos durante el año 2013 y desde allí se asumen como sobrevivientes aquellas empresas que han renovado consecutivamente entre los años 2014 a 2021 por cada subsector.

Este indicador se expresa de la siguiente manera:

$$TS = \frac{\varphi_{i,t>1}}{\varphi_{i,t=1}}$$

Donde,

TS: Es la tasa de supervivencia

$\varphi_{i,t=1}$: Número de empresas creadas del sector *i* en el tiempo *t*, o año inicial

$\varphi_{i,t>1}$: Número de empresas creadas del sector *i* en el tiempo *t* = 1 (año inicial), que siguen activas en un periodo posterior al año inicial.

En 2013, existían en el registro un total de 883 unidades empresariales creadas en los diferentes sectores relacionados con el turismo -Alojamiento, Restaurantes, Bares, Actividades recreativas, Servicios-. De estas empresas, a cierre de 2021, sólo se encontraban activas 102, es decir un 12%.

Cabe mencionar que la Tasa de supervivencia decrece paulatinamente con el tiempo, pero se reduce de manera notable desde el primer año de existencia de las empresas, puesto que apenas el 48% de las empresas turísticas decide renovarse durante el año siguiente.

Hacia el quinto año, solo la quinta parte se sostiene activa en el mercado, mientras que las demás se han ido cancelando de forma voluntaria o automática por depuración del registro, o bien sobreviven en la inactividad si se amparan en algunas normas que cobijan a las sociedades o también pueden perder su antigüedad y beneficios al engrosar la informalidad.

Como puede verse en la Gráfica 12, la tasa de supervivencia también ha venido decreciendo para cada uno de los subsectores. No obstante, este comportamiento ha sido heterogéneo. En 2014, el 64% de las empresas del subsector de Alojamiento seguían activas, mientras que en Actividades recreativas la tasa fue menor (31%). En 2021, los subsectores que registraron la Tasa de supervivencia más altas fueron Servicios y Alojamiento, con 25% y 22% respectivamente, en tanto que, Bares (8%) y Actividades recreativas (6%) tuvieron los peores desempeños.

Los subsectores que estuvieron por encima de la media de supervivencia en 2021, calculada en 12% -la cual fue de por sí muy baja- fueron Alojamiento (22%) y Servicios (25%), por el contrario, subsectores como Restaurantes, Transporte, Bares y Actividades recreativas, reportaron tasas por debajo del promedio, entre 6% y 9%.

Gráfico 12. Tasa de supervivencia según sectores económicos

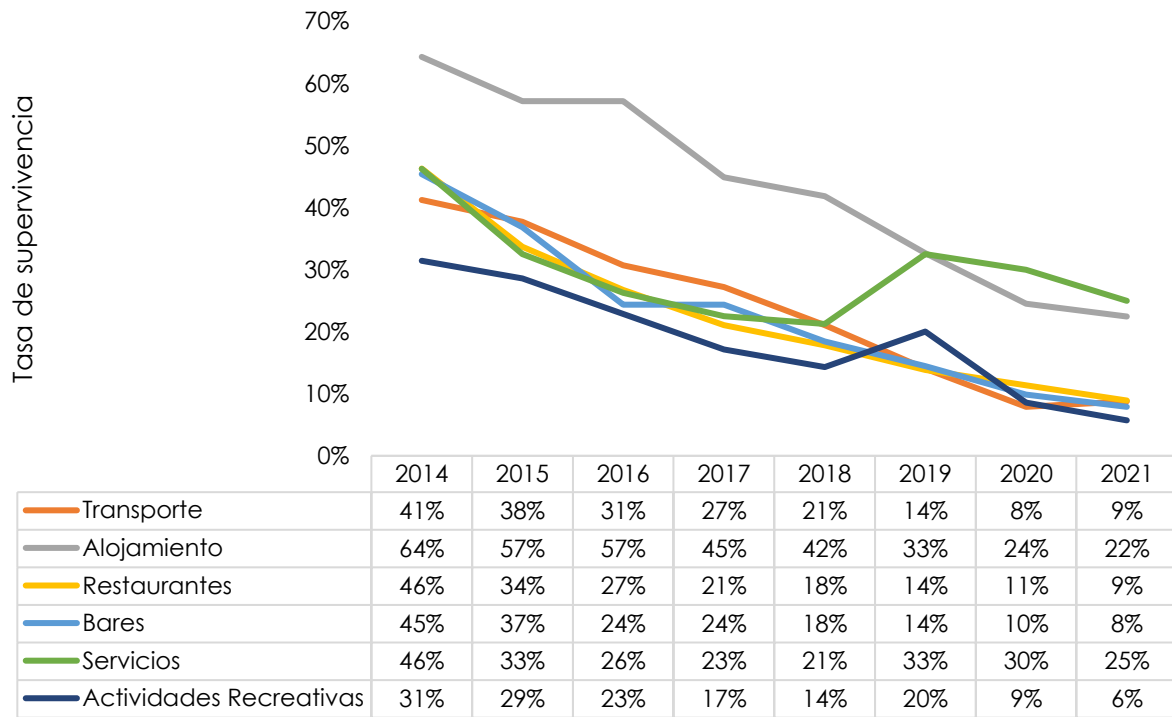
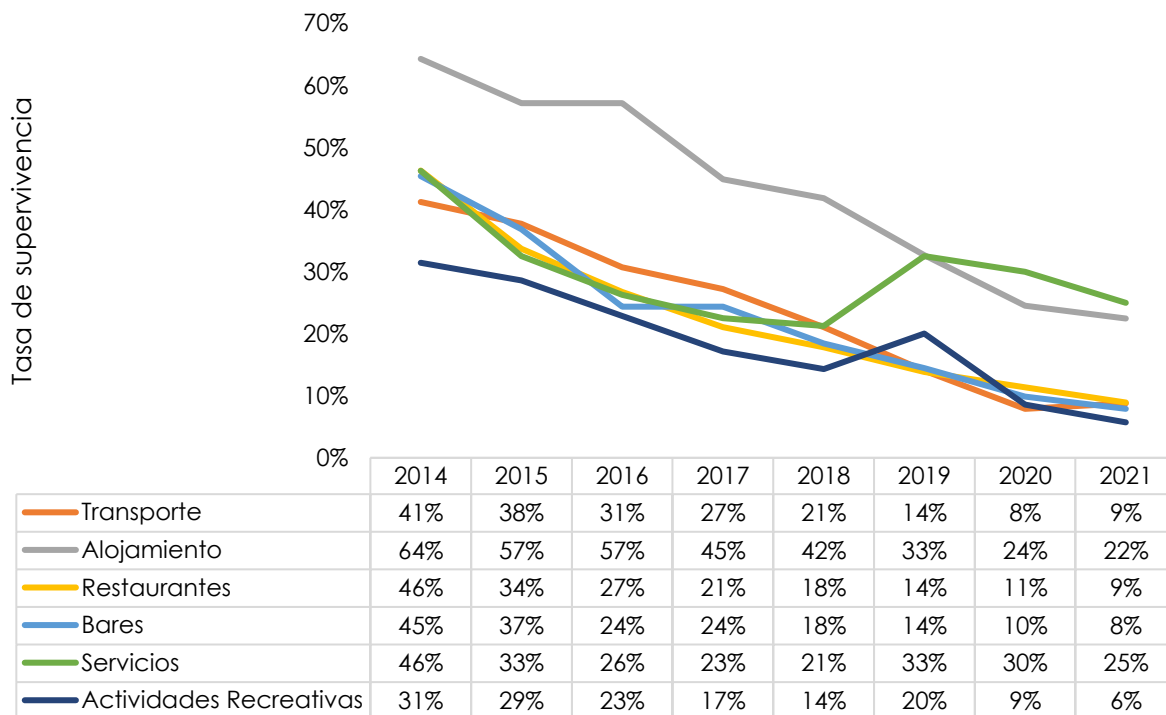


Gráfico 13. Tasa de supervivencia según sectores económicos



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

Desagregando un poco más, a nivel de códigos CIIU cuatro dígitos (CIIU vigente en 2013), los subsectores que evidenciaron los mayores niveles de supervivencia a corte de 2021 fueron *Organización de convenciones y eventos comerciales* con 38%, seguido por *Actividades de las agencias de viajes* (35%), *Alojamiento rural* (33%), *servicios por horas* (33%), *Transporte fluvial de pasajeros* (33%), *Alojamiento en hoteles* (29%) y *Actividades de operadores turísticos* (26%). En tanto, los subsectores que tuvieron las menores tasas de supervivencia en 2021 y que a la vez registraron el mayor número de empresas creadas en 2013, fueron: *Expendio de comidas preparadas en cafeterías; Catering para eventos; Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje; Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores; Expendio por autoservicio de comidas preparadas, entre otros* (Gráfica 13, Anexo 1)

Gráfico 14. Tasa de supervivencia según subsectores económicos



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

2.2. TASA DE CIERRE O LIQUIDACIÓN

Por su parte, la tasa de liquidación se puede expresar de la siguiente manera:

$$TL = \frac{\gamma_{i,t>1}}{\varphi_{i,t=1}}$$

TL : Es la tasa de liquidación

$\varphi_{i,t=1}$: Número de empresas creadas del sector i en el tiempo t , o año inicial

$\gamma_{i,t>1}$: Número de empresas liquidadas en el sector i en un tiempo posterior al año inicial $t=1$.

Es decir que esta tasa indica la proporción total de empresas canceladas en un determinado período posterior a su creación en un año base, teniendo en cuenta el comportamiento acumulado de las cancelaciones en los años siguientes. Así, al finalizar el año 2021, se obtendrá el porcentaje total de empresas que se crearon en el año 2013 (año base) y se han cancelado a la fecha de corte.

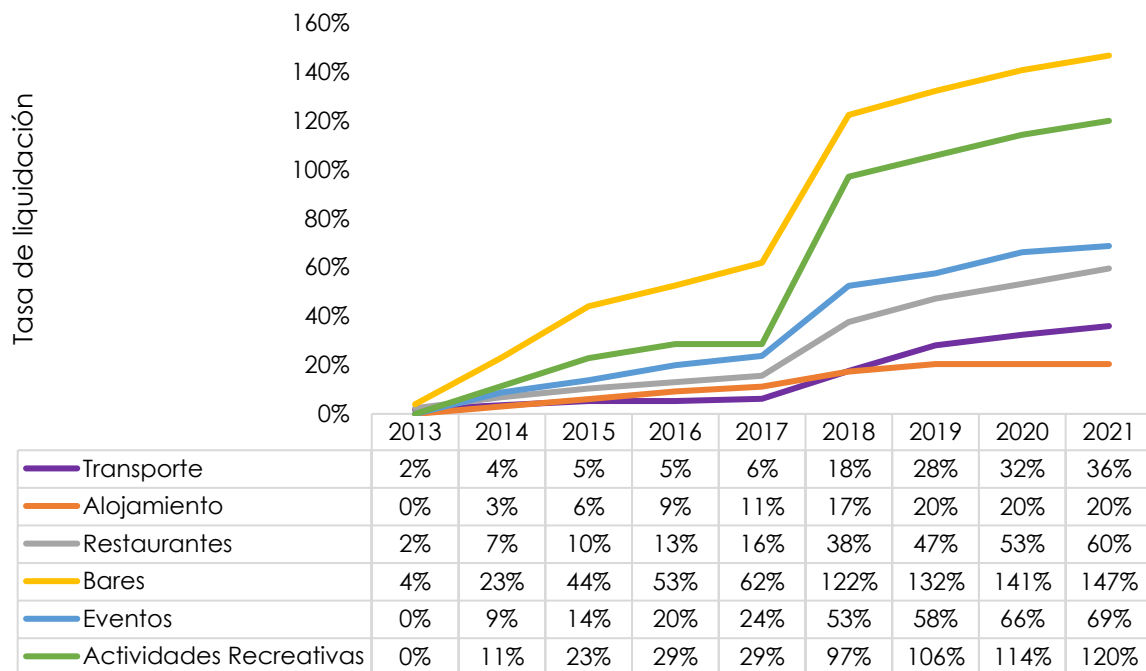
En consecuencia, con la disminución de la Tasa de Supervivencia, es notable, un aumento de la Tasa de Liquidación de las empresas. De este modo, en 2013 se habían creado 883 unidades económicas en las actividades relacionadas con el turismo, luego, en el periodo 2014 -2021, se había registrado una liquidación acumulada de empresas de 621, si se tiene en cuenta los cambios de actividad principal de las empresas entre un año y otro (aquella que genera mayor ingreso), indica que el total de cancelaciones del periodo en mención, pesaron un 70% en el total de empresas creadas en 2013.

Los subsectores que menor Tasa de liquidación registraron en 2021 fueron, Alojamiento con 30%, seguido por Transporte (36%). Por su parte, los subsectores con mayor Tasa de liquidación fueron Bares (147%) y Actividades recreativas (120%). Como puede notarse, hay una concordancia, por subsectores, entre la Tasa de Supervivencia y la Tasa de Liquidación, ya que a mayor Tasa de Supervivencia, menor Tasa de Liquidación.

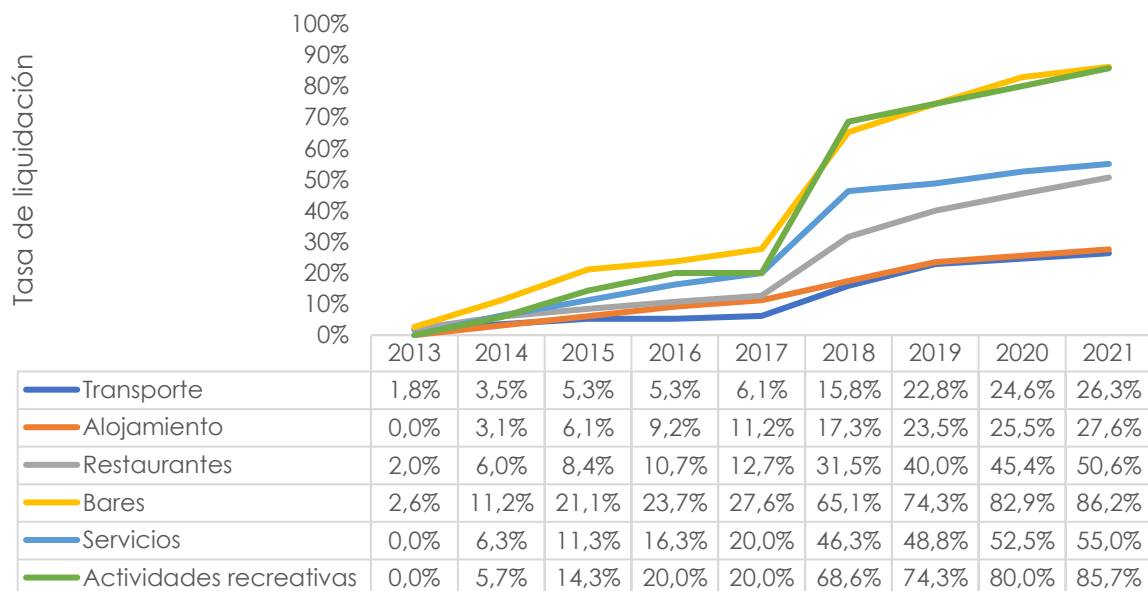
Si por el contrario, se elimina el efecto de los cambios de actividad principal y se incluye la condición de que se conserve la actividad inicial al momento de su creación, se obtiene de igual manera que alojamiento y transporte mantienen la menor tasa de liquidación con menos del 28%, mientras que actividades recreativas y bares alcanzan un porcentaje de cancelación superior al 85%.

Gráfico 15. Tasa de cancelación según sectores económicos

a) Incluye cambios de actividad principal



b) No incluye cambios de actividad principal

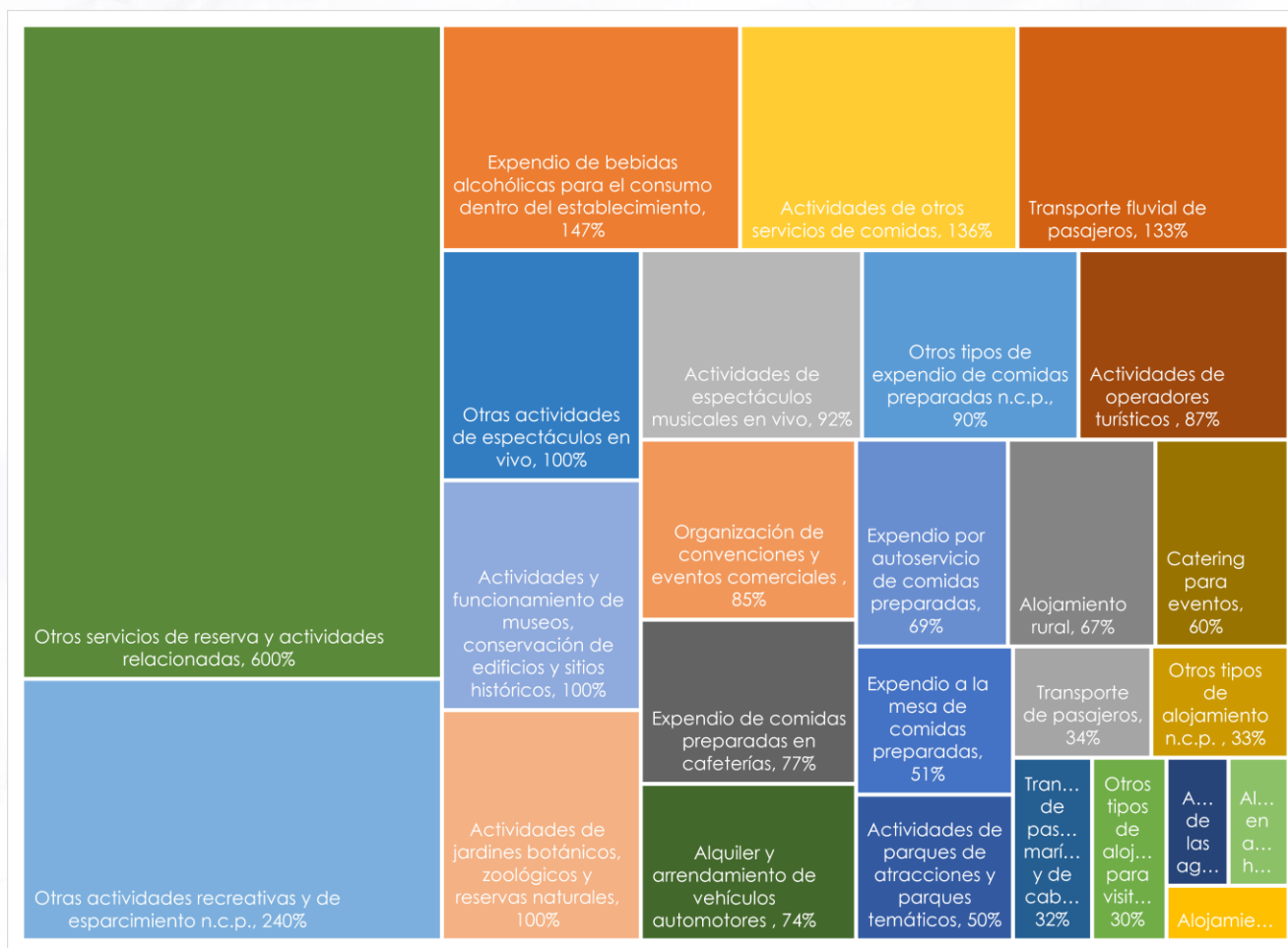


Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

Más detalladamente, por códigos CIIU (Vigente de 2013), los sectores que tuvieron las mayores Tasas de liquidación y que a la vez tenían en 2013 un mayor número de empresas creadas fueron, entre otros: *Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento; Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.; Actividades de operadores turísticos; Expendio de comidas preparadas en cafeterías; Catering para eventos* (Gráfica 15, Anexo 2).

Por su parte, algunos de los sectores que tuvieron las menores Tasas de liquidación y a la vez un número interesante de empresas creadas en 2013 fueron: *Expendio a la mesa de comidas preparadas; Transporte de pasajeros; Alojamiento en hoteles; Otros tipos de alojamientos para visitantes; Actividades de las agencias de viajes; Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje*; entre otros.

Gráfico 16. Tasa de liquidación según subsectores económicos



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

2.3. NATALIDAD Y MORTALIDAD EMPRESARIAL

La tasa de natalidad indica el porcentaje de creación de empresas durante un año específico respecto al stock existente en el año anterior, asumiendo como nacimientos, sólo aquellas empresas que se han inscrito en el Registro Mercantil por primera vez y excluyendo las entradas o reactivaciones de empresas que estuvieron inactivas y se renovaron posterior a 3 años consecutivos.

$$TN = \frac{\gamma_{i,t}}{\varphi_{i,t-1}}$$

TN: Es la tasa de natalidad

$\gamma_{i,t}$: Número de empresas creadas del sector i en el año t

$\varphi_{i,t-1}$: Número de empresas activas en el sector i en un año inmediatamente anterior al año t=1.

La tasa de mortalidad, en cambio, indica la proporción de cancelación de empresas en determinado año, con relación al stock de empresas existente en el año anterior.

$$TM = \frac{\gamma_{i,t}}{\varphi_{i,t-1}}$$

TM: Es la tasa de mortalidad

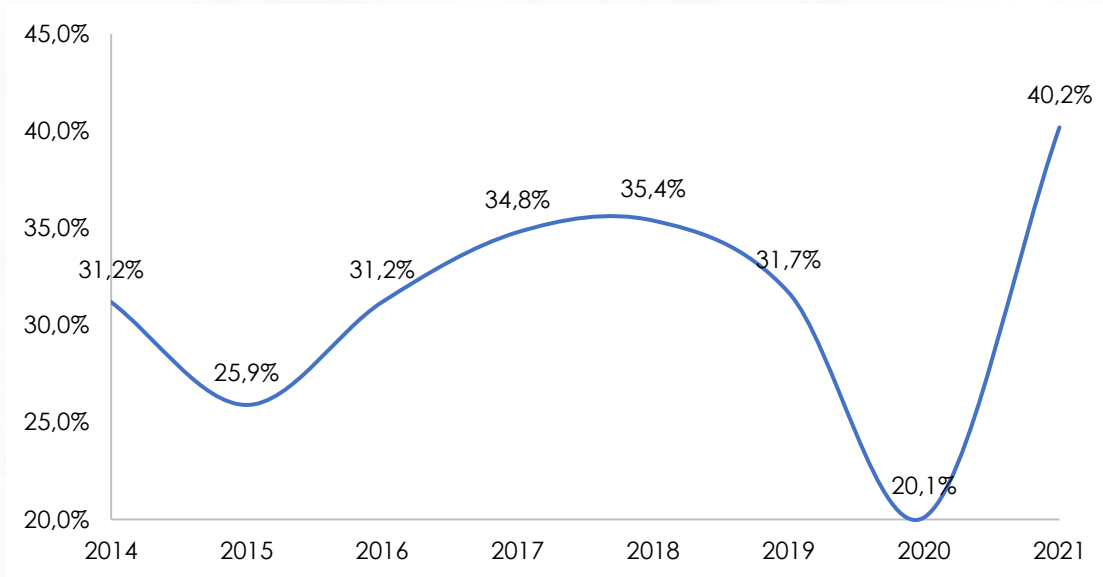
$\gamma_{i,t}$: Número de empresas canceladas del sector i en el año t

$\varphi_{i,t-1}$: Número de empresas activas en el sector i en un año inmediatamente anterior al año t=1.

Los resultados muestran que simultáneamente las tasas de natalidad y mortalidad empresarial más bajas se registraron durante la pandemia en el año 2020, debido a la incertidumbre ocasionada por la crisis sanitaria, la cual cuestionó las decisiones de los empresarios favoreciendo una posición más precavida. Durante el año 2021, la tasa de natalidad alcanzó el valor más alto del período, ubicándose en 40,2%, ya que se presentó un incremento en el emprendimiento incentivado por la reactivación económica, mientras que el stock de empresas existente se encontraba mermado por el impacto del COVID-19.

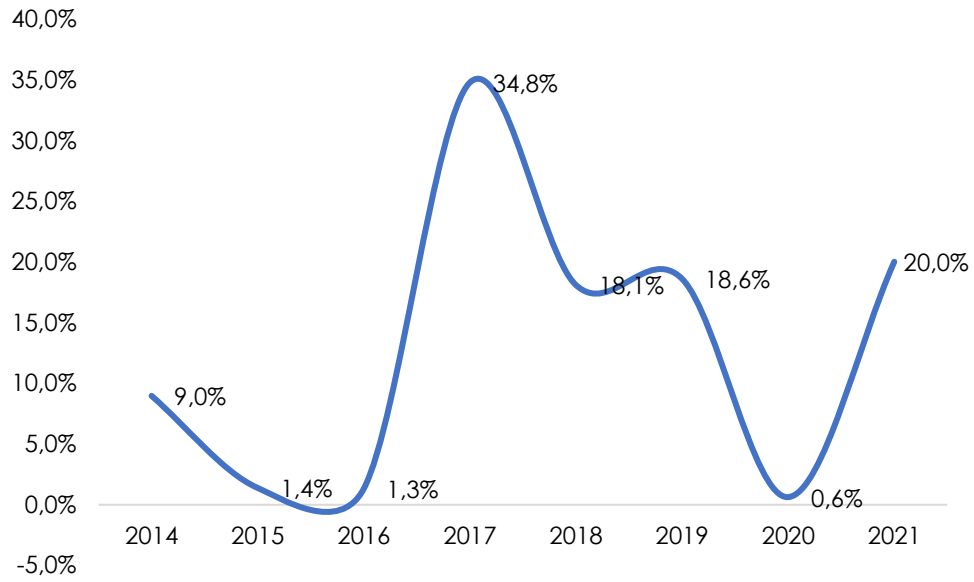
Por otra parte, la tasa de mortalidad empresarial fue de 20% en el año 2021, lo que significa una tasa de entrada neta de 20%, es decir, por cada 100 empresas activas en el mercado durante la pandemia, se crearon adicionalmente 40 empresas y se cancelaron 20, lo que representa un ingreso neto de 20 empresas nuevas al aparato productivo durante el año 2021.

Gráfico 17. Tasa de natalidad empresarial



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

Gráfico 18. Tasa de mortalidad empresarial



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en Registro Mercantil

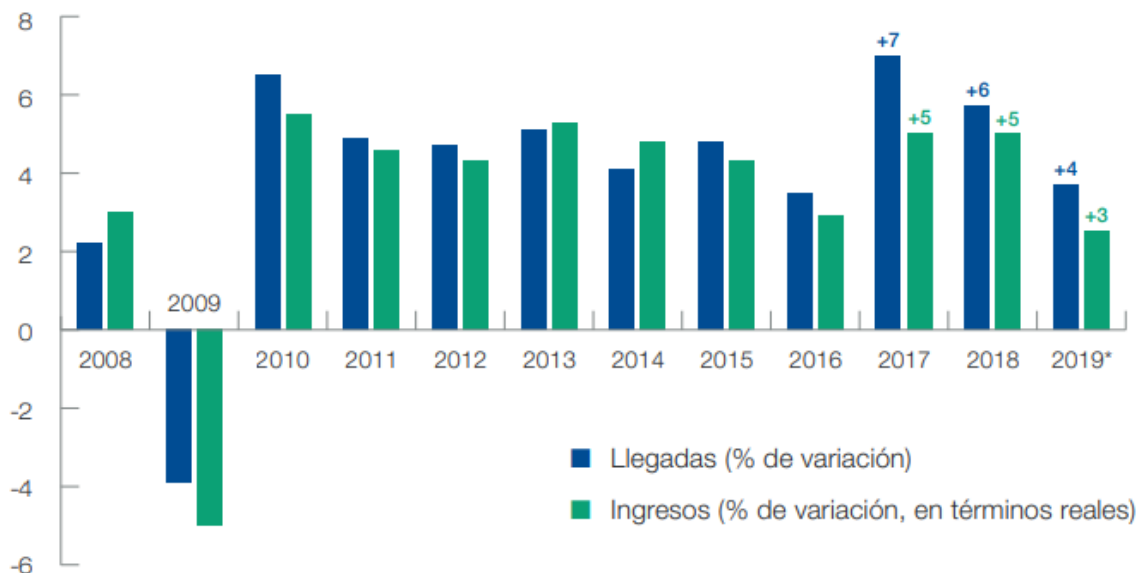
3. CONTEXTO Y RELEVANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO EN EL MARCO DE LA PANDEMIA

3.1. SECTOR DEL TURISMO EN UN CONTEXTO PREPANDEMIA

Hasta finales del 2019, el sector turístico había experimentado una constante expansión en el ámbito internacional. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), entre 2009 y 2019, el crecimiento real en los ingresos por cuenta del turismo internacional (54%) superó el crecimiento en el PIB mundial (44%), y se ha consolidado como un sector que denota solidez, pues es uno de los sectores que presenta mayor evolución y es pieza clave para el crecimiento de muchos países emergentes y avanzados (OMT, 2021).

Lo anterior se puede apreciar en la gráfica 18, donde se observa el crecimiento constante no solo de los ingresos por concepto de turismo internacional, sino la tendencia positiva en las llegadas de turistas internacionales a partir del año 2010. La OMT (2021) señala que este comportamiento se explica gracias a “una economía global relativamente fuerte, con un crecimiento de las clases medias y una rápida urbanización en las economías emergentes, así como por viajes más asequibles, una mayor facilitación de los viajes, avances tecnológicos y nuevos modelos de negocio”

Gráfico 19. Llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional (% de variación), 2008 – 2019.

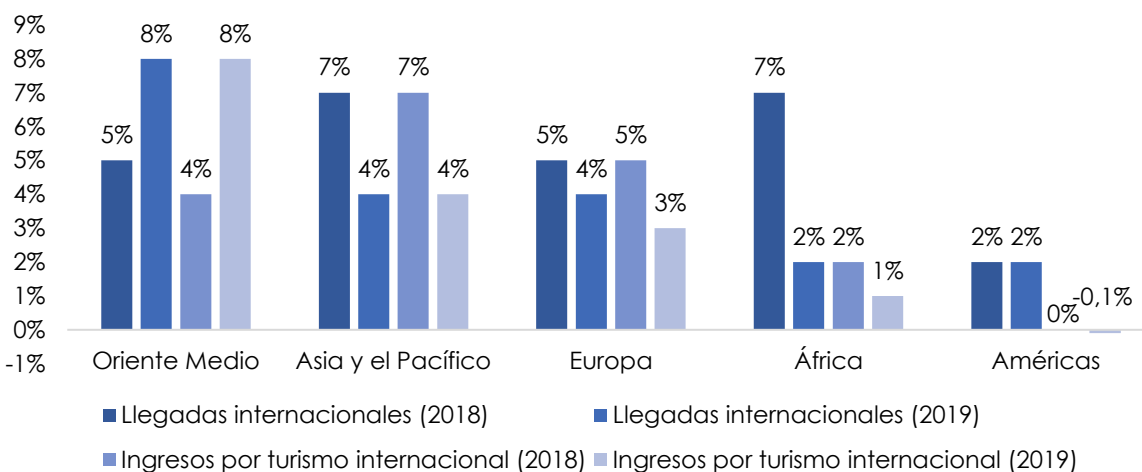


Fuente: Organización Mundial del Turismo (2021)

De manera similar, la gráfica 19 presenta, para el periodo de 2019, el crecimiento de los ingresos por turismo internacional y la variación de llegadas de turistas internacionales para cada región, de acuerdo con las mediciones de la OMT. Se observa que Oriente

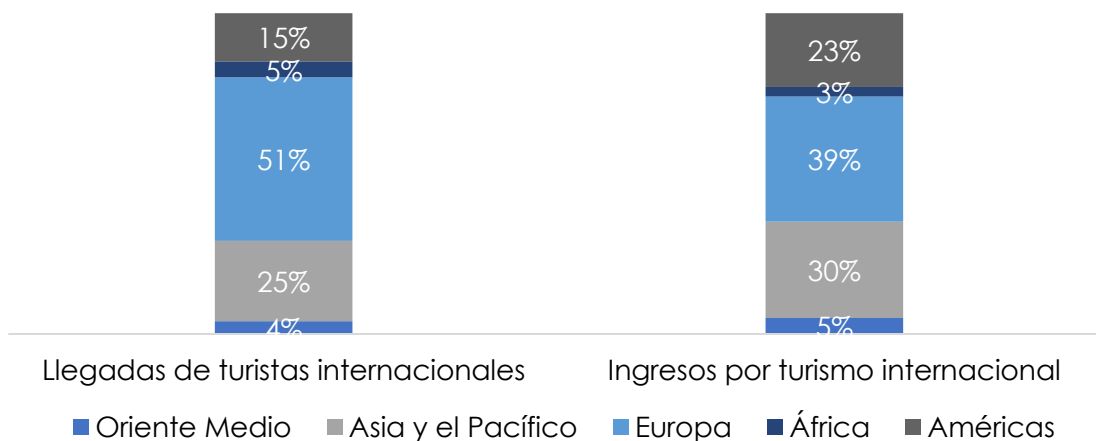
Medio experimentó el mayor crecimiento para ambas variables en el año analizado, aun cuando su participación global en ambos indicadores no supera el 5% (gráfica 20). Por otra parte, la región de las Américas fue la de menor crecimiento en llegadas internacionales, incluso obteniendo una variación negativa en sus ingresos por concepto de turismo internacional (disminución de 0,1%).

Gráfico 20. Variación (%) de los ingresos por turismo internacional y llegadas de turistas internacionales, 2018 - 2019.



Fuente: CEDEC – Cámara de Comercio de Cartagena con base en Organización Mundial del Turismo (2021)

Gráfico 21. Participación (%) en ingresos por turismo internacional y llegadas de turistas internacionales por región, 2019.



Fuente: CEDEC – Cámara de Comercio de Cartagena con base en Organización Mundial del Turismo (2021)

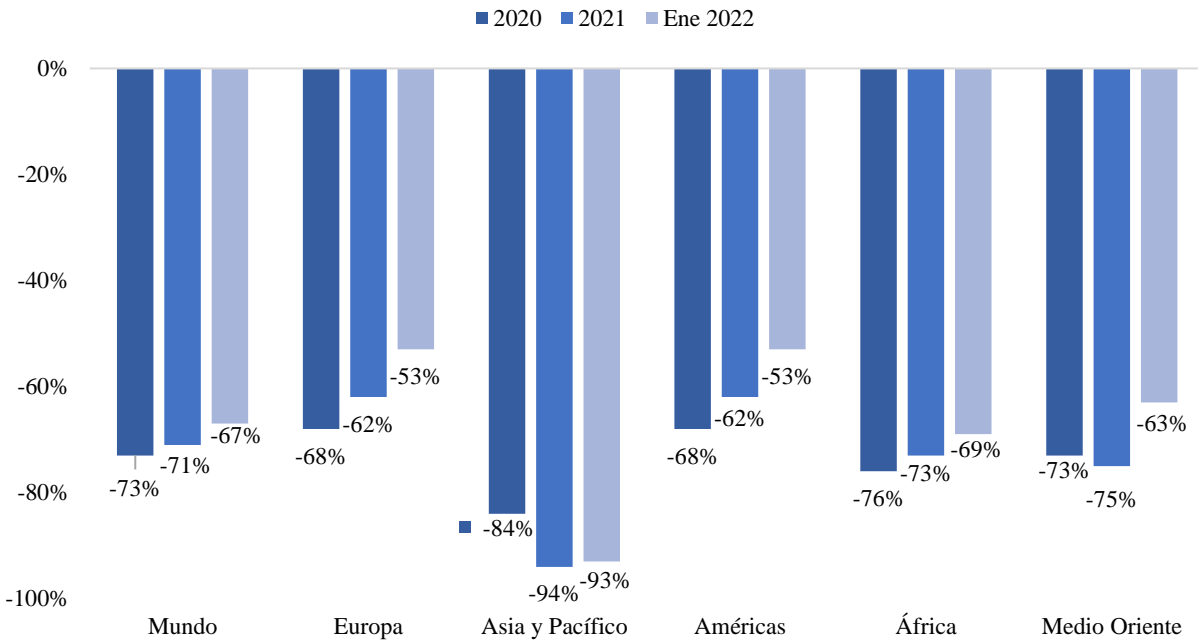
3.2. SECTOR DEL TURISMO EN EL CONTEXTO DE PANDEMIA

Los efectos de la pandemia han sido más que evidentes en cada nación, con una contracción del -3,4% del PIB mundial y una masiva pérdida de empleo. Casi todos los sectores de la economía vieron una reducción de su productividad y paralización de sus actividades (Banco Mundial, 2022). En el caso del sector turístico, la incertidumbre frente al nuevo virus y sus respectivas variantes, así como las restricciones aplicadas por los gobiernos respecto al flujo de viajeros tuvo su efecto esperado, provocando un declive profundo en este sector y en los países mayoritariamente dependientes de esta actividad (Julca, 2020).

En este contexto, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2021), en su informe "*Covid-19 and Tourism: an update*", estimó que en el año 2020 el sector turismo y los sectores vinculados experimentaron pérdidas aproximadas de 2,4 billones de dólares, debido a la masiva desescalada de viajeros internacionales. Se esperaba que para el 2021 el rango de pérdidas haya sido similar. Asimismo, en este informe la organización destacó que la reducción del turismo ha provocado un aumento promedio del 5,5% del desempleo de la mano de obra no cualificada, oscilando en un rango entre 0% y 15%.

De la misma manera, las llegadas de los turistas internacionales experimentaron una contracción significativa durante este periodo. La gráfica 21 muestra una reducción de más del 50% en todas las regiones para los años 2020 y 2021, así como para el mes de enero del 2022, comparado con el 2019. Las regiones de Europa, Américas y África reportaron leves mejoras en este indicador. Vale la pena destacar que las regiones de Medio Oriente y Asia y Pacífico presentaron un peor desempeño en el año 2021, siendo esta última la región de mayor contracción en llegadas de turistas internacionales dentro de este periodo.

Gráfico 22. Llegadas de turistas internacionales por región (% de variación con respecto a 2019), 2020 a enero del 2022.



Fuente: Organización Mundial del Turismo (2022)

3.3. RECUPERACIÓN Y PROYECCIONES

En el marco de la coyuntura del COVID-19, varios países se han planteado el objetivo de reactivar su economía como respuesta a la crisis sanitaria global. La seguridad y cobertura de los esquemas de vacunación es y será clave para la reactivación del sector turismo (y demás sectores) en el marco de la peor recesión experimentada desde la Segunda Guerra Mundial (Banco Mundial, 2020; Manulife Investment Management, 2022).

De hecho, la OMT (2022) estimó que gracias al avance de los esquemas de vacunación en las economías, la relajación de las restricciones de viaje y una mayor coordinación de los protocolos transfronterizos, en el 2021 el sector presentó un aumento del 4% en las llegadas de turistas internacionales. No obstante, aún se encuentra un 71% por debajo de los niveles reportados para 2019.

Para el primer mes del 2022, la OMT reporta un aumento del 130% de las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo, con las regiones de Europa y las Américas liderando estos resultados (aumento de 199% y 97% respectivamente), aunque aún se encuentran por debajo de las cifras del año 2019, especialmente la región de Asia y el Pacífico, cuyas restricciones de movilidad para viajes no esenciales se mantuvieron en varios países, provocando un menor desempeño en sus flujos (OMT, 2022).

A su vez, aunque la OMT (2022) reafirma la vulnerabilidad de las economías emergentes ante una potencial desaceleración del turismo internacional, añade que el turismo interno ha liderado la recuperación del sector, pues se ha evidenciado que "el turismo de interior y los viajes de cercanía, así como las actividades al aire libre, los productos de naturaleza y el turismo rural se encuentran entre las principales tendencias de viaje que seguirán marcando el turismo en 2022." La ciudad de Cartagena, por su parte, no ha sido ajena a este comportamiento, y ha sido testigo de vestigios de recuperación en su sector turístico en el marco de la reactivación económica. Según Corpoturismo (2022), a lo largo del 2021, cerca del 90% del flujo de pasajeros provino de destinos nacionales, cifras que superaron los registros anteriores a la pandemia. De la misma manera, se hace énfasis en la necesidad de fortalecer el componente internacional de la capital de Bolívar, migrar hacia modelos más sostenibles y continuar con los esfuerzos para evitar la expansión del COVID-19.

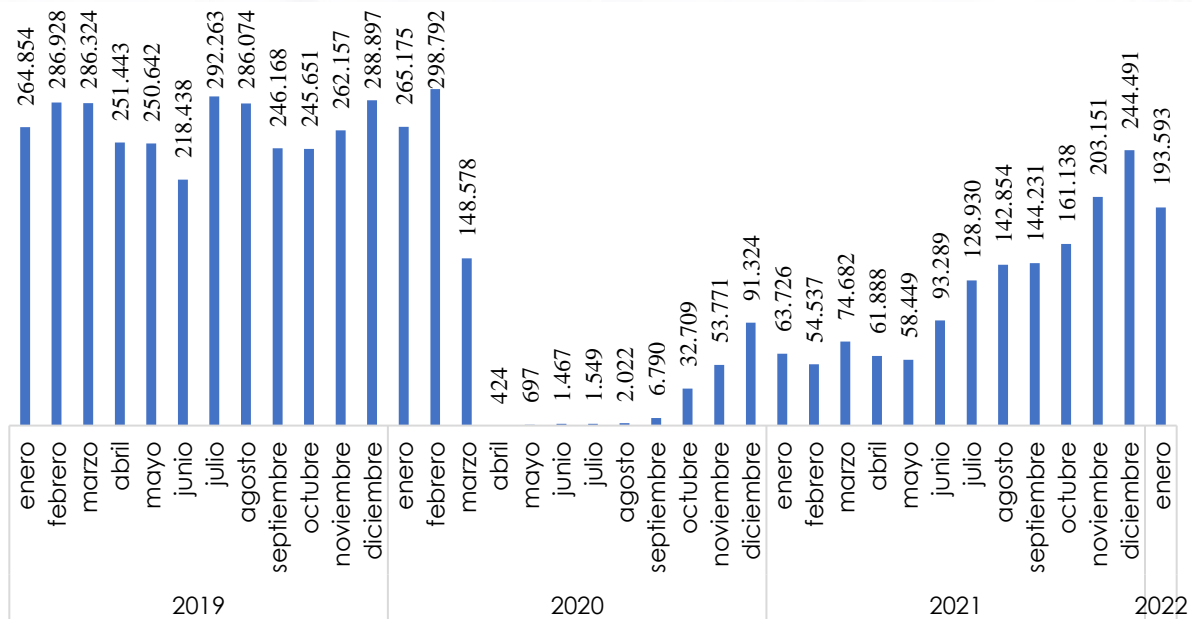
4. PANORAMA DEL TURISMO EN COLOMBIA

En el país, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MinCit (2020), el sector turismo presentó resultados históricos durante el 2019, al registrar un total de 4.515.932 de llegadas de viajeros no residentes al país lo que representó un aumento del 2,7% con respecto al 2018). También, se registró una ocupación hotelera con cifra récord de 57,8%, con un incremento del 10,6% en los ingresos de los hoteles; un aumento en la conectividad internacional con 17 rutas nuevas; y un total 41,2 millones de pasajeros movilizados. Así mismo, la entidad enfatizó la tendencia positiva del crecimiento del sector turístico nacional, en contraste con los resultados observados en la región caribe con un decrecimiento del 3,5%.

A pesar de lo anterior, y al igual que la mayoría de los países a nivel internacional, el turismo nacional experimentó considerables reducciones en sus indicadores durante la pandemia. El MinCIT (2021) estimó que los visitantes no residentes entre enero y diciembre de 2020 cayeron 69,5% con respecto al 2019, explicado principalmente por la disminución de visitantes en este mismo periodo para todos los países, principalmente Ecuador (-76,2%) y España (-77,1%). Así mismo, esta entidad destacó una disminución del 73,2% en la llegada de pasajeros por vuelos internacionales, así como una reducción de 18,9 puntos porcentuales (p.p.) en la tasa de ocupación hotelera y una caída del 36,8% en el valor agregado de alojamiento y servicios de comida para el periodo 2019-2020.

La gráfica 22 muestra el comportamiento de la llegada de extranjeros no residentes a Colombia durante el 2019 hasta el mes de enero del 2022. Es notable el decrecimiento experimentado a partir del mes de marzo del 2020 para posteriormente alcanzar su nivel más bajo en abril del mismo año. La llegada de extranjeros se mantendría por debajo de la cifra de 100.000 hasta julio del 2021, año en el que se observaría la gradual recuperación del sector turístico, pero aún por debajo de niveles prepandemia. Esta reactivación se evidenciaría en otros indicadores como la ocupación hotelera, que en enero del 2022 incrementó en 20,1 p.p. con respecto al 2021, y el aumento del 59,7% en el valor agregado de actividades alojamiento y servicios de comida para el 2021 en comparación con el 2020 (MinCIT, 2022).

Gráfico 23. Llegada mensual de extranjeros no residentes a Colombia, 2020 a enero 2022

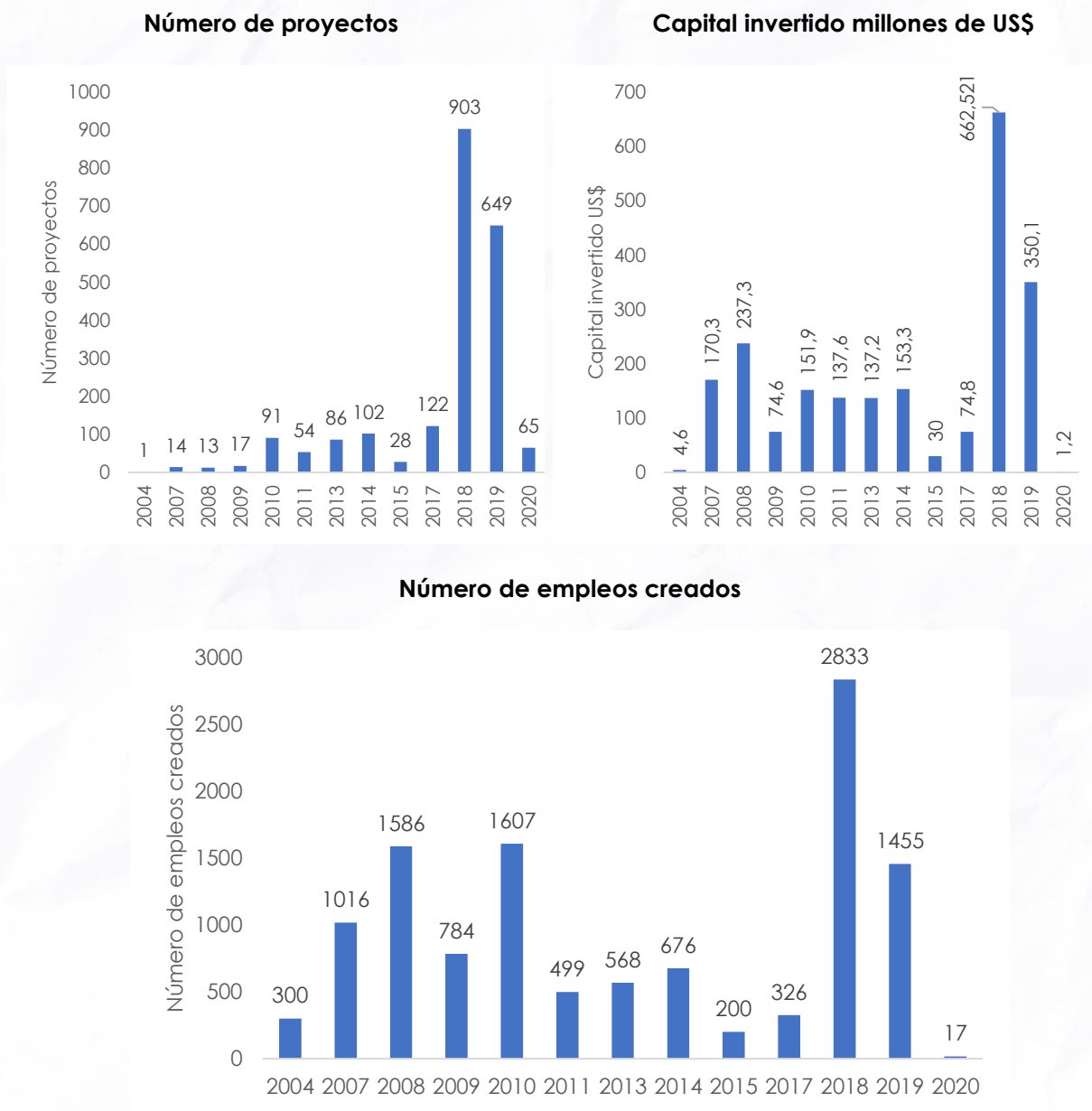


Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2022)

4.1. COMPORTAMIENTO DE LAS INVERSIONES EXTRANJERAS EN EL SECTOR DEL TURISMO EN COLOMBIA: 2004 -2020

Durante el periodo 2004 -2020 y según los reportes de Financial Times (Fdi reports), la inversión extranjera en el sector turístico colombiano alcanzó un valor acumulado de US\$2,185 millones, siendo los años 2018 y 2019 los que mayor valor invertido registraron con US\$662,521 millones y US\$350 millones respectivamente, en esos mismos años se puede apreciar también un aumento importante del número de empleos generados en el sector como resultado de los proyectos de inversión desarrollados (Gráfica 23).

Gráfico 24. Número de proyectos, capital invertido en dólares y número de empleos creados por medio de las inversiones en el turismo en Colombia. 2004 – 2020



Fuente: FDI Markets

La mayor parte de las inversiones acumuladas entre 2004 y 2020 fueron destinadas al subsector de Alojamiento (99,6%), en particular a la construcción de infraestructuras, con

una inversión acumulada de US\$2.177 millones. Solo una pequeña parte de las inversiones fue para *Servicios de organización y reservas de viaje* (0,31%) (ver Tabla 2).

Tabla 2. Número de proyectos, empleos y nivel de inversión según subsectores y actividades en Colombia, 2004-2020

Subsector	Actividad	Número de proyectos	Capital invertido millones de US\$	Número de empleos creados
Alojamiento	Construcción	1,961	\$2,177	11,693.00
	Ventas, marketing y soportes	29	\$1	17.00
Servicios de organización y reservas de viaje	Centro de atención al cliente	34	\$3	94.00
	Ventas, marketing y soportes	121	\$4	63.00
Total		2,145	\$2,185	11,867.00

Fuente: FDI Markets

Según país de origen de la inversión, Estados Unidos fue el principal inversionista, con el 35% del total de la inversión acumulada durante el periodo de estudio, seguido por Panamá (16%) y España (15%). Estos tres países en conjunto reunieron el 69% de la inversión total.

Tabla 3. Número de proyectos, capital invertido en US\$ y número de empleos en el sector Turismo en Colombia. Países de origen, 2004-2020

País	Número de proyectos	Capital invertido en millones de US\$	Número de empleos creados
Australia	65	\$1.20	17
República checa	34	\$2.60	94
El Salvador	2	\$100.00	597
Francia	106	\$170.52	1,467
México	84	\$40.50	184
Panamá	494	\$343.00	1,420
Perú	109	\$68.60	284
España	368	\$331.70	1,443
Tailandia	71	\$71.60	534
Reino Unido	59	\$108.90	926
Estados Unidos	570	\$833.80	4,190
Uruguay	175	\$75.70	319
Venezuela	8	\$37.30	392
Total general	2,145	\$2,185.42	11,867

Fuente: FDI Markets

Bogotá fue el principal destino de estas inversiones, con el 31% del total invertido entre 2004 y 2020, seguido por Cartagena con 23%. En el caso de Cartagena, el 46% de las inversiones que recibió provenían de la Florida, las cuales fueron realizadas por Related International en 2008 y por Karisma Hotels & Resorts en 2018; el segundo origen de inversión más importante para Cartagena fue Islas Baleares con 20% del total de capital colocado en esta capital.

Tabla 4. Ciudades de destino de la inversión en Colombia, 2004 -2020

Departamento de destino	Ciudad de destino	Número de proyectos	Capital invertido en millones de US\$	Número de empleos creados
Antioquia	Medellín	202	\$146	856
Atlántico	Barranquilla	71	\$185	492
	Riomar	28	\$ 30	200
Bogotá DC	Bogotá	710	\$671	3,686
Bolívar	Cartagena	341	\$512	2,722
Boyacá	Villa de Leyva	63	\$ 34	142
Cundinamarca	Cajicá	62	\$ 34	142
La Guajira	Palomino	52	\$ 34	142
Magdalena	No especificado	57	\$ 34	142
	Santa Marta	158	\$ 76	319
No especificado	No especificado	275	\$355	2,427
Quindío	Finlandia	61	\$ 34	142
Valle del Cauca	Cali	65	\$ 40	455
Total general		2,145	\$2,185	11,867

Fuente: FDI Markets

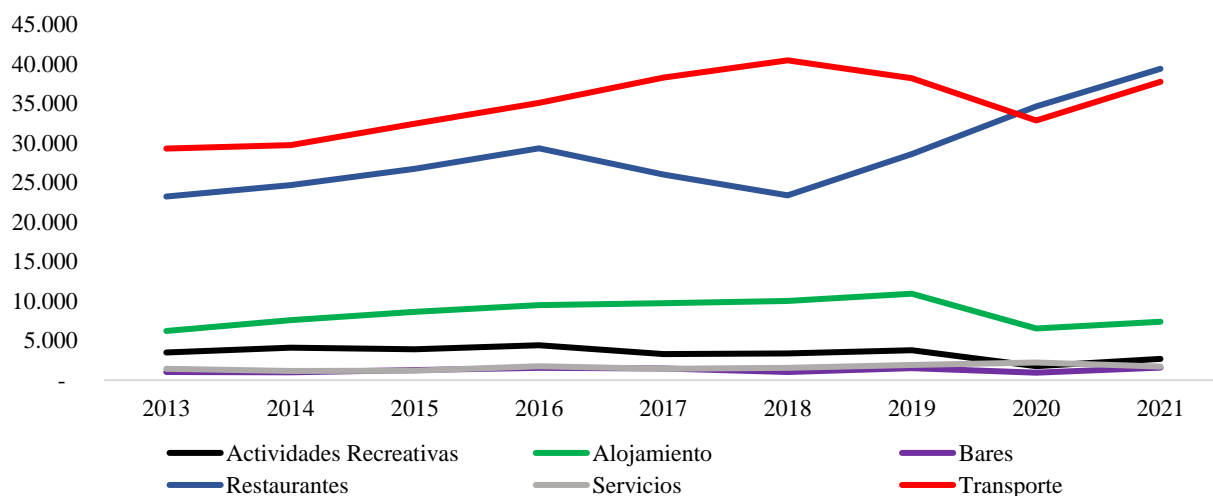
5. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA

En esta sección se analizan los principales indicadores turísticos en la ciudad de Cartagena que comprende un análisis especial del mercado laboral del sector turístico, cómo está estructurada la ocupación, la informalidad y las diferencias salariales a partir de factores como el nivel educativo. También, se analiza el movimiento de pasajeros a través de diferentes vías y la ocupación hotelera durante los años 2013 y 2021.

5.1. MERCADO LABORAL

El turismo se destaca como una de las principales fuentes de ingresos de Cartagena, motivo, por el que resulta fundamental comprender cuáles han sido los avances en términos de empleo y desarrollo de cada una de las categorías que componen el sector. A corte de 2013, se observaba que la apuesta turística de la ciudad de Cartagena estaba compuesta por 64.733 trabajadores, representando el 16,2% del total de ocupados para ese año (398.616 trabajadores). En cambio, para 2021, su participación en la generación de empleo fue de 21,1% -aumentando su relevancia en 4.9 puntos porcentuales en el periodo de análisis. En total se contabilizaron 90.548 ocupados en 2021, cifra que también reflejó un incremento de 39,8% frente a 2013. Por otro lado, las categorías de Restaurantes y Transporte son las que han generado las mayores plazas de trabajo dentro de la apuesta, con una participación promedio del 80% del empleo. No obstante, los Bares y las Actividades de Servicios son las que menos participación han tenido dentro del total de ocupados del sector turístico, empleando en promedio el 3.6% de la población ocupada entre 2013-2021.

Gráfico 25. Evolución del número de ocupados por categoría, 2013-2021



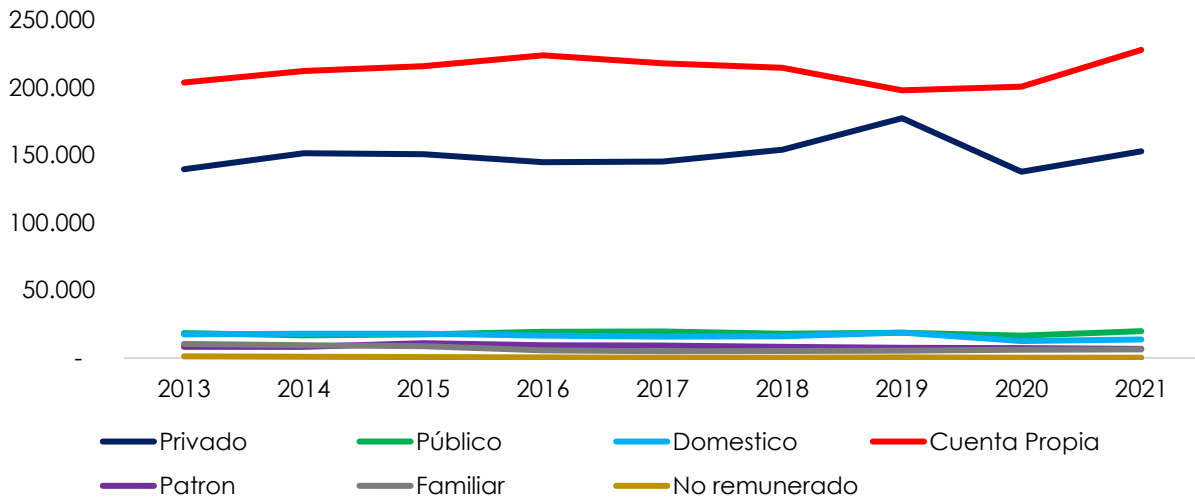
Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en la GEIH-DANE

A partir del año 2019, y con el impacto de la pandemia, la ocupación repuntó hacia la baja en todas las categorías, recuperándose en 2021 con la reactivación económica, excepto en la categoría de Restaurantes donde el crecimiento ha sido sostenido en los últimos 3 años y posiblemente explicado por la demanda creciente de servicios de comida incluso en el marco de confinamiento que disparó los pedidos a domicilio, obligando a los diferentes negocios a innovar e implementar otros servicios y nuevas plataformas de comunicación con sus clientes. Es probable que la coyuntura haya favorecido la generación de nuevos empleos en la cadena de transporte, distribución y comercialización.

Al ver las tendencias en las divisiones por tipo de ocupación, se aprecia como para 2021, los trabajadores por cuenta propia son los que predominan en el mercado laboral en cuatro de las seis categorías (Transporte, Actividades Recreativas, Servicios y Restaurantes). Esto quiere decir que son aquellos que tienen un empleo independiente cuya remuneración o beneficio se deriva directamente de la comercialización de los bienes o servicios que ofrecen y/o producen y que además no contratan asalariados de manera continua (Organización Internacional del Trabajo (OIT), 1993). Cabe resaltar, por otra parte, que los trabajadores privados o empleados en una empresa particular siguen teniendo una gran prevalencia en los Alojamientos y Bares, participando con el 85,8 y 76,7%, respectivamente.

Sin embargo, en comparación con 2013, se logran evidenciar cambios notorios en las tendencias de contratación en algunas categorías. Para el caso de los Bares, se evidencia como los trabajadores privados aumentaron en un 148% frente a 2021, mientras que los trabajadores por cuenta propia crecieron un 19,6%. En el caso inverso, en los restaurantes se observa como los trabajadores por cuenta propia se incrementaron en un 121%, cuando los trabajadores privados solo lo hicieron en un 24,2%.

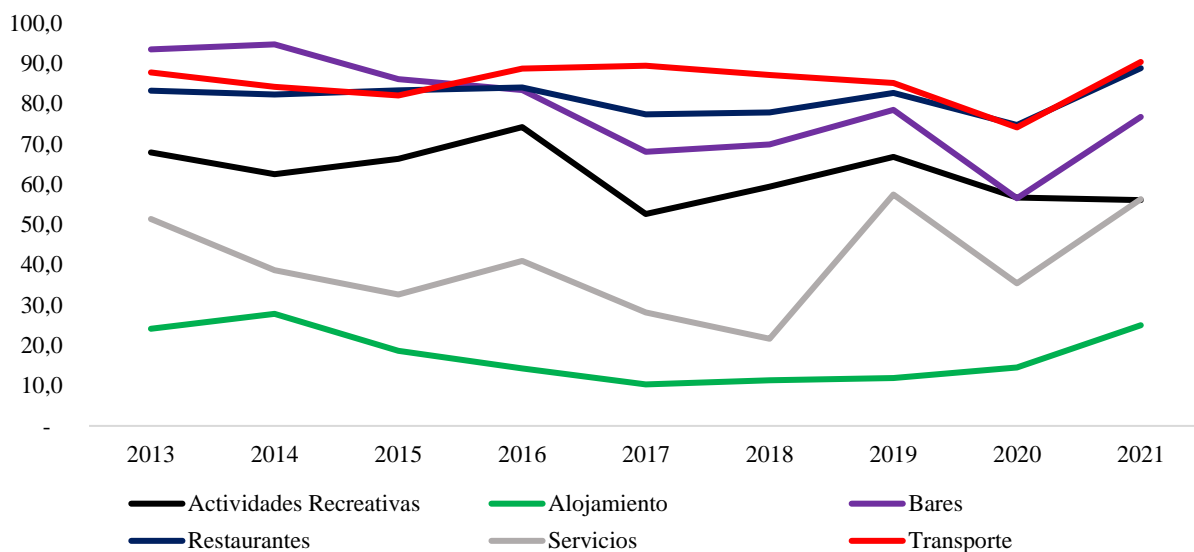
Gráfico 26. Distribución de los ocupados según tipo de ocupación en el clúster turístico de Cartagena, 2013-2021



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en la GEIH-DANE

En concordancia con lo anterior, la predominancia del trabajo por cuenta propia y la escasa evolución del trabajo privado, ha encaminado el resultado hacia un incremento del número de trabajadores informales, ocasionando grandes brechas en las categorías de Transporte y Restaurantes, por ejemplo. Lo anterior, lo corrobora la gráfica 26, en la que se ilustra como 9 de cada 10 trabajadores que se encuentran vinculados al sector transporte o de comidas son informales. No obstante, se observa como la categoría de alojamiento ha presentado la tendencia de informalidad más baja del Clúster Turístico, situándose con una tasa promedio de 17,5% entre 2013-2021.

Gráfico 27. Evolución de la tasa de informales en estas ramas, 2013-2021



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en la GEIH-DANE

A nivel desagregado por actividades económicas, se observó como para 2021 las *Actividades de Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores; Otros servicios de reserva y actividades relacionadas; Alojamiento en apartahoteles; y Otras actividades de espectáculos en vivo*, registraron una tasa de informalidad del 100%. Lo anterior, representa un detrimento de las condiciones laborales, ya que en 2013 las actividades de *Alojamiento en apartahoteles* y *Otros servicios de reserva y actividades relacionadas*, registraron una tasa de informalidad del 18,2 y 53,6%, respectivamente.

Por otra parte, las actividades que presentaron una tasa de informalidad nula en 2021 fueron *Transporte fluvial de pasajeros; Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje; y Transporte aéreo nacional de pasajeros*. Sin embargo, aunque se haya evidenciado este comportamiento, la actividad de transporte de pasajeros agrupa el 94,6% del total de trabajadores de la categoría de Transporte y a su vez registra una tasa de informalidad de 91,2%, razón por la cual la tasa de informalidad de esta categoría es la más alta del sector.

Al analizar la evolución educacional que han tenido los trabajadores de cada categoría dentro del clúster turístico, se observa cómo ha existido una tendencia creciente en el escalonamiento del máximo nivel educativo alcanzado. En este sentido, la Tabla 5, no solamente permite evidenciar como existen cada vez menos personas con niveles educativos de secundaria incompleta y primaria o inferior, sino que también revela cómo cada vez son más las personas que obtienen logros educativos más altos, emprendiendo un camino hacia la escolarización y tecnificación de las habilidades que les permitan mejorar el ejercicio de su oficio o profesión.

Uno de los casos más notorios es el de la categoría de restaurantes, que pasó de tener el 30,9% del total de sus trabajadores con un nivel educativo de primaria o menos para 2013 a contar con el 19,6% para 2021. Esta reducción, supuso un aumento del nivel educativo, ya que se incrementaron el número de trabajadores que tenían cursado bachillerato completo, técnica o tecnológica completa y universitaria completa.

De forma similar sucede con la categoría de servicios, en la que se observa como el porcentaje de trabajadores con educación Universitaria completa era de 17,8% en 2013 y para 2021 se situó en 29,3%, representando un aumento de 11,5 puntos porcentuales. Lo anterior, quiere decir que pasó de tener 253 trabajadores con una carrera profesional en 2013 a 503 en 2021.

Tabla 5. Distribución del número de ocupados según el máximo nivel educativo alcanzado, 2013 vs 2021

	Primaria o menos		Secundaria incompleta		Bachiller completo		Técnica o Tecnológica completa		Universitaria Completa		Postgrado	
	2013	2021	2013	2021	2013	2021	2013	2021	2013	2021	2013	2021
Actividades Recreativas	8,6%	8,0%	15,1%	9,7%	42,4%	41,2%	16,3%	23,8%	15,9%	17,3%	1,7%	0,0%
Alojamiento	5,6%	4,3%	15,0%	7,4%	41,4%	46,1%	26,4%	23,6%	9,5%	17,3%	2,0%	1,3%
Bares	7,0%	2,6%	13,6%	8,3%	52,8%	59,8%	18,0%	26,9%	8,5%	2,5%	0,0%	0,0%
Restaurantes	30,9%	19,6%	23,2%	21,6%	29,7%	38,0%	12,6%	15,7%	3,0%	4,7%	0,4%	0,4%
Servicios	4,6%	5,8%	13,6%	1,9%	23,2%	27,8%	40,8%	30,5%	17,8%	29,3%	0,0%	4,8%
Transporte	17,9%	12,6%	29,5%	18,9%	40,4%	51,6%	9,8%	12,8%	2,1%	3,9%	0,3%	0,1%

Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en la GEIH-DANE

Siguiendo esta misma línea, se constata que la dinámica que se observaba para el total de la población ocupada es la misma para los trabajadores informales. Por lo tanto, para 2021, se evidenció como la distribución de la población informal dentro del máximo nivel educativo alcanzado se encuentra entre Bachillerato completo y Técnica o Tecnológica completa, oscilando entre el 55% y el 85% de la participación en cinco de seis categorías, en la que se excluye la de Restaurantes. Lo anterior, en contraste con 2013, enmarca una evolución en el nivel de educación, ya que para ese periodo la participación se encontraba en un rango de 50% a 73% entre secundaria incompleta y bachillerato completo en las categorías de Actividades recreativas, Alojamiento, Bares, Restaurantes y Transporte.

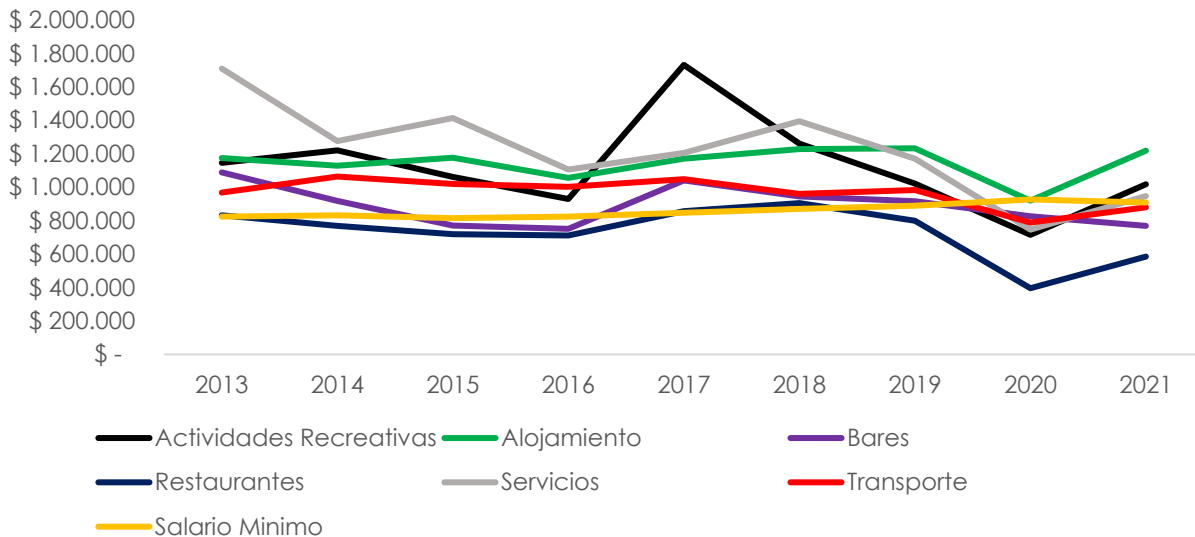
Tabla 6. Distribución del número de informales según el máximo nivel educativo alcanzado, 2013 vs 2021

	Primaria o menos		Secundaria incompleta		Bachiller completo		Técnica o Tecnológica completa		Universitaria Completa		Postgrado	
	2013	2021	2013	2021	2013	2021	2013	2021	2013	2021	2013	2021
Actividades Recreativas	11,1%	11,6%	19,6%	15,0%	45,7%	43,2%	9,7%	16,5%	12,7%	13,6%	1,2%	-
Alojamiento	8,3%	5,9%	29,0%	19,0%	43,8%	52,2%	18,9%	14,4%	-	8,5%	-	-
Bares	7,5%	3,4%	10,8%	10,8%	56,4%	59,0%	16,2%	26,8%	9,1%	-	-	-
Restaurantes	35,6%	21,5%	24,7%	23,0%	27,0%	37,2%	10,6%	13,8%	1,9%	4,3%	-	0,2%
Servicios	8,9%	4,2%	22,3%	-	25,4%	40,0%	28,4%	15,7%	14,9%	35,5%	-	4,6%
Transporte	19,3%	12,9%	30,6%	19,9%	40,4%	52,1%	8,1%	11,5%	1,4%	3,5%	0,2%	-

Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en la GEIH-DANE

Por último, la gráfica 27 permite ver la evolución que ha tenido el ingreso promedio de cada categoría del clúster, permitiendo apreciar cómo los trabajadores que hacen parte de la categoría de Restaurantes han percibido ingresos inferiores o iguales al salario mínimo en todo el periodo de analizar. A su vez, se evidencia cómo estos trabajadores fueron los más afectados por la baja salarial ocasionada por el confinamiento provocado por la pandemia del Covid-19 en el año 2020. Sin embargo, existen categorías como la de Alojamiento que se han posicionado notablemente por encima de las demás, y aunque la pandemia afectó a los ingresos que se percibían, ha mostrado niveles de recuperación en 2021, posicionándose como la categoría en la que en promedio los trabajadores reciben más ingresos con \$1.2 millones.

Gráfico 28. Distribución del promedio de los ingresos de la población ocupada según rama de actividad, 2013-2021, \$ COP



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base en la GEIH-DANE, los valores se encuentran en pesos constantes de diciembre de 2021.

5.2. TRÁNSITO AÉREO

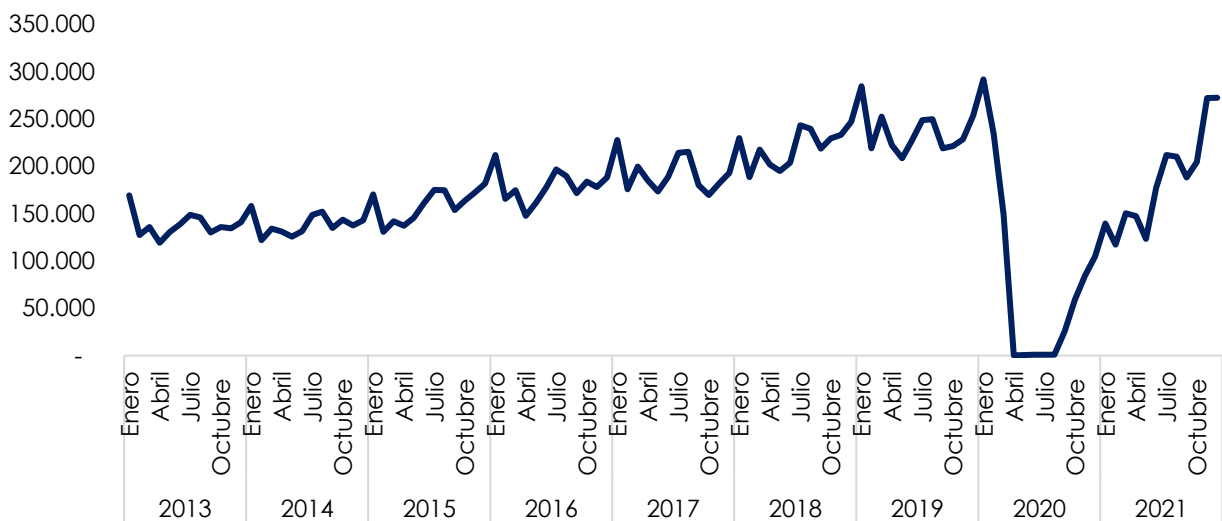
La dinámica en el comportamiento del transporte aéreo en la ciudad de Cartagena ha tenido un aumento constante tanto en la llegada como en la salida de pasajeros en el periodo 2013-2019. Luego con la pandemia y el cierre del Aeropuerto Internacional Rafael Núñez, el movimiento de pasajeros cayó en la primera etapa de confinamiento desde el mes de marzo y abril. Más tarde manifestó, desde septiembre de 2020, una recuperación rápida, pero sin llegar a los niveles prepandémicos. Cabe anotar que este indicador varía dependiendo de la estacionalidad del año, por lo que cada mes arriban o salen una mayor cantidad de pasajeros. Para el caso de Cartagena, estos auges se ven con mayor frecuencia entre diciembre y enero, así como en los meses entre julio y agosto, mientras que los declives se presentan en mayor medida en abril o mayo.

5.2.1. Salidas de pasajeros

Por su parte, la salida de pasajeros desde Cartagena ha presentado en el tiempo un aumento considerable, ya que pasó de movilizar 1.657.816 pasajeros en 2013 a 2.215.523 para 2021. Sin embargo, la ciudad seguía en 2021 sin recuperar los niveles que presentó en 2019, periodo en cual movilizó 2.835.207 personas. Por otro lado, es importante recalcar cómo las tendencias de viaje han cambiado desde 2013, debido a que el principal destino Internacional de los pasajeros que salían de Cartagena, para 2013, eran Estados Unidos, Panamá, México, Brasil y Chile, mientras que, para 2021, lo son Estados Unidos, Panamá, Holanda, Perú y Canadá. Sin embargo, los destinos a nivel

nacional no han presentado una mayor evolución en su tendencia, ya que desde 2013 hasta 2021, siguen primando como destino Bogotá, Rionegro, Cali, Pereira y San Andrés.

Gráfico 29. Salida de pasajeros por vía aérea en Cartagena, 2013-2021



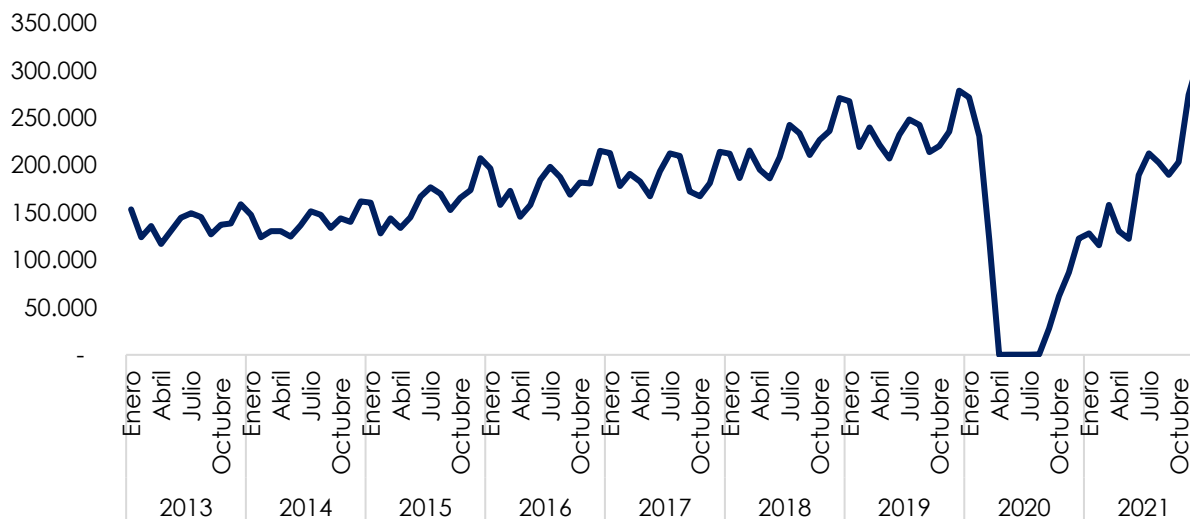
Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base Aereocivil.

5.2.2. Llegada de pasajeros

Con respecto al arribo de pasajeros a Cartagena, se puede observar como se ha incrementado en 34,6% en 2021 en comparación con 2013, ya que se pasó de movilizar 1.663.742 pasajeros a 2.240.264. No obstante, se debe recalcar que la ciudad sobrepasó su máximo histórico de pasajeros recibidos, debido a que llegaron 311.259 personas para diciembre de 2021, cuando su último tope se había registrado en diciembre de 2019 con 278.824 pasajeros, enmarcando un claro dinamismo y recuperación en la movilización aérea.

Por otra parte, el origen de los pasajeros internacionales también ha cambiado con el paso del tiempo. Para 2013, los principales países de los que provenían los visitantes eran Estados Unidos, Panamá, Argentina, Brasil y Chile, pero para 2021 fueron Estados Unidos, Panamá, Canadá, Perú y República Dominicana. De forma similar sucede con la llegada de pasajeros nacionales, para 2021, las ciudades de las que provenían en mayor medida las personas fueron Bogotá, Rionegro, Cali, Pereira y San Andrés, en cambio, en 2013 eran Bogotá, Rionegro, Cali, Pereira y Bucaramanga.

Gráfico 30. Llegada de pasajeros por vía aérea a Cartagena, 2013-2021



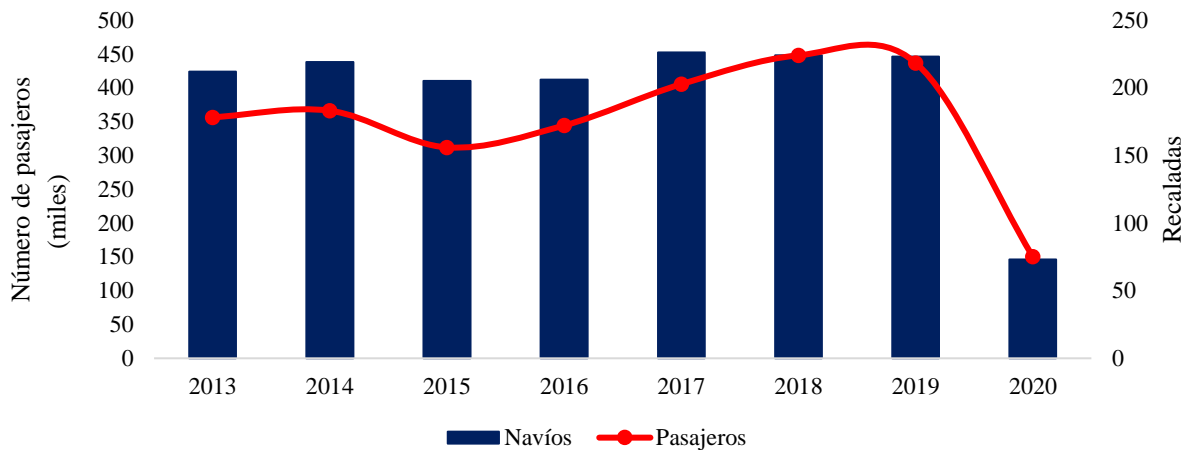
Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base Aereocivil.

5.3. CRUCEROS

Teniendo en cuenta lo anterior, la Gráfica 30 muestra la variación en el número de pasajeros y recaladas de cruceros turísticos en la ciudad de Cartagena. Se puede observar una tendencia positiva para ambos indicadores desde 2013 hasta el año 2019, destacándose el año 2018, cuando se registró un total de 447.724 pasajeros (valor más alto en la serie analizada) y 224 recaladas (el segundo mayor valor, únicamente por debajo del año 2017). En el año 2020, periodo donde el virus llegó al país, los indicadores mencionados experimentaron una reducción de más del 60%.²

² El **Anexo A8** ilustra el comportamiento de otros indicadores de interés para el mismo periodo.

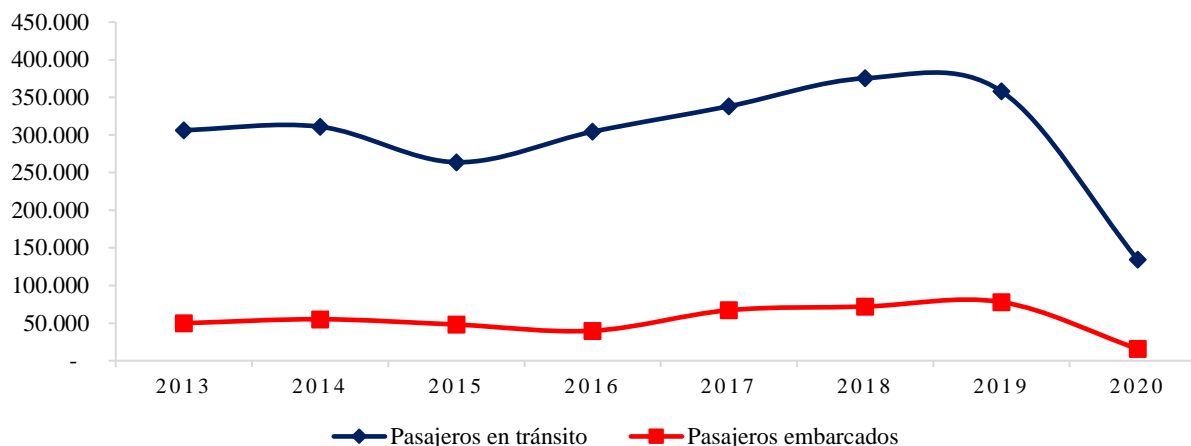
Gráfico 31. Número de pasajeros y Recaladas en la terminal de transporte de cruceros de Cartagena, 2013-2020.



Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base SPRC.

De manera similar, se evidencia que, tanto el número de pasajeros en tránsito como los pasajeros embarcados experimentaron una disminución significativa en el año en el que se detectó el primer caso oficial de COVID-19 en Colombia. La reducción en pasajeros en tránsito para el caso de Cartagena es de 62,5%, mientras que para el caso de pasajeros embarcados es cercana al 80%. Asimismo, el registro de los pasajeros embarcados en cruceros en tránsito, que había aumentado de 589 a 723 durante el periodo 2018-2019, disminuyó a 111 para el año 2020. Esta tendencia se mantuvo incluso hasta inicios del segundo semestre del 2021, cuando el 24 de agosto del mismo año llegó el navío Star Breeze a las costas de Cartagena de Indias, iniciando con ello el plan de reactivación y una nueva temporada de cruceros que se espera impulse este proceso (MinCIT, 2021).

Gráfico 32. Pasajeros en tránsito y embarcados en la terminal de transporte de cruceros de Cartagena, 2013-2020.

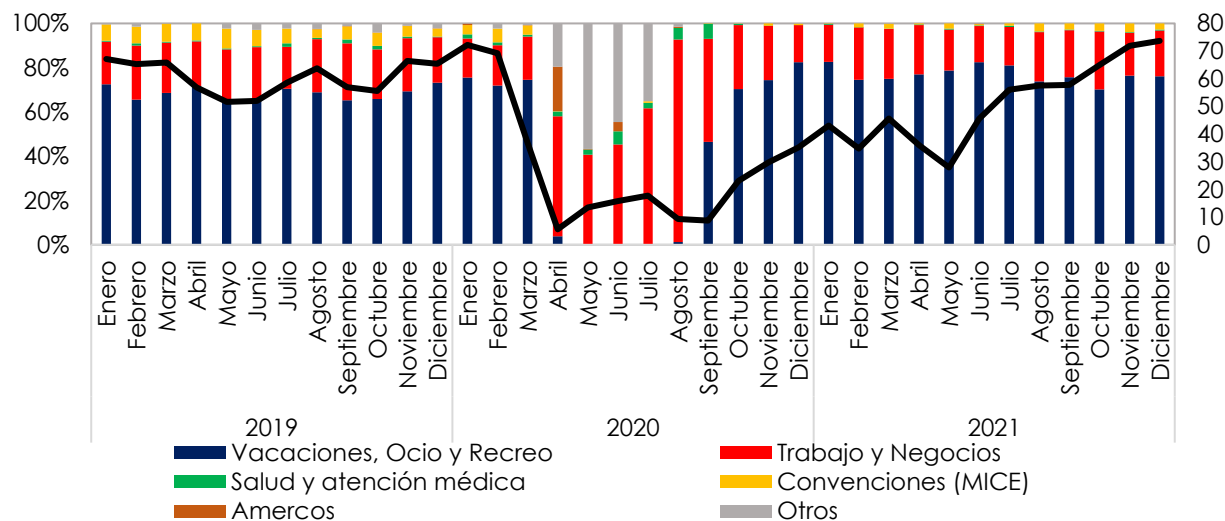


Fuente: CEDEC- Cámara de Comercio de Cartagena con base SPRC.

5.4. ALOJAMIENTO CONVENCIONAL Y OCUPACIÓN HOTELERA

El alojamiento convencional se entiende como aquel que conglomerar el alojamiento puesto a disposición por empresas privadas que están legalmente constituidas, como lo pueden ser los hoteles y apartahoteles. En este sentido, al analizar la tasa de ocupación hotelera se puede constatar como Cartagena seguía sin recuperar los niveles que tenía en 2019, no obstante, ha presentado una dinámica de recuperación creciente en el que registró un máximo histórico en diciembre de 2021 de 73,7%. Por otro lado, al analizar los principales motivos de viaje de las personas, se aprecia cómo desde septiembre de 2020 las vacaciones, ocio, recreo y los viajes de trabajo y negocios son los que priman dentro de las razones de movilización hacia Cartagena.

Gráfico 33. Distribución de la ocupación hotelera y motivos de viaje en Cartagena, 2019-2021



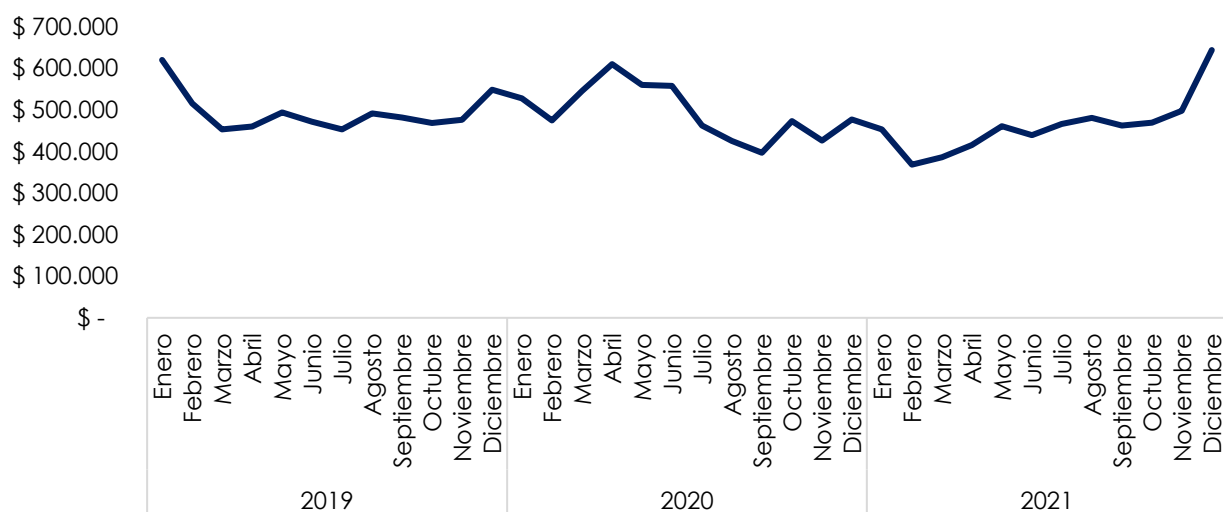
Fuente: CEDEC – Cámara de Comercio de Cartagena con base en la EMA-DANE.

Desde otro punto de vista, se debería prestar especial atención a las convenciones (MICE), principalmente debido a que antes de la crisis sanitaria provocada por el Covid-19, esta tenía una ponderación importante sobre los motivos de viaje tanto para los huéspedes residentes como para los no residentes. Ahora bien, para 2021 esta categoría pasó a un segundo plano, opacada en su mayoría por el auge que tuvieron los viajes por vacaciones y trabajo, sin embargo, presentó una tendencia creciente en el segundo semestre del año.

6. OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO MEDIANTE PLATAFORMAS DIGITALES

El continuo desarrollo de la tecnología ha permitido que se den diversificaciones en las tendencias del mercado con mucha más frecuencia, lo cual ha permitido crear una transición entre el alojamiento convencional y no convencional. Es cada vez más común ver como se rentan o alquilan apartamentos, casas o chalets por medio de aplicaciones o plataformas transaccionales como Airbnb, Booking entre otros. Es así como, de acuerdo los datos de Transparent DMO³, los precios promedio de los alojamientos no convencionales, se mantuvieron alrededor de los \$494.499 pesos colombianos durante el 2019, para repuntar en el último mes de ese año. En contraste con 2020, estos alcanzaron uno de los mayores topes en abril cuando se posicionó en \$609.639, para posteriormente experimentar la mayor caída en sus precios en los meses posteriores, durante el cual se mantuvo una tendencia negativa de esta variable hasta inicios del 2021. Es en este último periodo donde se evidencia un aumento en los precios promedio, con un incremento pronunciado a partir del mes de octubre del 2021 (gráfica 33).

Gráfico 34. Promedio de precios mensuales de alojamiento en Cartagena, 2019-2021.



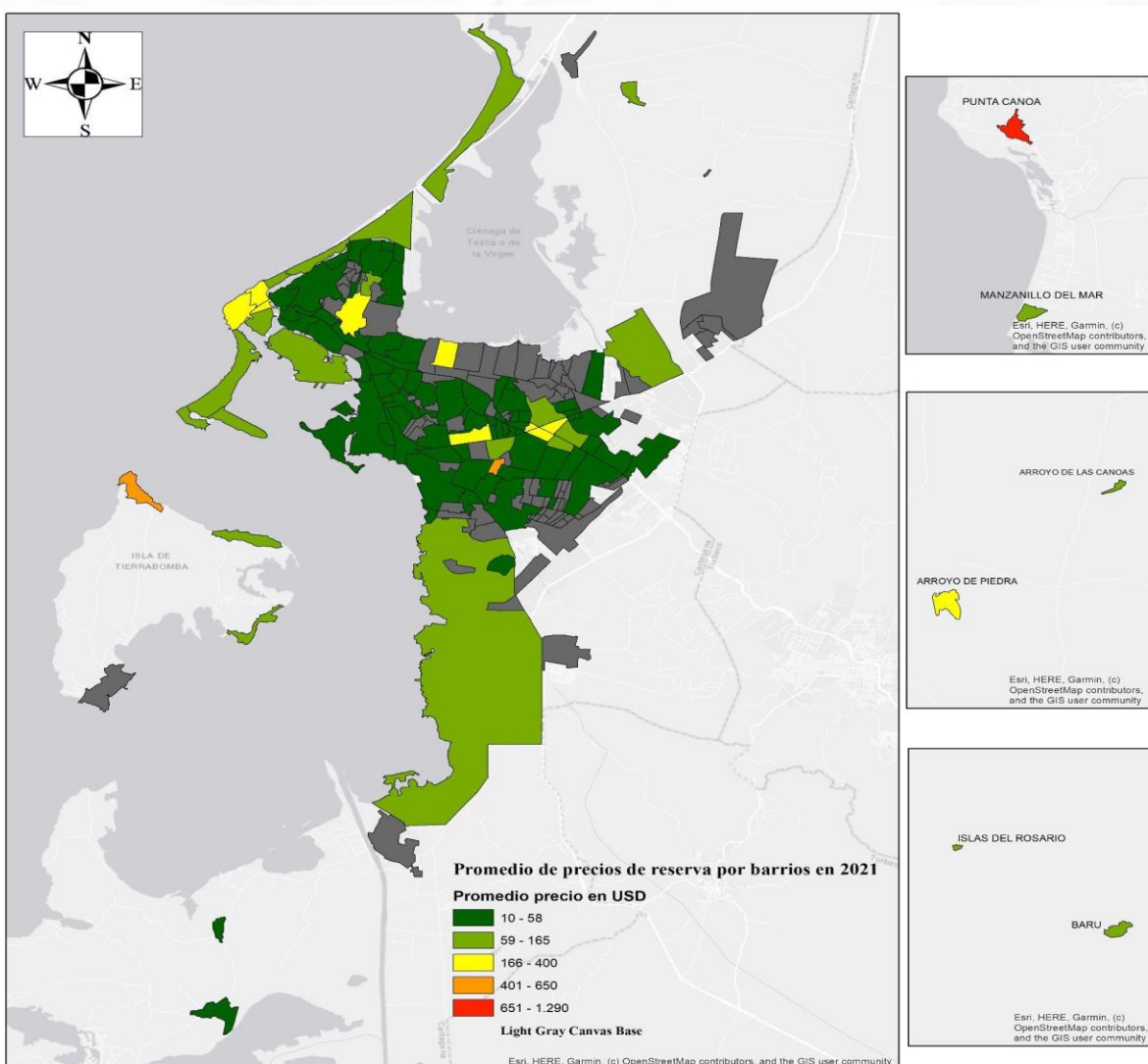
Fuente: CEDEC – Cámara de Comercio de Cartagena con base en Transparent. *Los datos originales se encontraban en dólares y fueron convertidos a pesos mediante el precio promedio mensual del dólar publicado por el Banco de la República de Colombia.

En Cartagena, los precios más altos se ubican en la zona turística en los barrios del Centro Histórico (San Diego y La Matuna), en Getsemaní los precios promedio son un poco más bajos debido a la modalidad de habitaciones compartidas en hostales en relación con

³ <https://seetransparent.com/>

el tipo de turista objetivo; también se distribuyen otros hacia el Cerro y Pie de la Popa. Igualmente, se observan precios altos en la zona insular de la región como Punta Canoas y Tierrabomba, seguido de otras zonas con precios relativamente menores como Barú, Islas del Rosario, Manzanillo del Mar, Punta Arenas, La Boquilla, Caño del Oro, con mayor afluencia de visitantes extranjeros; seguido se destaca Castillogrande, Bocagrande, El Laguito, Manga y Marbella. Al interior de la ciudad, se observa una tendencia creciente de algunos precios hacia el último trimestre del año 2020 y durante 2021, congruente con la reactivación económica y el aumento generalizado de los precios a nivel nacional.

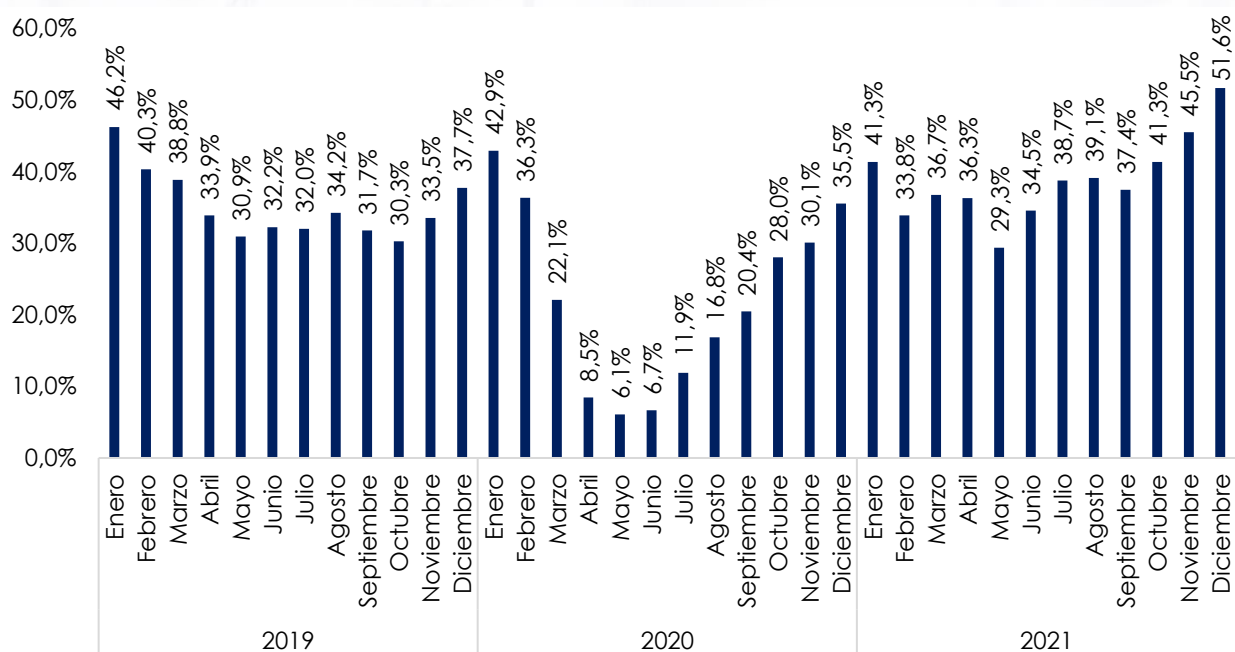
Mapa 3. Distribución de precios promedio de reservas en Cartagena a través de plataformas digitales según barrios, 2021.



Fuente: CEDEC – Cámara de Comercio de Cartagena con base en Transparent.

Por otra parte, la gráfica 34 muestra la tasa de ocupación mensual del alojamiento no convencional en Cartagena. Se aprecia que en 2019 ya existía una tendencia decreciente, agravada de manera significativa al empezar el año 2020, donde alcanzó su nivel más bajo en el mes de mayo (6,1%). A partir de este punto la ocupación aumentó de manera constante, y en el año 2021 alcanzó incluso niveles superiores a los registrados en el año anterior a la pandemia, siendo los valores más altos aquellos registrados a inicios del año (enero con 41,3%) y a fin de este (45,5% en noviembre y 51,6% en diciembre).

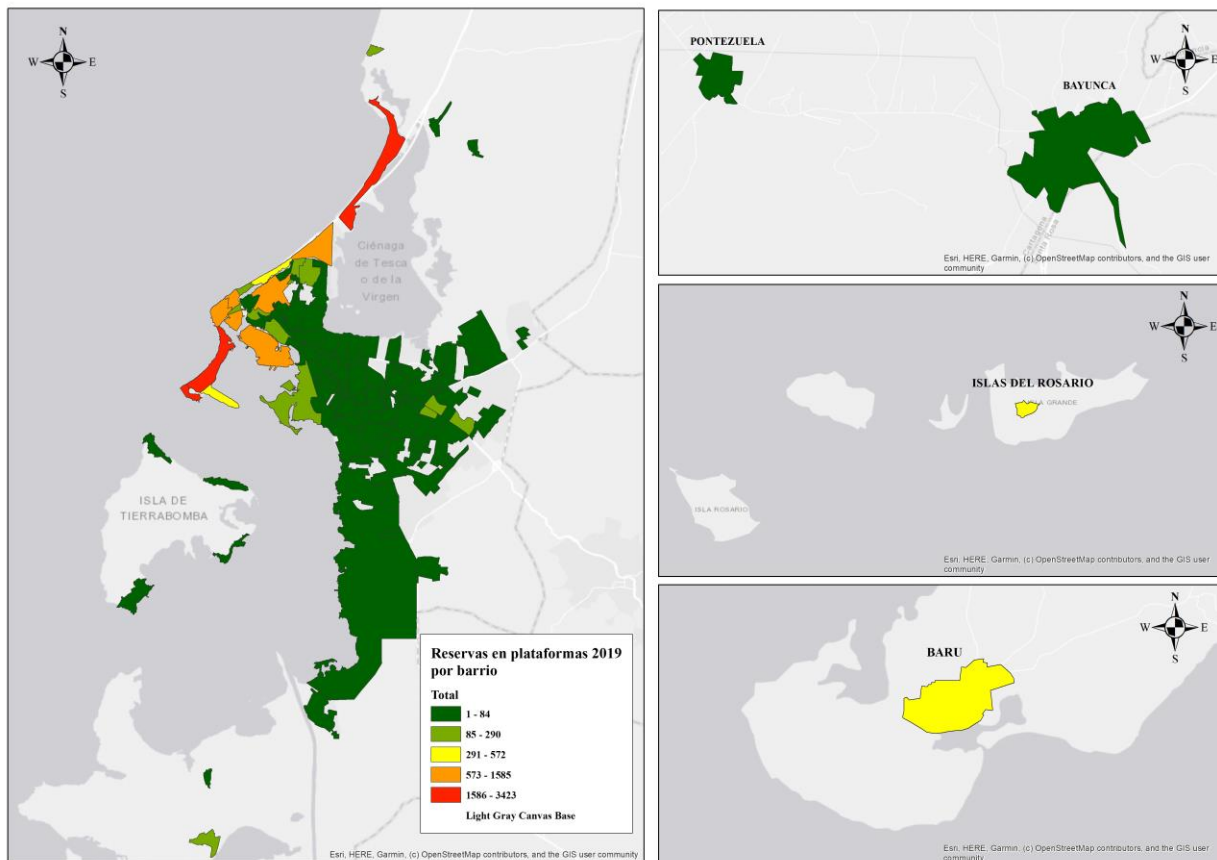
Gráfico 35. Tasa de ocupación mensual de alojamiento en Cartagena, 2019-2021.



Fuente: CEDEC – Cámara de Comercio de Cartagena con base en Transparent.

Por barrios, se ha presentado continuamente un mayor número de reservas en la Localidad 1 Histórica y del Caribe Norte, zona preferida por los turistas para hospedarse por el desarrollo de las principales actividades turísticas y la cercanía a las playas y los grandes monumentos de la ciudad. Esto incluye una amplia gama de hoteles y hostales, casas y apartamentos de todo tipo de precios y de acuerdo con el tipo de turista, sus motivos de viaje y preferencias. Los barrios con mayor número de reservas son en su orden Bocagrande (11.341), El Laguito (8.627), La Boquilla (7.684), Centro Histórico (6.487), Getsemaní (4.456), Manga (4.045), entre otros como San Diego, Marbella, Crespo, Torices, El Cabrero, Castillogrande, la zona insular y extendida a otros barrios de la zona centro-occidental como EL Bosque, Pie de la Popa, Daniel Lemaître y Canapote.

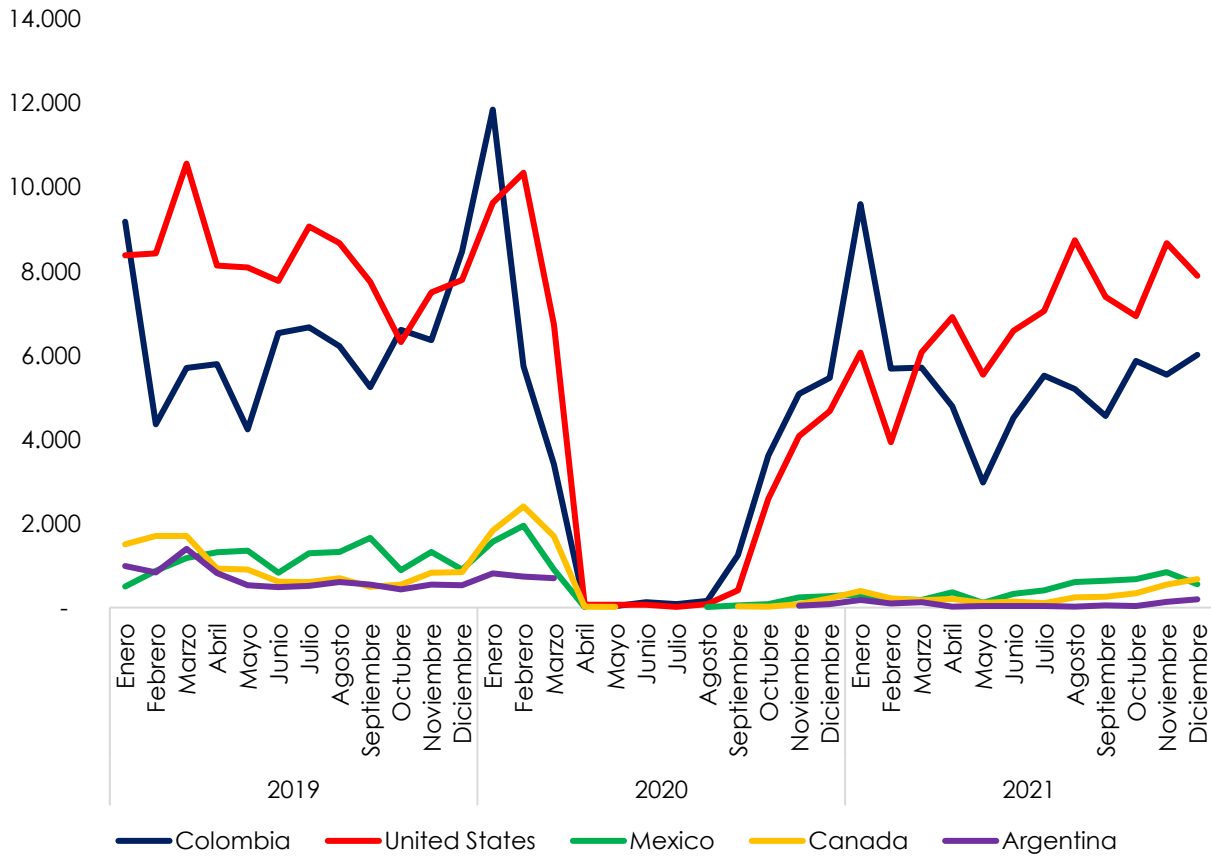
Mapa 4. Variación del número de reservas en Cartagena a través de plataformas digitales según barrios, 2019-2021.



Fuente: CEDEC – Cámara de Comercio de Cartagena con base en Transparent. *Seguir link de la imagen para observar la evolución anual

La tendencia observada anteriormente coincide con el comportamiento de los viajeros que llegaron a la ciudad en el periodo comprendido entre el 2019 y 2021. La gráfica 35 muestra que el origen de la mayoría de los visitantes que llegan a Cartagena es de Estados Unidos, así como de otras partes de Colombia, y en menor medida de países como México y Canadá. Por otra parte, es a partir de marzo de 2020 que la cantidad de viajeros disminuye de manera considerable para los cuatro principales orígenes, y a partir del mes de agosto se evidencia la recuperación de las visitas de viajeros principalmente nacionales, lo que denota la importancia del turismo doméstico para la reactivación del sector en el departamento.

Gráfico 36. Viajeros por país que ingresaron a Cartagena, 2019-2021



Fuente: CEDEC – Cámara de Comercio de Cartagena con base en Transparent

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Mundial. (2022). *Global Economic Prospects: January 2022*. Washington D.C.: World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-1758-8
- Centro de Estudios para el Desarrollo y la Competitividad- CEDEC. (2019). *Inversión empresarial en los municipios del norte de Bolívar, 2020*. Cartagena: Cámara de Comercio de Cartagena.
- Confecámaras. (2020). *Encuesta Nacional de Medición de Impacto del COVID-19 para el sector empresarial*. Bogotá.
- Confecámaras. (2016). *Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia*. Bogotá.
- Confecámaras. (2018). *Nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia*. Bogotá.
- Confecámaras. (2019). *Manual de demografía empresarial adaptado para Colombia*. Bogotá.
- Eurostat - OECD European Commission. (2007). *Eurostat-OECD Manual on Business Demography Statistics*. París, Francia: OECD Publishing.
- Fondo Monetario Internacional - FMI. (2021). *Perspectivas de la economía mundial: Manejar recuperaciones divergentes*.
- Grupo Puerto de Cartagena. (2021).
- Julca, E. (2020). *Pandemias y su efecto en el turismo: lecciones del pasado y nuevos retos*. Lima. doi:<https://doi.org/10.24265/cultura.2020.v34.11>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). *El turismo en cifras: Enero 2022*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *¡En 2019 el turismo en Colombia rompió récords!* Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021). *El turismo en cifras: Diciembre 2020*.
- Muñoz, E. (2018). . Procesos de territorialización de la globalización a través del turismo. Análisis de las relaciones global-local que promueve este fenómeno. 557-572. doi:<https://doi.org/10.21500/16578031.3835>
- Olivera, A. (2020). Globalización, urbanización y salud: Impactos de la COVID-19. *Arquitectura y Urbanismo*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=376865021002>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (1993). *Resolución sobre la clasificación interancional de la situación en el empleo adoptado por la Decimoquinta Conferencia de Estadísticos Laborales*.
- Organización Mundial del Turismo - OMT. (2021). *Panorama del turismo internacional: Edición 2020*. Madrid. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284422746>
- Organización Mundial del Turismo - OMT. (2022). *Tourism enjoys strong start to 2022 while facing new uncertainties*. Obtenido de <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
- Organización Mundial del Turismo - OMT. (2022). *Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels*. Obtenido de <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *Las vacunas y la reapertura de las fronteras impulsan la recuperación del turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20C3%BAItima%20edici%C3%B3n%20del,resultados%20desde%20abril%20de%202020>.
- Revista Semana. (2022). *Turismo en Cartagena: proyecciones y retos para el 2022*. Obtenido de <https://www.semana.com/economia/articulo/turismo-en-cartagena-proyecciones-y-retos-para-el-2022/202248/>
- Rivero, J., Hernández, J., Corral, S., & Navarro, M. (2020). *Turismo pos-COVID-19: Reflexiones, retos y oportunidades*. doi:<https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020>

7. ANEXOS

Anexo 1. Tasa de supervivencia según subsectores económicos

CIIU 2013	Grupo	Actividad 2013	2013	2021	P%
4921	Transporte	Transporte de pasajeros	92	9	10%
5011	Transporte	Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje	19		0%
5021	Transporte	Transporte fluvial de pasajeros	3	1	33%
5511	Alojamiento	Alojamiento en hoteles	56	16	29%
5512	Alojamiento	Alojamiento en apartahoteles	6		0%
5513	Alojamiento	Alojamiento en centros vacacionales	1		0%
5514	Alojamiento	Alojamiento rural	3	1	33%
5519	Alojamiento	Otros tipos de alojamientos para visitantes	27	4	15%
5520	Actividades recreativas	Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales	4		0%
5530	Alojamiento	Servicios por horas	3	1	33%
5590	Alojamiento	Otros tipos de alojamiento n.c.p.	3		0%
5611	Restaurantes	Expendio a la mesa de comidas preparadas	295	28	9%
5612	Restaurantes	Expendio por autoservicio de comidas preparadas	16		0%
5613	Restaurantes	Expendio de comidas preparadas en cafeterías	22	1	5%
5619	Restaurantes	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.	39	6	15%
5621	Restaurantes	Catering para eventos	20		0%
5629	Restaurantes	Actividades de otros servicios de comidas	11	1	9%
5630	Bares	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	152	12	8%
6614	Servicios	Actividades de las casas de cambio	1		0%
7710	Servicios	Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores	19	1	5%
7911	Servicios	Actividades de las agencias de viajes	23	8	35%
7912	Servicios	Actividades de operadores turísticos	23	6	26%
7990	Servicios	Otros servicios de reserva y actividades relacionadas	1		0%
8230	Servicios	Organización de convenciones y eventos comerciales	13	5	38%
9007	Actividades recreativas	Actividades de espectáculos musicales en vivo	12	1	8%
9008	Actividades recreativas	Otras actividades de espectáculos en vivo	3		0%
9102	Actividades recreativas	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos	1		0%

CIIU 2013	Grupo	Actividad 2013	2013	2021	P%
9103	Actividades recreativas	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales	1		0%
9321	Actividades recreativas	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos	4		0%
9329	Actividades recreativas	Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.	10	1	10%
Total general			882	102	12%

Fuente: Cálculos del CEDEC con base en Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Cartagena

Anexo 2. Tasa de liquidación según subsectores económicos

Actividad 2013	Empresas activas en 2013	Acumulado de empresas liquidadas entre 2013 y 2021	P%
Transporte de pasajeros	92	31	34%
Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje	19	6	32%
Transporte fluvial de pasajeros	3	4	133%
Alojamiento en hoteles	55	8	15%
Alojamiento en apartahoteles	6	1	17%
Alojamiento en centros vacacionales	1	0	0%
Alojamiento rural	3	2	67%
Otros tipos de alojamientos para visitantes	27	8	30%
Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales	4	0	0%
Servicios por horas	3	0	0%
Otros tipos de alojamiento n.c.p.	3	1	33%
Expendio a la mesa de comidas preparadas	295	150	51%
Expendio por autoservicio de comidas preparadas	16	11	69%

Actividad 2013	Empresas activas en 2013	Acumulado de empresas liquidadas entre 2013 y 2021	P%
Expendio de comidas preparadas en cafeterías	22	17	77%
Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.	39	35	90%
Catering para eventos	20	12	60%
Actividades de otros servicios de comidas	11	15	136%
Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	152	223	147%
Actividades de las casas de cambio	1	0	0%
Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores	19	14	74%
Actividades de las agencias de viajes	23	4	17%
Actividades de operadores turísticos	23	20	87%
Otros servicios de reserva y actividades relacionadas	1	6	600%
Organización de convenciones y eventos comerciales	13	11	85%
Actividades de espectáculos musicales en vivo	12	11	92%
Otras actividades de espectáculos en vivo	3	3	100%
Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos	1	1	100%
Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales	1	1	100%
Actividades de parques de atracciones y parques temáticos	4	2	50%
Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.	10	24	240%
	882	621	70%

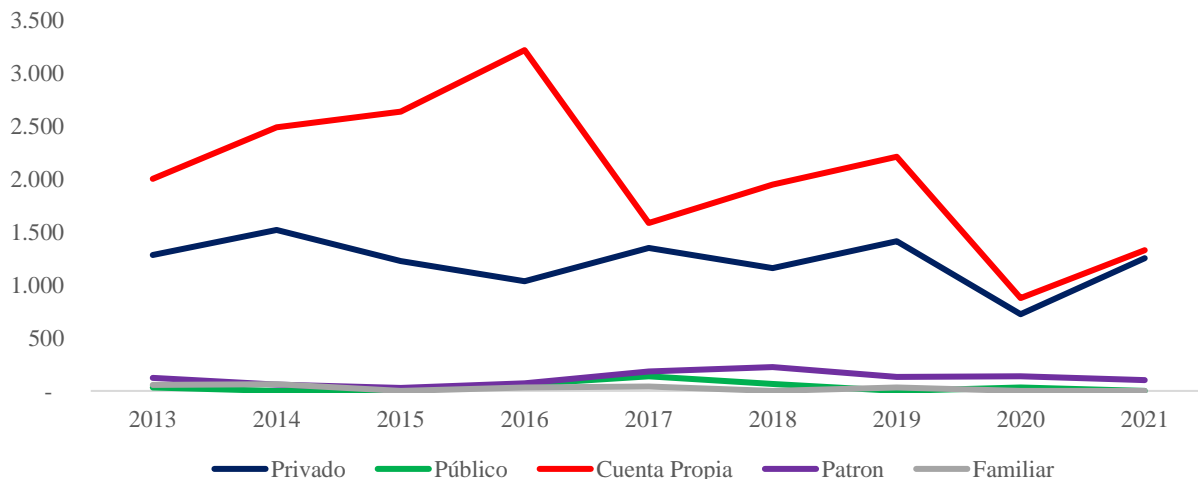
Fuente: Cálculos del CEDEC con base en Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Cartagena

Tabla A1. Categorización de las actividades del Clúster Turístico en Cartagena.

Código	Actividad Económica	Categoría
4911	Transporte férreo de pasajeros	Transporte
4921	Transporte de pasajeros	Transporte
5011	Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje	Transporte
5021	Transporte fluvial de pasajeros	Transporte
5111	Transporte aéreo nacional de pasajeros	Transporte
5112	Transporte aéreo internacional de pasajeros	Transporte
5511	Alojamiento en hoteles	Alojamiento
5512	Alojamiento en apartahoteles	Alojamiento
5513	Alojamiento en centros vacacionales	Alojamiento
5514	Alojamiento rural	Alojamiento
5519	Otros tipos de alojamientos para visitantes	Alojamiento
5520	Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales	Alojamiento
5530	Servicios por horas	Alojamiento
5590	Otros tipos de alojamiento n.c.p.	Alojamiento
5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	Restaurantes

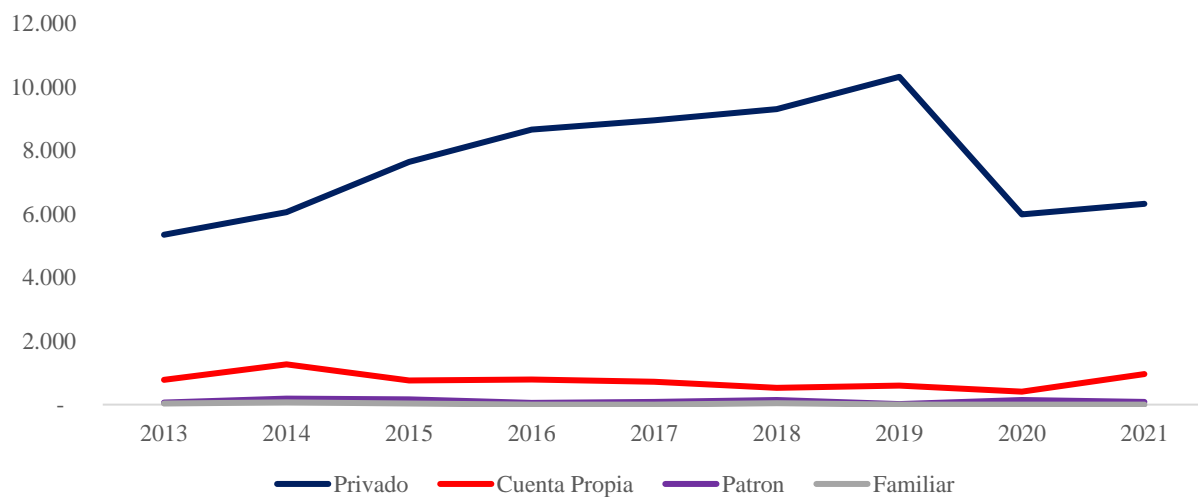
Código	Actividad Económica	Categoría
5612	Expendio por autoservicio de comidas preparadas	Restaurantes
5613	Expendio de comidas preparadas en cafeterías	Restaurantes
5619	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.	Restaurantes
5621	Catering para eventos	Restaurantes
5629	Actividades de otros servicios de comidas	Restaurantes
5630	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	Bares
6614	Actividades de las casas de cambio	Servicios
7710	Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores	Servicios
7911	Actividades de las agencias de viajes	Servicios
7912	Actividades de operadores turísticos	Servicios
7990	Otros servicios de reserva y actividades relacionadas	Servicios
8230	Organización de convenciones y eventos comerciales	Servicios
9007	Actividades de espectáculos musicales en vivo	Actividades recreativas
9008	Otras actividades de espectáculos en vivo	Actividades recreativas

Figura A1. Distribución de los ocupados según tipo de ocupación, Actividades Recreativas



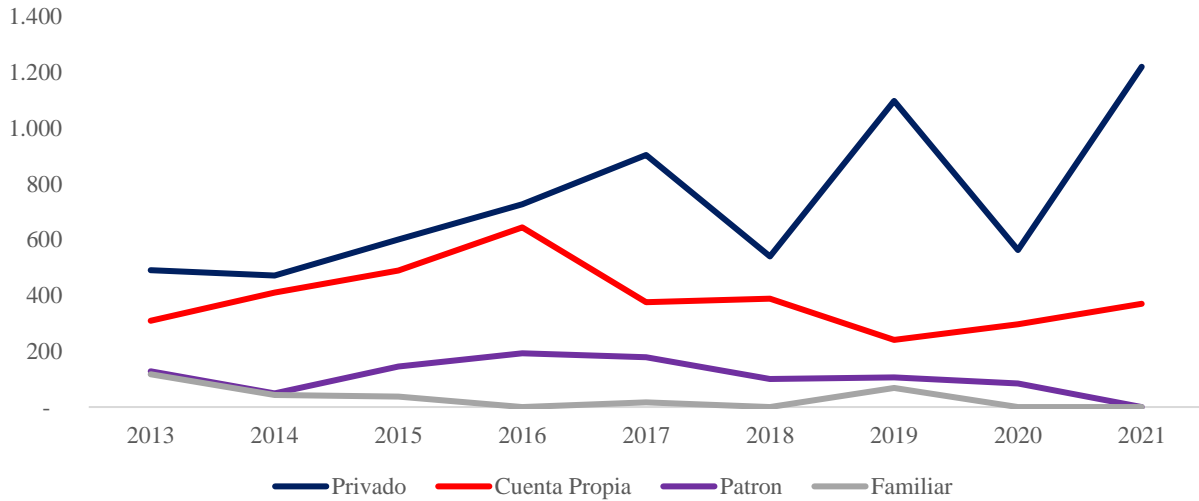
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la GEIH-DANE

Figura A2. Distribución de los ocupados según tipo de ocupación, Alojamiento



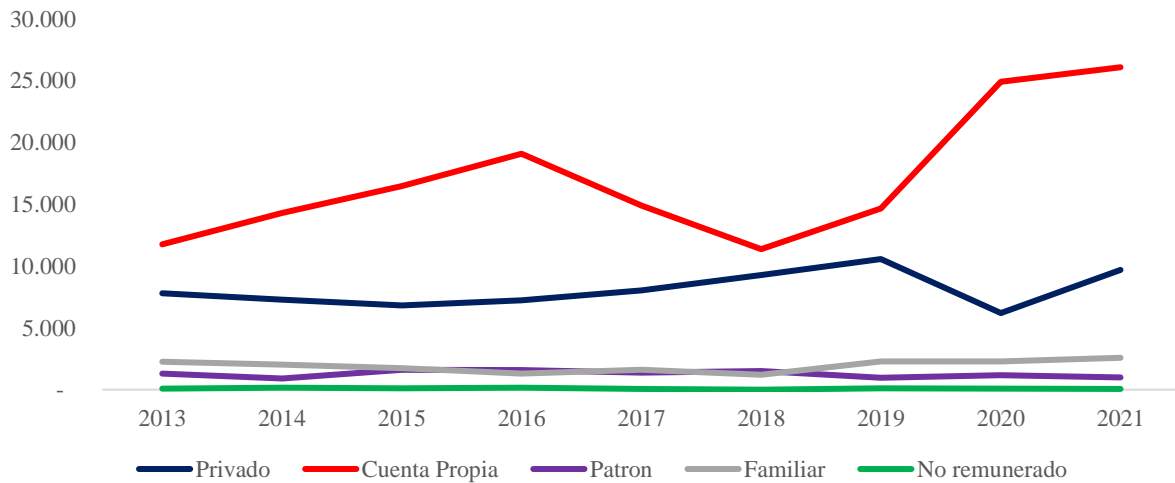
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la GEIH-DANE

Figura A3. Distribución de los ocupados según tipo de ocupación, Bares



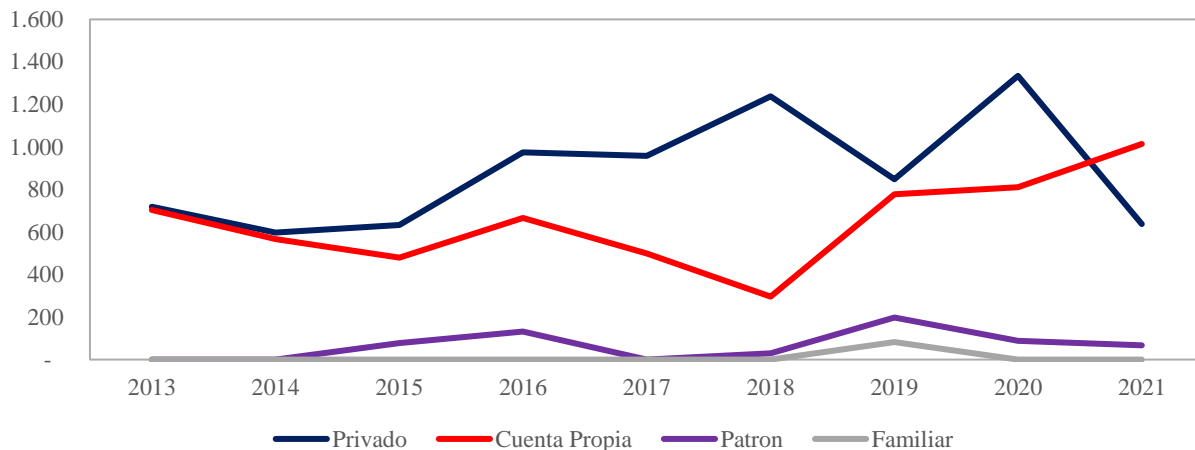
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la GEIH-DANE

Figura A4. Distribución de los ocupados según tipo de ocupación, Restaurantes



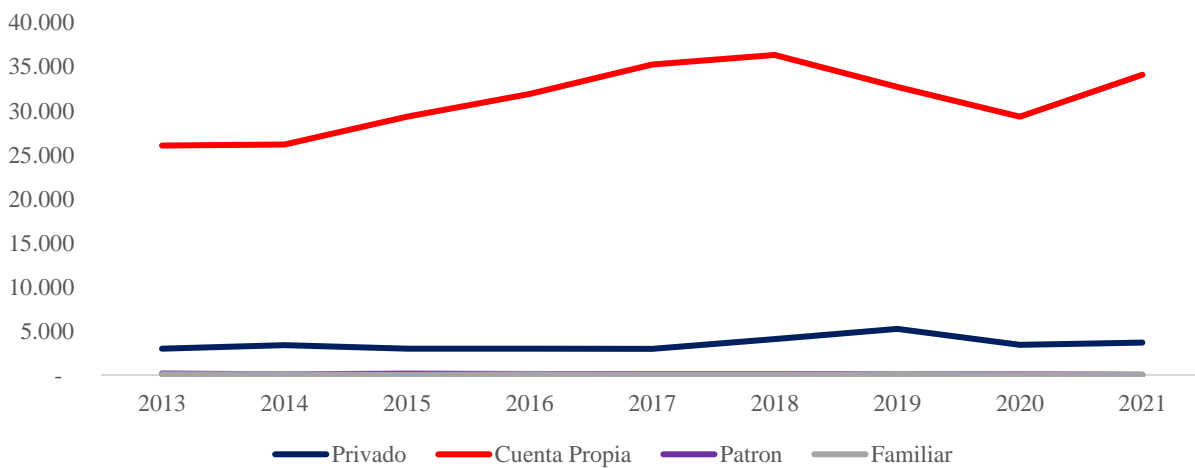
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la GEIH-DANE

Figura A5. Distribución de los ocupados según tipo de ocupación, Servicios



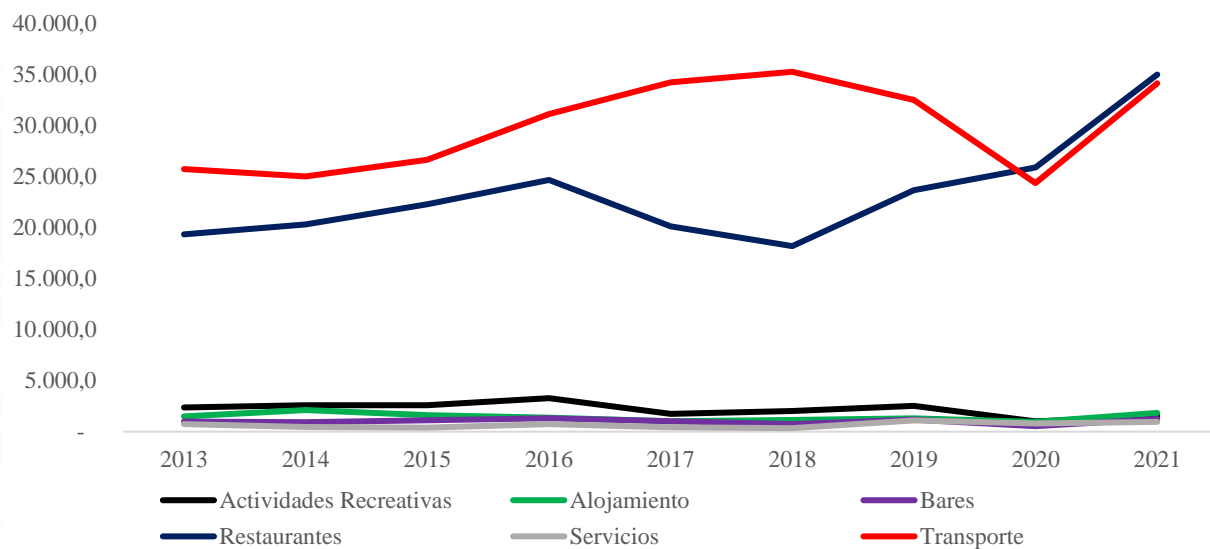
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la GEIH-DANE

Figura A6. Distribución de los ocupados según tipo de ocupación, Transporte



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la GEIH-DANE

Figura A7. Evolución del número de informales por categoría, 2013-2021



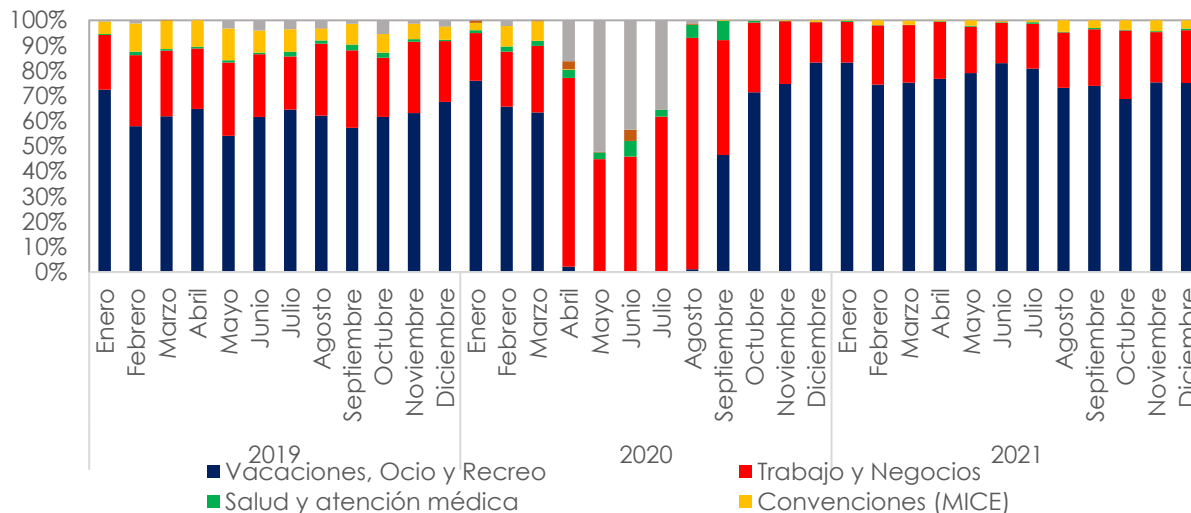
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la GEIH-DANE

Figura A8. Promedio de pasajeros por recalada y ratio de Tripulantes/Pasajeros en la terminal de transporte de cruceros de Cartagena, 2013-2020.



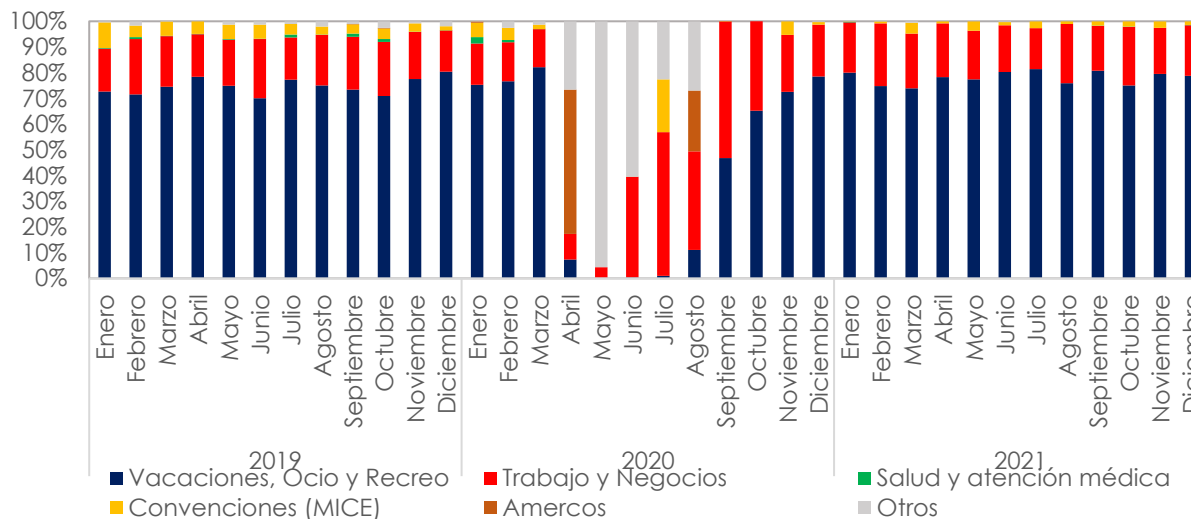
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de SPRC

Figura A9. Distribución de los motivos de viaje de huéspedes residentes, Cartagena, 2019-2021



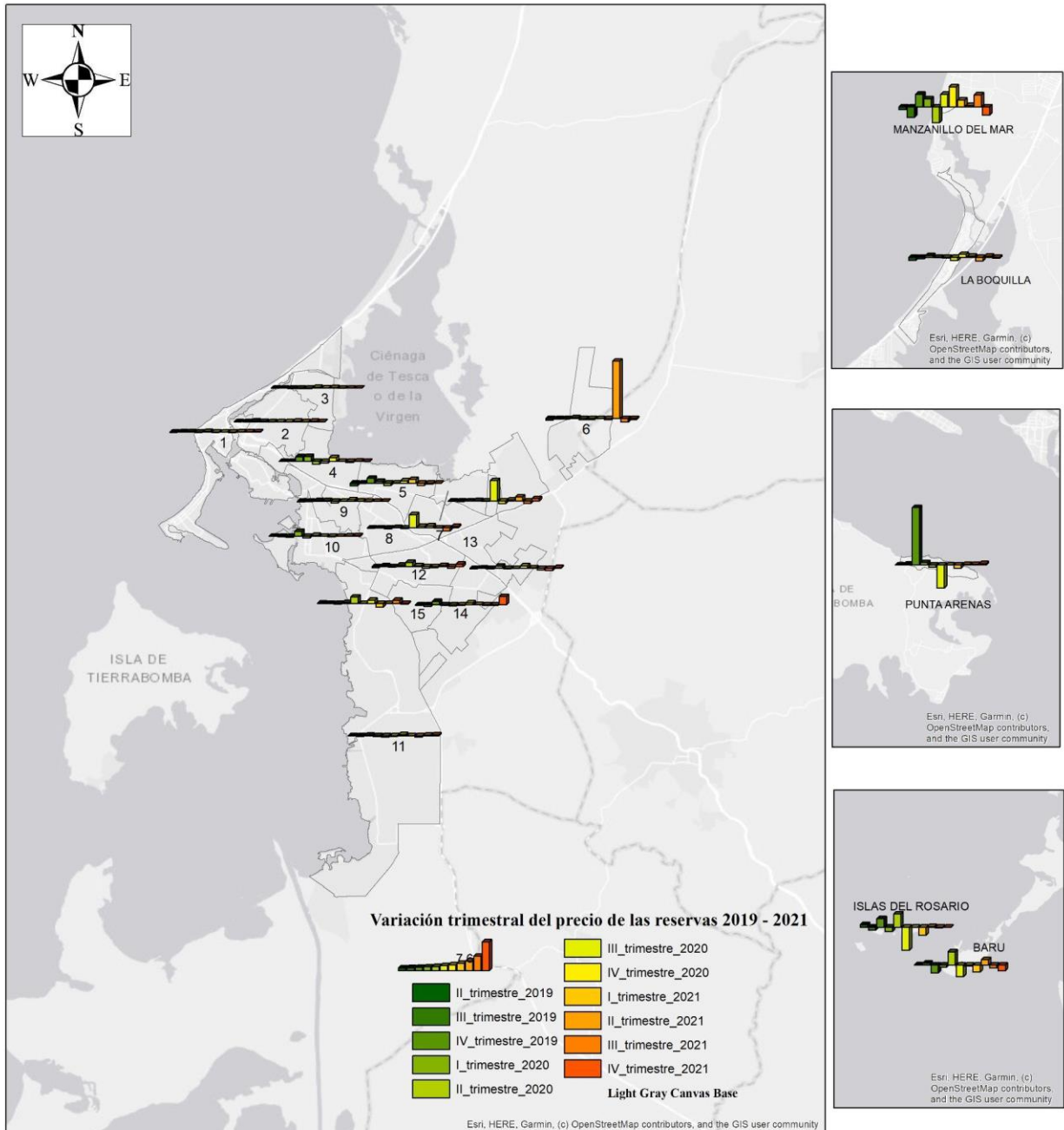
Fuente: Elaboración propia basado en los datos de la EMA-DANE.

Figura A10. Distribución de los motivos de viaje de huéspedes no residentes, Cartagena, 2019-2021



Fuente: Elaboración propia basado en los datos de la EMA-DANE.

Mapa A1. Variación de precios de reservas en Cartagena a través de plataformas digitales según barrios, 2019-2021.



Fuente: CEDEC – Cámara de Comercio de Cartagena con base en Transparent.