

**IMPACTO DE LOS PROCESOS TÉCNICOS EN LA PRODUCTIVIDAD Y
COMPETITIVIDAD DEL TURISMO GASTRONÓMICO AFROCOLOMBIANO DE LA
CIUDAD DE CALI**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ADMINISTRADOR(A)
TURÍSTICA**



**JOSSELIN DIAGO RODRIGUEZ (2177528)
LINA FERNANDA REVELO CAIPE (2190235)**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
CALI, VALLE**

2025

**IMPACTO DE LOS PROCESOS TÉCNICOS EN LA PRODUCTIVIDAD Y
COMPETITIVIDAD DEL TURISMO GASTRONÓMICO AFROCOLOMBIANO DE LA
CIUDAD DE CALI**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ADMINISTRADOR(A)
TURÍSTICA**



**DIRECTOR DE TESIS
JUAN MANUEL VALENCIA VELOSA**

**PRESENTADO POR
JOSSELIN DIAGO RODRIGUEZ (2177528)
LINA FERNANDA REVELO CAIPE (2190235)**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
CALI, VALLE**

2025

DEDICATORIA

DESEO DEDICAR ESTE LOGRO A TODAS LAS PERSONAS QUE HAN SIDO LUZ Y COMPAÑÍA A LO LARGO DE ESTE CAMINO. A MIS PADRES, CUYA FORTALEZA, AMOR Y ENTREGA INCONDICIONAL HAN SIDO MI MAYOR EJEMPLO; GRACIAS POR CONFIAR EN MÍ INCLUSO EN LOS MOMENTOS EN QUE DUDÉ, Y POR INSPIRARME CON CADA GESTO Y PALABRA. A MI FAMILIA, POR SU CARÍÑO QUE SOSTIENE Y SU APOYO QUE NUNCA FALTA, A MIS AMIG@S, POR ACOMPAÑARME CON PACIENCIA, COMPRENSIÓN Y ALEGRÍA, RECORDANDOME QUE NO CAMINO SOLA. Y A LA CASA CULTURAL EL CHONTADURO ESPECIALMENTE AL PREICFES COMUNITARIO POPULAR PAULO FREIRE, POR CADA ENSEÑANZA, POR LA FORMACIÓN QUE MARCÓ MI RUMBO Y POR ESE RESPALDO CONSTANTE QUE DEJÓ HUELLA. ESTE LOGRO NACE DE MI ESFUERZO, RESILIENCIA Y COMPROMISO, PERO TAMBIÉN DEL AMOR INMENSO Y EL APOYO SINCERO QUE CADA UNO DE USTEDES ME HA REGALADO.

JOSSELIN DIAGO RODRIGUEZ

AGRADECIMIENTOS

AGRADECEMOS EN PRIMER LUGAR A DIOS POR BRINDARNOS LA FORTALEZA, LA SABIDURÍA Y LAS OPORTUNIDADES QUE HICIERON POSIBLE LA CULMINACIÓN DE ESTE PROYECTO, EXTENDEMOS NUESTRA GRATITUD A LOS MIEMBRO DE LA SECRETARÍA DE TURISMO Y A CADA UNA DE LAS PERSONAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE NOS RECIBIERON CON DISPOSICIÓN Y APERTURA; GRACIAS POR SU DEDICACIÓN, PACIENCIA Y COMPROMISO, POR COMPARTIR INFORMACIÓN VALIOSA Y POR APORTAR DE MANERA ESENCIAL AL DESARROLLO Y LA CALIDAD DE ESTE TRABAJO DE GRADO. ASIMISMO, EXPRESAMOS NUESTRO MÁS PROFUNDO AGRADECIMIENTO A LOS DOCENTES QUE HICIERON PARTE DE NUESTRA FORMACIÓN UNIVERSITARIA, QUIENES, CON SU GUIA, CONOCIMIENTOS Y EJEMPLO DEJARON UNA HUELLA SIGNIFICATIVA EN NUESTRO PROCESO ACADÉMICO Y PROFESIONAL. A TODOS USTEDES, GRACIAS POR ACOMPAÑARNOS Y CONTRIBUIR A ESTE LOGRO.

JOSSELIN DIAGO RODRIGUEZ - LINA FERNANDA REVELO CAIPE

Tabla de contenido

1. Resumen	10
2. Abstract	12
3. Introducción	14
4. Aspectos metodológicos	15
4.1 Antecedentes	15
5. Problema de investigación	20
5.1 Planteamiento del problema	20
5.2 Formulación del problema	21
6. Objetivos	22
6.1 Objetivo General	22
6.2 Objetivos Específicos	22
7. Justificación	23
8. Marco referencial	24
8.1 Marco teórico	24
8.2 Marco conceptual	28
8.3 Marco contextual	31
8.4 Marco jurídico legal	33
9. Metodología	37
10. Instrumento de medición	39
11. Recursos disponibles	43
12. Cronograma de actividades	44
13. Presupuesto para la elaboración del proyecto	45
14. Desarrollo	46
14.1 Diseño del modelo teórico	46
15. Resultados	51
15.1 Validación del modelo teórico	51
15.2 Caracterización del patrimonio alimentario e identidad cultural afrocolombiana	51
15.3 Procesos Técnicos y su aplicación en los establecimientos	59
15.4 Productividad de los establecimientos	66
15.5 Competitividad en los establecimientos gastronómicos	74
16. Análisis	85

17. Conclusiones	89
18. Recomendaciones	91
19. Referencias	93
20. Anexos	97

Lista de Figuras

Figura 1.	50
Figura 2.	52
Figura 3.	53
Figura 4.	54
Figura 5.	55
Figura 6.	56
Figura 7.	57
Figura 8.	58
Figura 9.	59
Figura 10.	60
Figura 11.	61
Figura 12.	62
Figura 13.	62
Figura 14.	63
Figura 15.	64
Figura 16.	65
Figura 17.	65
Figura 18.	67
Figura 19.	67
Figura 20.	68
Figura 21.	69
Figura 22.	70
Figura 23.	71
Figura 24.	72
Figura 25.	73
Figura 26.	74
Figura 27.	75
Figura 28.	75
Figura 29.	77
Figura 30.	77
Figura 31.	78
Figura 32.	79
Figura 33.	80
Figura 34.	81
Figura 35.	82
Figura 36.	83

Lista de Anexos

Anexo A. Evidencia fotográfica de realización de encuestas	97
Anexo B. Solicitud de permisos a la Secretaría de Turismo y Cultura para acceder a datos de los establecimientos gastronómicos	99

1. Resumen

El presente trabajo de grado analiza y describe los procesos técnicos presentes en el turismo gastronómico afrocolombiano en la ciudad de Cali, así como las dimensiones asociadas a productividad y competitividad del sector. El estudio parte del reconocimiento de la gastronomía afro como un componente esencial del patrimonio cultural inmaterial del pacífico colombiano y como una oportunidad para fortalecer la economía local, la identidad cultural y la inclusión social de comunidades históricamente marginadas. Sin embargo, numerosos establecimientos gastronómicos afro presentan limitaciones operativas derivadas de la ausencia de procesos técnicos estandarizados, debilidades en la gestión organizacional, insuficiente uso de tecnologías y retos en la calidad del servicio, aspectos que forman parte de la caracterización organizativa del subsector dentro del mercado turístico local.

La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo y no experimental de corte transversal. Se aplicó un censo a 100 establecimientos gastronómicos afrocolombianos ubicados en zonas estratégicas de Cali, mediante una encuesta estructurada que evaluó dimensiones relacionadas con procesos técnicos, productividad y competitividad. Los resultados evidenciaron una alta presencia de platos pertenecientes al patrimonio alimentario afro, así como una fuerte identidad cultural en las propuestas culinarias. No obstante, se identificaron debilidades en el intercambio de saberes, el uso de sistemas tecnológicos, la inversión en digitalización y la estandarización de procesos operativos.

El análisis permitió describir el comportamiento de las variables observadas en cada dimensión. Factores como la inocuidad alimentaria, la capacitación del personal, la adopción de

TIC y la articulación con actores del sector turístico se presentan con niveles diferenciados de implementación dentro de los establecimientos analizados. Se concluye que el turismo gastronómico afrocolombiano en Cali cuenta con una base cultural sólida y prácticas técnicas parcialmente formalizadas, configurando un panorama organizativo que puede servir como referencia para futuros estudios del subsector.

Palabras clave: Turismo gastronómico, Procesos técnicos, productividad, competitividad, identidad cultural Cali.

2. Abstract

This thesis analyzes and describes the technical processes present in Afro-Colombian gastronomic tourism in the city of Cali, as well as the dimensions associated with the sector's productivity and competitiveness. The study begins by recognizing Afro-Colombian gastronomy as an essential component of the intangible cultural heritage of the Colombian Pacific region and as an opportunity to strengthen the local economy, cultural identity, and social inclusion of historically marginalized communities. However, numerous Afro-Colombian gastronomic establishments face operational limitations stemming from the absence of standardized technical processes, weaknesses in organizational management, insufficient use of technology, and

challenges in service quality—aspects that form part of the organizational characterization of this subsector within the local tourism market.

The methodology employed was quantitative, with a descriptive, non-experimental, cross-sectional design. A census was conducted in 100 Afro-Colombian gastronomic establishments located in strategic areas of Cali, using a structured survey that assessed dimensions related to technical processes, productivity, and competitiveness. The results revealed a high presence of dishes belonging to the Afro-Colombian culinary heritage, as well as a strong cultural identity in the culinary offerings. However, weaknesses were identified in knowledge sharing, the use of technological systems, investment in digitalization, and the standardization of operational processes.

The analysis allowed for a description of the behavior of the variables observed in each dimension. Factors such as food safety, staff training, ICT adoption, and collaboration with stakeholders in the tourism sector showed varying levels of implementation among the establishments analyzed. It is concluded that Afro-Colombian gastronomic tourism in Cali has a solid cultural foundation and partially formalized technical practices, creating an organizational landscape that can serve as a reference for future studies of the subsector.

Keywords: Gastronomic tourism, technical processes, productivity, competitiveness, cultural identity, Cali.

3. Introducción

El turismo gastronómico se ha convertido en una herramienta clave para el desarrollo económico, cultural y social de los territorios. En ciudades como Santiago de Cali, donde confluyen diversas expresiones culturales afrocolombianas, este tipo de turismo representa una oportunidad para visibilizar saberes ancestrales, dinamizar economías locales y generar inclusión social en comunidades históricamente afectadas por vulnerabilidades y diversas formas de exclusión

Sin embargo, muchos emprendimientos gastronómicos afro en Cali presentan retos organizativos relacionados con la formalización de procesos técnicos, la gestión operativa y la adopción de herramientas tecnológicas. Estas condiciones configuran un panorama organizativo diverso entre el sector turístico local, en el cual se observan distintos niveles de estructura y funcionamiento interno.

En este contexto el presente proyecto tiene como propósito analizar y describir los procesos técnicos presentes en el turismo gastronómico afrocolombiano en Cali, así como caracterizar las dimensiones asociadas a productividad y competitividad del sector. Para ello se propone el diseño y aplicación de un modelo teórico que permite organizar conceptualmente estas dimensiones y examinar su comportamiento en establecimientos representativos del subsector el estudio parte de una revisión de antecedentes relevantes sobre gestión organizacional, condiciones laborales, inocuidad alimentaria, adopción de tecnologías e inclusión social de distintos contextos gastronómicos. Estas referencias ofrecen insumos teóricos para comprender cómo han sido abordadas estas dimensiones en la literatura especializada y permiten estructurar un análisis descriptivo aplicado al contexto caleño.

4. Aspectos metodológicos

4.1 Antecedentes

A partir de las revisiones respectivas, a continuación, se enuncian las investigaciones consideradas más relevantes con respecto a los procesos técnicos en el turismo gastronómico y su influencia en la productividad y competitividad del sector:

Primeramente, Peralta, Cervantes, Polo y Pantoja (2022) investigaron las alianzas estratégicas en el turismo gastronómico de Puerto Colombia, Atlántico, aprovechando su posición geográfica para la actividad portuaria y turística. El estudio tuvo un enfoque cualitativo, tipo descriptivo y diseño no experimental- transeccional.

La población objeto de estudio fue de 163 restaurantes registrados en la oficina de turismo de la alcaldía municipal de Puerto Colombia, de los cuales se seleccionó una muestra probabilística de 115 establecimientos, para lo cual se aplicó una encuesta con un cuestionario tipo Likert para recolectar la información.

Los resultados permitieron identificar los requisitos para establecer alianzas estratégicas, definir las necesidades del entorno local, y al final concluyeron que las alianzas estratégicas fortalecen el turismo gastronómico, por lo cual el artículo es importante para este trabajo de grado porque va a permitir saber la importancia de las alianzas estratégicas en la productividad y competitividad.

Por otro lado, Guarín, Ballestas y Méndez (2021) analizaron la satisfacción laboral en los establecimientos gastronómicos de Bucaramanga. El estudio tuvo como objetivo describir las dimensiones de la satisfacción laboral con base en el cuestionario Satisfacción “S20/23”, que consta de 23 ítems, que responden en una escala desde muy insatisfecho hasta muy satisfecho, el cual mide la satisfacción o insatisfacción laboral en cinco dimensiones abordando aspectos

como el trabajo, la participación en decisiones, la relación con los superiores, las condiciones físicas del entorno laboral y el reconocimiento, la investigación tiene un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, aplicando el cuestionario a una muestra de 90 trabajadores de 30 establecimientos gastronómicos.

Los resultados evidenciaron una tendencia hacia la satisfacción con las condiciones físicas del trabajo, lo que se asocia a la implementación de medidas de seguridad y salud laboral. También en ciertos grupos poblacionales se identificaron áreas de mejora como en el reconocimiento y la participación en decisiones, al final se concluye que la satisfacción laboral es importante para la estabilidad y desarrollo del sector gastronómico, por lo que se recomienda a los establecimientos implementar estrategias organizacionales que fortalezcan el bienestar y la motivación de sus empleados.

El artículo es significativo para el turismo gastronómico afrocolombiano en Cali, ya que da herramientas para la aplicación de estrategias en el análisis del ambiente laboral de los establecimientos gastronómicos, lo que permitirá ver el impacto de la productividad y la calidad del servicio.

Mientras tanto, Pulido, Jiménez y León (2021) realizaron un estudio sobre la evaluación higiénico- sanitaria de restaurantes vinculados a la actividad turística en Varadero, Cuba, considerando la importancia de la inocuidad alimentaria en la satisfacción del cliente y la calidad del servicio. El objetivo del estudio fue diagnosticar la situación higiénico-sanitaria de estos establecimientos, evaluando a 33 restaurantes en operación mediante 10 dimensiones y 116 indicadores, integrados en el Índice global de cumplimiento de los prerrequisitos sanitarios.

El estudio fue de enfoque cuantitativo y diseño descriptivo, el cual evidenció un cumplimiento general del 87% en los indicadores evaluados, aunque el 67% de los restaurantes

presentaron deficiencias que requerían atención inmediata. Se halló una relación moderadamente fuerte entre el nivel de gestión de la inocuidad, la capacitación del personal y la forma de administración.

Esta investigación es esencial para el turismo gastronómico, porque los establecimientos de restauración deben cumplir con los requisitos sanitarios, por ello, el artículo permite identificar algunas deficiencias en los protocolos higiénico-sanitarios lo cual es importante para el presente estudio.

Por su parte, Cruz y Miranda (2019) desarrollaron un estudio sobre la adopción de tecnologías de la información (TIC) en los restaurantes de Puerto Nuevo, Rosarito, Baja California, con el fin de analizar el impacto en la gestión y competitividad del sector. La investigación, de enfoque cuantitativo y diseño descriptivo, incluyó la aplicación de un cuestionario a 23 administradores de restaurantes registrados en el Comité de Turismo y Convenciones (COTUCO) de Rosario.

Los resultados indicaron un alto nivel de adopción de las TIC en la administración de los negocios, aunque el uso del marketing y la gestión de relaciones con los clientes presentaron un índice de adopción medio. Este artículo es un referente ya que se evidenció la necesidad de fortalecer el uso de herramientas digitales para mejorar la competitividad, optimizar la experiencia del cliente y facilitar el acceso a información sobre los servicios ofrecidos.

Desde otra perspectiva Peña, Villafaña, Flores y Espitia (2020) plantearon otro estudio en el cual se analizan las relaciones entre los prestadores de servicios gastronómicos y la actividad turística en Villa de Tezontepec, Hidalgo. Para ello, se utilizó la metodología de sistemas suaves, la cual permitió identificar la influencia de los actores clave y los elementos internos y externos que intervienen en el sistema de MIPYMES gastronómicas locales.

A partir de este análisis, se evidenció cómo los procesos técnicos dentro de estas empresas inciden en su productividad y, por ende, en el desarrollo local. Los resultados del estudio destacan la importancia de la capacitación de técnicas culinarias y operativas para mejorar la competitividad de los establecimientos gastronómicos, este estudio es relevante para el análisis ya que ayuda a identificar qué prácticas pueden fortalecer la eficiencia operativa de los negocios locales.

En otro estudio, Gimenes (2023) encontró la importancia de la alimentación en la oferta turística y su papel en la construcción de experiencias significativas para los visitantes. Este estudio describe las principales características del turismo gastronómico, sus subsegmentos, sus atractivos y los desafíos que enfrenta, además la autora dice que los procesos técnicos adecuados en la preparación, presentación y servicio de los alimentos no solo aumentan la productividad del sector, sino que también mejora la percepción del turista. Por esto, este artículo es pertinente para el caso de estudio.

Por otra parte, Días de Faria y Ferreira da Silva (2011) analizaron los factores de servicio que inciden en la experiencia del consumidor con discapacidad visual dentro de establecimientos gastronómicos en Río de Janeiro. A partir de la aplicación de grupos focales, se identificaron ocho atributos esenciales para garantizar una experiencia satisfactoria: menú accesible, calidad en el servicio, ambiente adecuado, facilidad de movilidad, atención personalizada, ubicación estratégica, nivel de ocupación y accesibilidad exterior.

Los resultados reflejan que la falta de procesos técnicos adaptados a las necesidades de los consumidores con discapacidad afecta la competitividad de los restaurantes, limitando su inclusión dentro del mercado turístico, es por eso su relevancia ya que en la investigación resalta

la necesidad de implementar procesos técnicos especializados en los establecimientos gastronómicos para garantizar un servicio más eficiente e incluyente.

5. Problema de investigación

5.1 Planteamiento del problema

El turismo gastronómico ha sido reconocido como un componente estratégico del desarrollo territorial, en la medida en que articula identidad cultural, experiencia del visitante y dinamización económica (Gimenes,2023; Vera Rebollo & López Palomeque,2016). No obstante, diversos estudios señalan que la sostenibilidad y competitividad del sector no dependen exclusivamente del valor patrimonial de la oferta, sino también de la incorporación de procesos técnicos relacionados con la gestión operativa, la inocuidad alimentaria, la capacitación del personal y la adopción de tecnologías (Cruz & Miranda,2019; Pulido, Jiménez y León, 2021).

Investigaciones previas en contextos gastronómicos han evidenciado que la ausencia o debilidad en la estructuración técnica puede asociarse con limitaciones en la eficiencia operativa, en la calidad del servicio y en posicionamiento competitivo (Peña et al, 2020; Días de Faria & Faria & Ferreira de Silva,2011). En particular, aspectos como la gestión higiénico-sanitaria, el uso de las TIC y la articulación estratégica entre actores han sido identificados como componentes relevantes dentro del desempeño del subsector de restauración turística.

En la ciudad de Cali, el turismo gastronómico afrocolombiano representa una manifestación significativa del patrimonio cultural y constituye una alternativa de generación de ingresos para comunidades afrodescendientes. Sin embargo, dado que este subsector combina tradición culinaria con dinámicas de mercado turístico, su desarrollo no depende únicamente de su riqueza cultural, sino también de las condiciones técnicas bajo las cuales operan los establecimientos.

Cuando los procesos técnicos no se encuentran formalizados o implementados de manera sistemática, pueden presentarse efectos en variables operativas tales como tiempos de servicio,

organización interna, uso de herramientas digitales, cumplimiento de estándares sanitarios y participación en alianzas estratégicas. Estas dimensiones se vinculan con aspectos asociados a productividad y competitividad dentro del sector gastronómico.

Considerando que el fenómeno del turismo gastronómico afrocolombiano en Cali es amplio y heterogéneo, la presente investigación delimita su análisis a establecimientos representativos del subsector, centrándose en la medición de variables específicas relacionadas con prácticas de higiene e inocuidad, capacitación del personal, adopción de tecnologías, organización operativa y participación en redes estratégicas. A partir de estas dimensiones se pretende describir como se manifiestan los procesos técnicos y como se expresan en términos de productividad y competitividad.

En consecuencia, el problema de investigación se orienta a examinar, desde un enfoque cuantitativo descriptivo, la manifestación de los procesos técnicos en el turismo gastronómico afrocolombiano en Cali y su expresión en variables operativas observables.

5.2 Formulación del problema

¿Cómo se describen los procesos técnicos en el turismo gastronómico afrocolombiano en Cali y qué características presentan las dimensiones de productividad y competitividad?

6. Objetivos

6.1 Objetivo General

Analizar los procesos técnicos en el turismo gastronómico afrocolombiano en Cali y describir las dimensiones de productividad y competitividad del sector

6.2 Objetivos Específicos

- Analizar estudios previos sobre procesos técnicos en el turismo Gastronómico y su abordaje dentro de las dimensiones de productividad y competitividad del subsector de restauración turística.
- Diseñar un modelo teórico que organice conceptualmente las dimensiones relacionadas con procesos técnicos productividad y competitividad en el turismo gastronómico
- Aplicar el modelo teórico en establecimientos representativos del turismo gastronómico afrocolombiano en Cali, con el fin de describir el comportamiento de variables observadas

7. Justificación

Justificación teórica

La presente investigación se justifica desde el ámbito teórico porque aborda el análisis de los procesos técnicos dentro del turismo gastronómico afrocolombiano, integrando las dimensiones de productividad y competitividad en un contexto territorial específico como el de Cali. La literatura especializada señala que la profesionalización de los procesos operativos, la gestión sanitaria y la adopción de estrategias organizacionales forman parte de los componentes estudiados en la sostenibilidad del sector turístico (Cruz Estrada & Miranda Zavala, 2019; Park & Widayanta, 2022; García-Pulido et al, 2021).

Si bien existen investigaciones sobre procesos técnicos en establecimientos gastronómicos, son limitados los estudios que abordan estas dimensiones dentro del turismo gastronómico afrocolombiano en contextos urbanos específicos. En este sentido, el trabajo contribuye a ampliar el conocimiento existente al sistematizar estas variables en un modelo aplicado a una realidad territorial concreta, fortaleciendo la comprensión académica del fenómeno.

Justificación metodológica

Desde la perspectiva metodológica, la investigación se sustenta en la aplicación de un instrumento cuantitativo estructurado que permite medir dimensiones operativas asociadas a procesos técnicos, productividad y competitividad en establecimientos gastronómicos afrocolombianos. El cuestionario facilita la recolección organizada de información y posibilita la

descripción de variables observables como prácticas de higiene e inocuidad, capacitación del personal, uso de tecnologías, organización interna y participación en alianzas estratégicas.

Asimismo, la construcción y aplicación del modelo teórico propuesto representa un aporte metodológico en la medida en que adapta referentes conceptuales previos al análisis de un subsector específico, lo cual permite su utilización como base para investigaciones posteriores en contextos similares.

Justificación práctica

Desde el ámbito práctico, la investigación ofrece información organizada sobre aspectos operativos presentes en los establecimientos gastronómicos afrocolombianos de Cali. Estudios recientes han señalado la relevancia de la innovación organizacional y el uso de herramientas digitales dentro del sector turístico (Nguyen, Natoli & Divisekera, 2021; Park & Widyanta, 2022). En este sentido, el estudio proporciona insumos que pueden apoyar la reflexión y la toma de decisiones relacionadas con la gestión interna, la optimización de recursos y el fortalecimiento del posicionamiento dentro del mercado turístico local.

De igual manera, el trabajo aporta a la formación profesional en Administración Turística, al permitir la aplicación de herramientas teóricas y metodológicas en un contexto real, fortaleciendo competencias investigativas y analíticas. También contribuye a visibilizar la importancia de la capacitación técnica y la organización interna en el sector gastronómico, favoreciendo tanto a empresarios como a trabajadores y a la experiencia del visitante.

8. Marco referencial

8.1 Marco teórico

Turismo gastronómico

El turismo gastronómico se ha consolidado como una modalidad del turismo cultural en la que la experiencia culinaria constituye el eje central del viaje. Mas allá del consumo de alimentos, esta practica integra identidad, territorio y memoria colectiva en la construcción de experiencias significativas. Desde esta perspectiva, la gastronomía se configura como un elemento diferenciador del destino al vincular tradición, practicas sociales y expresión cultural (Plà i Batlle, 2021)

Diversos estudios han señalado que la motivación del turista gastronómico se asocia con dimensiones sensoriales, estéticas y simbólicas que enriquecen la experiencia del visitante (Kivela & Crotts, 2006; Ellis et al, 2018). En contextos afrocolombianos, la cocina tradicional representa una manifestación del patrimonio cultural inmaterial, relacionada con saberes transmitidos generacionalmente y con procesos de construcción identitaria (Méndez & Torres,2020).

En la ciudad de Cali, la significativa presencia afrodescendiente permite comprender el turismo gastronómico afrocolombiano como una expresión cultural con proyección económica. No obstante, para que esta expresión cultural pueda sostenerse dentro de la dinámica turística urbana, requiere ciertos niveles de organización y sistematicidad en la prestación del servicio. Este aspecto introduce la necesidad de considerar los procesos técnicos vinculados al funcionamiento de los establecimientos gastronómicos.

Procesos técnicos

Desde el ámbito organizacional, los procesos técnicos se entienden como un conjunto de acciones y procedimientos estructurados que permiten planificar y ejecutar actividades de manera sistemática. En el sector turístico, estos incluyen prácticas relacionadas con el control sanitario, la capacitación del personal, la estandarización del servicio y la incorporación de herramientas tecnológicas (Vargas-Mendoza & Gamboa-Grajales, 2004).

En establecimientos gastronómicos, dichos procesos pueden observarse en el cumplimiento de normas de higiene e inocuidad, la organización interna, la definición de roles, el manejo de inventarios y la utilización de recursos tecnológicos. La literatura sobre gestión de calidad en servicios turísticos reconoce la importancia de estos elementos dentro del desempeño organizacional (García-pulido et al., 2021)

Al introducir los procesos técnicos en el análisis, se incorpora una dimensión operativa que complementa el componente cultural del turismo gastronómico. Esta dimensión permite describir como se estructura y gestiona el servicio dentro del establecimiento

Productividad

Una vez más considerada la dimensión operativa del servicio gastronómico, resulta pertinente abordar el concepto de productividad como expresión del desempeño interno del establecimiento. En el ámbito económico, la productividad se define como el nivel de eficiencia con el que se utilizan los recursos disponibles para generar bienes o servicios (Shan, Cheng Yu & Ma, 2024)

En estudios empresariales, la productividad se emplea como categoría analítica para describir el funcionamiento operativo de las organizaciones (Nguyen, Natoli & Divisekera, 2021). En el caso de los establecimientos gastronómicos, puede observarse en aspectos como tiempos de servicio, optimización de recursos, reducción de desperdicios y percepción del rendimiento del negocio.

De esta manera, la productividad introduce una perspectiva centrada en el desempeño interno, permitiendo caracterizar el uso de recursos y la organización del trabajo dentro del establecimiento gastronómico afro.

Competitividad en el turismo

Además del análisis interno del establecimiento, el estudio del turismo gastronómico requiere considerar su ubicación dentro del entorno turístico. En este contexto, la competitividad se entiende como la capacidad de un destino o negocio para sostenerse en el mercado mediante propuestas diferenciadas y organización estratégica (Correa, 2015).

La literatura especializada ha señalado que la competitividad turística incorpora elementos como autenticidad cultural, calidad de la experiencia, planificación territorial y articulación institucional (Crouch & Ritchie, 1999; Vera Rebollo & López Palomeque, 2016). Estos componentes permiten analizar el posicionamiento del establecimiento dentro del sistema turístico local.

En el caso del turismo gastronómico afrocolombiano en Cali, la competitividad puede examinarse a partir de su diferenciación en el mercado, su participación en redes sectoriales y su reconocimiento dentro del entorno turístico.

8.2 Marco conceptual

Turismo gastronómico afrocolombiano

El turismo gastronómico comprende aquellas experiencias en las que la alimentación y sus manifestaciones asociadas ocupan un papel central dentro del viaje (OMT, s.f.). En esta investigación, el turismo gastronómico afrocolombiano se entiende como la valorización del patrimonio culinario afrodescendiente en Cali, donde la identidad cultural, los saberes tradicionales y la experiencia sensorial constituyen el núcleo del producto turístico.

Procesos técnicos

Los procesos técnicos se definen como un conjunto organizado de acciones y procedimientos que permiten transformar insumos en bienes o servicios de manera sistemática (Vazquez,2011). En este estudio se comprenden prácticas como estandarización del servicio, cumplimiento de normas de inocuidad, capacitación del personal, uso de herramientas tecnológicas y organización interna del establecimiento gastronómico.

Productividad

La productividad se refiere a la relación entre los recursos utilizados y los resultados obtenidos en una actividad económica, reflejando eficiencia en el aprovechamiento de insumos (Chim-Miki, Castillo-Palacio & Garadotti dos Anjos.2017). En esta investigación, se entiende como el desempeño operativo del establecimiento gastronómico.

Competitividad

La competitividad en el sector turístico se define como la capacidad de un destino o establecimiento para sostenerse y posicionarse en el mercado, combinando ventajas comparativas asociadas a recursos culturales con ventajas competitivas construidas a partir de factores organizativos y de gestión (Bravo Cabria,2004). En este estudio, se concibe como el posicionamiento y reconocimiento del establecimiento dentro del entorno turístico local.

8.3 Marco contextual

Santiago de Cali, capital del departamento del Valle del Cauca, se consolida como una de las principales ciudades de suroccidente colombiano, destacándose por su dinamismo económico, riqueza cultural y diversidad étnica. Pazos Cárdenas (2016) señala que la fuerte presencia afrocolombiana ha influido significativamente en la construcción de una identidad cultural visible en prácticas culinarias, artísticas y sociales. Según el DANE (2022), aproximadamente el 26% de la población se identifica como afrocolombiana.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT,2022) reconoce la gastronomía como pilar estratégico del turismo. En Cali se han impulsado corredores gastronómicos como el boulevard del Río y el barrio San Antonio. Asimismo, zonas como el distrito de Aguablanca y el sector de Granada reflejan la diversidad y potencial del sector (Guevara & Quintero,2024)

Aunque existen iniciativas de formación como “Valle Cocina” y espacios de articulación institucional (Gobernación del Valle del Cauca,2023; secretaría de Turismo de Cali, 2023), persisten desafíos en términos de estandarización operativa, productividad y posicionamiento competitivo sostenible.

8.4 Marco jurídico legal

El desarrollo del turismo cultural y gastronómico en Colombia, especialmente en comunidades afrodescendientes, se encuentra respaldado por un conjunto de normas que reconocen su valor como desarrollo territorial, la preservación cultural y la inclusión social. Estas leyes, además de definir marcos de acción, legitiman la participación de las comunidades étnicas en el diseño y ejecución de productos turísticos.

Ley General de turismo (Ley 300 de 1996, modificado por la ley 2068 de 2020)

Es la norma base del turismo en Colombia. Establece las reglas generales para fomentar esta actividad como fuente de desarrollo económico, social y cultural

Artículo 1 - importancia de la industria turística

Reconoce el turismo como una industria esencial, lo que implica que el Estado debe promoverlo activamente dotándolo de herramientas para su planificación y fortalecimiento en políticas públicas y recursos.

Artículo 23- atractivos turísticos

Promueve el desarrollo de productos turísticos innovadores y con identidad como el turismo cultural y gastronómico. Estimula propuestas que resaltan la diversidad del país.

Ley 70 de 1993- Reconocimiento de derechos las comunidades negras

Esta norma es un Pilar fundamental para la autonomía cultural y económica de las comunidades afrocolombianas.

Artículo 5

Establece el derecho de estas comunidades a preservar y fortalecer su identidad cultural.

Artículo 45

Estimula que las comunidades desarrollen sus propias actividades económicas, incluyendo el turismo y la gastronomía tradicional, sin perder su autonomía ni depender de modelos externos.

Ley 397 de 1997 (ley general de cultura)

La cultura es reconocida en esta ley como uno de los pilares del desarrollo nacional.

Ley 1558 de 2012- Reforma a la ley General de turismo

Esta ley refuerza el papel del turismo comunitario y étnico en la agenda nacional.

Reconoce la necesidad de implementar políticas con enfoque diferencial y territorial, lo cual es especialmente importante en regiones con presencia de comunidades afrodescendientes. El Estado, por tanto, tiene la responsabilidad de garantizar un turismo más justo, que respete las dinámicas culturales locales y potencie sus capacidades organizativas y productivas.

Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 (ley 2294 de 2023)

El actual Plan Nacional de Desarrollo, promueve la integración de las economías culturales y gastronómicas en estrategias de desarrollo sostenible. Este documento incluye de manera explícita a las comunidades étnicas en sus apuestas por el turismo como herramienta de transformación territorial. Esto representa una oportunidad para fortalecer el turismo gastronómico afrocolombiano como fuente de empleo e inclusión y revalorización del patrimonio.

Decreto 763 de 2009- Sistema de información cultural de Colombia (SINIC)

El SINIC es una Plataforma Estatal que reconoce y registra las expresiones culturales de las regiones. Según este decreto, la gastronomía tradicional es una manifestación cultural relevante, por lo que su documentación, promoción y difusión deben ser garantizadas por el

estado. Esto legitima las cocinas tradicionales afrocolombianas como parte integral del patrimonio cultural del país.

Ley 1917 de 2018- Fomento de la gastronomía colombiana

Esta ley declara oficialmente a la gastronomía colombiana como patrimonio cultural además de su valor simbólico, promueve acciones concretas para el fortalecimiento del sector, incluyendo formación técnica y profesional, mejora la productividad, innovación e impulso al emprendimiento. Es una herramienta breve para que las comunidades afrodescendientes profesionalizan sus saberes gastronómicos y accedan a nuevas oportunidades en el ámbito del turismo y la economía cultural.

9. Metodología

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, orientado a la recolección y organización sistemática de información mediante instrumentos estructurados. Este enfoque permitió trabajar con indicadores medibles y presentar los resultados a través de frecuencias y porcentajes.

Tipo de estudio: El estudio es de tipo descriptivo, ya que se centró en identificar y caracterizar prácticas, condiciones y comportamientos observables en los establecimientos gastronómicos afrocolombianos de Cali, sin establecer comprobaciones causales entre variables.

Método de investigación: El método empleado fue inductivo, partiendo de la observación y recolección de información en los establecimientos para organizar y sistematizar los datos obtenidos.

Diseño de la investigación: El diseño fue no experimental y de corte transversal. Es no experimental porque no se manipularon las variables objeto de estudio, sino que se observaron en su contexto natural. Es transversal porque la información se recolectó en un único momento del tiempo.

Población y muestra: La población estuvo conformada por 100 establecimientos gastronómicos con énfasis en comida afrocolombiana ubicados en zonas estratégicas de la ciudad de Cali, específicamente en la Alameda, el barrio San Antonio, el Boulevard del Río y sectores del distrito de Aguablanca.

Se realizó un censo, abordando la totalidad de los establecimientos identificados que cumplían con los criterios definidos para el estudio.

Técnicas e instrumentos de recolección de información: Encuesta estructurada, aplicada a propietarios o administradores, con preguntas cerradas tipo Likert relacionadas con procesos técnicos, productividad y competitividad. Observación directa, para registrar condiciones sanitarias, organización interna y dinámica del servicio, Análisis documental, de normativas, políticas públicas y documentos del sector turístico gastronómico.

Tratamiento y análisis de la información: La información recolectada fue codificada y organizada para su posterior análisis. Se calcularon frecuencias y porcentajes, y los resultados se presentan mediante gráficos estadísticos que permitieron visualizar la distribución de las respuestas en cada una de las variables analizadas

10. Instrumento de medición

Factores e ítems:

Procesos técnicos. - (Cruz- Estrada y Miranda-Zavala, 2019)

- a) Mi restaurante cuenta un sitio web propio.
- b) Se utiliza un sistema digital para gestionar reservaciones.

- c) La empresa dispone de un presupuesto anual para inversión en tecnología.
- d) Utilizo redes sociales para promocionar mi restaurante.
- e) Actualizo con frecuencia el contenido en el sitio web o redes sociales.
- f) En el restaurante se tercerizan servicios tecnológicos en su restaurante.
- g) El negocio se apoya en otras empresas del mismo sector para el manejo de herramientas tecnológicas.
- h) Intercambiamos información técnica con otros negocios del sector.

Productividad. – (Marín-Guarín et al., 2022), (Zapata et al., 2022)

- a) Las condiciones físicas del establecimiento (iluminación, ventilación, higiene, temperatura) son adecuadas para una operación eficiente.
- b) El restaurante cuenta con protocolos definidos para evaluar o supervisar el desempeño del equipo en áreas técnicas.
- c) El equipo de trabajo ha recibido capacitaciones técnicas en el último año.
- d) Considero que los procesos técnicos implementados han contribuido a mejorar la productividad del negocio.
- e) Contamos con un programa formal de limpieza y desinfección.
- f) La infraestructura de la cocina tiene superficies lisas e impermeables.
- g) El restaurante dispone de una brigada de higiene constituida formalmente.

Competitividad. – (Peralta et al., 2022)

- a) El restaurante ha participado en alianzas estratégicas con actores del sector turístico o gastronómico.
- b) Hemos desarrollado proyectos con empresas del mismo sector o entidades gubernamentales.

c) Organizamos eventos conjuntos con otros negocios del sector para promocionar sus productos y servicios.

d) Publicitamos nuestros productos y servicios junto con otros negocios no gastronómicos.

e) El restaurante pertenece o ha pertenecido a algún gremio gastronómico.

Turismo gastronómico. – (Gimenez-Minasse, 2023)

a) El restaurante ofrece platos que hacen parte del patrimonio alimentario afrocolombiano.

b) Hemos participado en ferias, rutas o eventos gastronómicos locales.

c) intercambiamos conocimientos o técnicas gastronómicas propias de la tradición afrocolombiana con otros actores del sector.

d) Nuestra oferta gastronómica representa elementos culturales afrocolombianos reconocibles por los visitantes.

Encuesta: el propósito de este instrumento (cuestionario) hoy es encontrar el impacto de los procesos técnicos en la competitividad y la productividad. La información que usted nos proporcione será de mucha utilidad para los establecimientos gastronómicos.

Lea cuidadosamente cada una de estas afirmaciones y establezca en qué medida usted considera se aplica en el establecimiento gastronómico. Para cada inciso marque con una X una sola respuesta donde **1 es estar en total desacuerdo** y **5 total de acuerdo**.

Nombre del establecimiento: _____ Fecha de constitución _____

Mi restaurante cuenta con un sitio web propio si ____ No ____

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
----	----------	---	---	---	---	---

1	El restaurante ofrece platos que hacen parte del patrimonio alimentario afrocolombiano					
2	En mi restaurante se utiliza un sistema digital para gestionar reservaciones					
3	Utilizo redes sociales para promocionar mi restaurante					
4	Actualizo con frecuencia el contenido en su sitio web o redes sociales					
5	La empresa dispone de un presupuesto anual destinado a la inversión en tecnología					
6	El restaurante cuenta con un programa formal de limpieza y desinfección					
7	Hemos desarrollado proyectos innovadores con otras empresas del sector ante entidades gubernamentales					
8	La infraestructura de la cocina cuenta con superficies lisas e impermeables					
9	El restaurante dispone de una brigada de higiene constituida formalmente					
10	Nuestro negocio ha participado en alianzas estratégicas con otros actores del sector turístico o gastronómico					
11	Hemos participado su restaurante en ferias, rutas o eventos gastronómicos locales					
12	Utilizamos alguna red social para promocionar el restaurante					
13	Actualizamos con frecuencia el contenido en su sitio web o redes sociales					
14	En el restaurante se tercerizan servicios tecnológicos					
15	Intercambiamos conocimientos o técnicas gastronómicas propias de la tradición afrocolombiana con otros actores del sector					
16	Nuestra oferta gastronómica representa elementos culturales afrocolombianos reconocibles por los visitantes					
17	El equipo de trabajo ha recibido capacitaciones en los últimos 12 meses en temas técnicos como manipulación de alimentos, proceso de cocina o atención al cliente					

18	Contamos con protocolos definidos para evaluar o supervisar el desempeño del equipo en áreas técnicas					
19	El restaurante ha pertenecido o pertenece a algún gremio gastronómico					
20	Nuestro negocio se apoya de otras empresas del mismo sector para el manejo de herramientas tecnológicas					
21	organizamos eventos conjuntos con otras empresas para promocionar sus productos y servicios					
22	Publicitamos nuestros servicios o productos conjuntamente con otros negocios no pertenecientes al sector gastronómico					
23	Intercambiamos información técnica con otros negocios del sector necesaria para optimizar los procesos					

Para cada inciso marque con una X una sola respuesta **donde 1 es nada adecuado y 5 totalmente adecuado**

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
24	Las condiciones físicas del establecimiento (iluminación, ventilación, higiene, temperatura) son adecuadas para una operación eficiente					

Para cada inciso marque con una X una sola respuesta **donde 1 es no mejoró o sigue igual y 5 es que se mejoró**

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
25	Los procesos técnicos implementados en su restaurante han contribuido a mejorar la productividad del negocio					

11. Recursos disponibles

Los recursos que se utilizaron para realizar el presente proyecto fueron aportados por los autores.

Recursos institucionales: si bien se han consultado diferentes fuentes, principalmente se ha hecho uso de la biblioteca de la Universidad del Valle en Cali, tanto física como vía digital por medio de sus permisos a las bases de datos de revistas internacionales de investigación.

12. Cronograma de actividades

Meses	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividad																								
Realizar el Anteproyecto	X	X	X	X																				
Estudio de otras publicaciones					X	X	X	X																
Validación del modelo									X	X	X	X												
Análisis de resultados											X	X	X	X										
Entrega del informe final													X	X	X	X								
Revisión del anteproyecto																	X	X	X	X				
Sustentación de la investigación																					X	X	X	X

13. Presupuesto para la elaboración del proyecto

Rubro	Valor
-------	-------

Salidas de campo	\$1.000.000
Refrigerios (Almuerzos-cenas)	\$1.000.000
Recursos materiales	\$200.000
Equipo de computo	\$4.000.000
TOTAL	\$6.200.000

14. Desarrollo

14.1 Diseño del modelo teórico

Con base en los planteamientos de distintos autores, el turismo es reconocido como un eje relevante para el desarrollo económico, social y cultural de los territorios. La literatura especializada ha señalado que, además de su capacidad para dinamizar economías locales, el turismo integra dimensiones como competitividad, procesos técnicos y productividad, las cuales han sido estudiada dentro del análisis de sostenibilidad y posicionamiento en contextos globalizados.

En el ámbito del turismo gastronómico, se ha descrito que la comida trasciende la función alimentaria y actúa como vehículo de significados culturales, vínculos sociales y oportunidades económicas. Desde esta perspectiva, el turismo gastronómico afrocolombiano puede entenderse como una articulación entre recuperación del patrimonio culinario, construcción de experiencias

sensoriales y organización de dinámicas productivas locales (Gimenes-Minasse,2023; Valilla Arróspide & Recuero- Virto,2024). Asimismo, se ha señalado que este tipo de turismo integra cultura, identidad y territorio dentro de la oferta turística (Noguer-Juanca et al., 2021).

El patrimonio alimentario afrocolombiano ha sido descrito como portador de memoria colectiva y sentido de pertenencia, dado que las practicas culinarias concentran saberes transmitidos generacionalmente. Diversos estudios reconocer que la puesta en valor de estas practicas contribuye a la construcción de narrativas identitarias y a la diferenciación cultural del destino (Valilla Arróspide & Recuero-Virto, 2024; Noguer-Junca et al., 2021). En este sentido, la identidad cultural constituye una dimensión simbólica que permite comprender la autenticidad percibida dentro de la experiencia turística.

De igual manera, la inclusión social ha sido abordada en la literatura como un componente relacionado con la organización de circuitos gastronómicos, la participación comunitaria y la visibilización de colectivos históricamente marginados (Noguer-Junca et al., 2021; Peña-Hernández et al., 2020). Investigaciones sobre accesibilidad también han señalado la importancia de considerar dimensiones funcionales del servicio, de modo que la oferta gastronómica pueda atender públicos diversos (Dias de Faria & Ferreira de silva, 2011). Estas perspectivas permiten incorporar la dimensión social dentro del análisis de turismo gastronómico.

La experiencia sensorial ha sido estudiada como parte central del turismo gastronómico, al incluir sabores, aromas y texturas que contribuyen a la construcción de memorias de viaje y satisfacción del visitante (Liu, Xu & Yang,2024; Gimenes-Minasse,2023). En consecuencia, esta dimensión complementa los componentes culturales del modelo teórico.

Además de los elementos culturales y simbólicos, la literatura ha reconocido que los procesos técnicos constituyen una dimensión organizativa dentro del funcionamiento de los establecimientos gastronómicos. En este ámbito se incluyen prácticas relacionadas con inocuidad alimentaria, capacitación del personal, adopción de tecnologías de la información y organización del servicio (García-Pulido et al., 2021; Cruz Estrada & Miranda Zavala, 2019; Park & Widyanta, 2022). Estos elementos han sido descritos como parte de la gestión operativa en servicios turísticos.

Dentro de esta dimensión técnica, la inocuidad alimentaria y el cumplimiento de normas sanitarias han sido abordados como prácticas relevantes en la gestión de establecimientos gastronómicos (García-Pulido et al., 2021). Asimismo, la formación del capital humano ha sido señalada como componente organizativo dentro del servicio (Marín-Guarín et al., 2022). De manera complementaria, la digitalización y el uso de tecnologías han sido estudiados como prácticas asociadas a visibilidad comercial y gestión administrativa (Cruz Estrada & Miranda Zavala, 2019). La innovación operativa también ha sido considerada en estudios recientes como parte de la adaptación del servicio a nuevas dinámicas del mercado (Park & Widyanta, 2022).

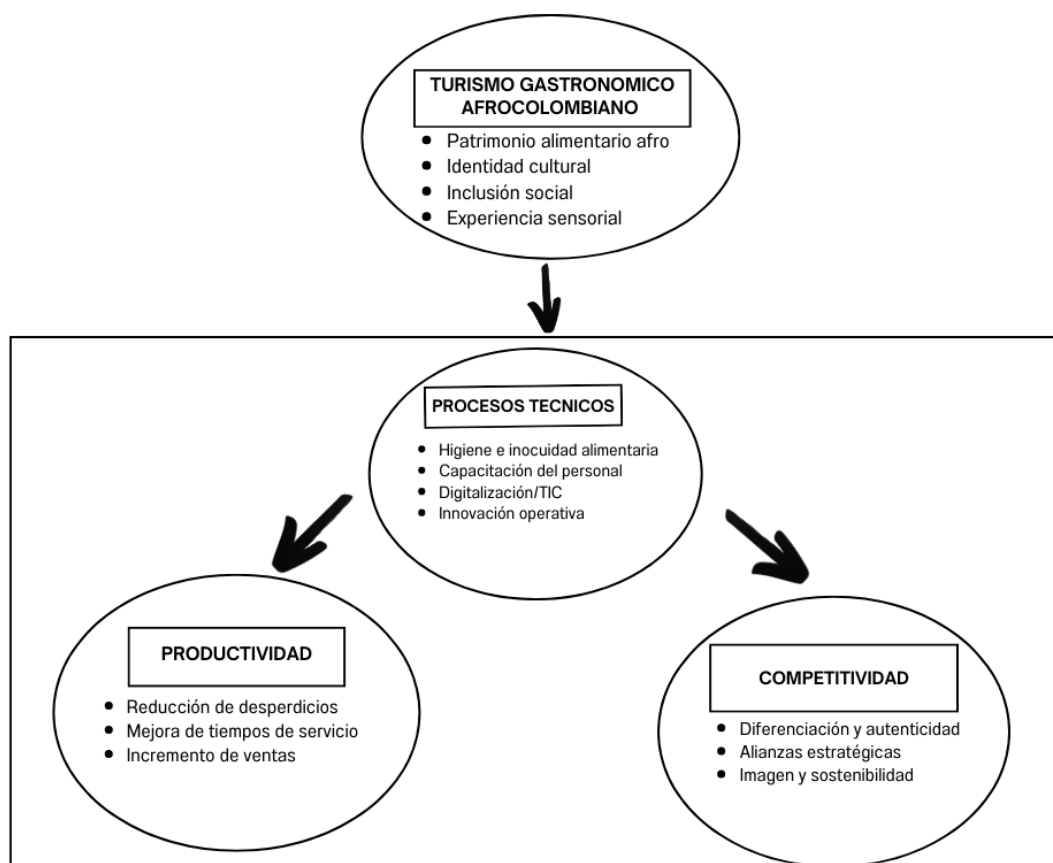
En cuanto a la productividad, la literatura la define como una dimensión asociada al desempeño interno del establecimiento, vinculada al uso de recursos, tiempos de servicio y organización del trabajo (Shan, Cheng Yu & Ma, 2024; Nguyen, Natoli & Divisekera, 2021). En estudios sobre turismo gastronómico, se han descrito prácticas como reducción de desperdicios, articulación con proveedores locales y mejora en la gestión operativa como elementos analizados dentro de esta dimensión (Noguer-Junca et al., 2021; Peña-Hernández et al., 2020).

Finalmente, la competitividad se entiende en la literatura turística como la capacidad de un destino o establecimiento para posicionarse dentro del mercado mediante diferenciación cultural, organización estratégica y articulación institucional (Correa, 2015; Crouch & Ritchie, 1999; Vera Rebollo & López Palomeque, 2016). Estudios recientes han señalado que la imagen del destino, la participación en redes sectoriales y la adopción de prácticas sostenibles forman parte de los análisis sobre posicionamiento turístico (Zúñiga-Collazos et al., 2019; Peña-Hernández et al., 2020).

En conjunto, el modelo teórico propuesto organiza estas dimensiones en cuatro bloques analíticos: componente cultural (patrimonio, identidad, inclusión y experiencia sensorial), componente técnico (inocuidad, capacitación, TIC e innovación), productividad (desempeño interno) y competitividad (posicionamiento sectorial). Este modelo cumple una función conceptual y organizativa dentro de la investigación, permitiendo estructurar el análisis descriptivo de las variables abordadas en el estudio del turismo gastronómico afrocolombiano en Cali.

Figura 1.

Modelo teórico de la investigación



Fuente: elaboración propia

Nota. La figura presenta el modelo teórico del turismo gastronómico afrocolombiano y su relación con los procesos técnicos, la productividad y la competitividad. Fuente: Elaboración propia (2025).

15. Resultados

15.1 Validación del modelo teórico

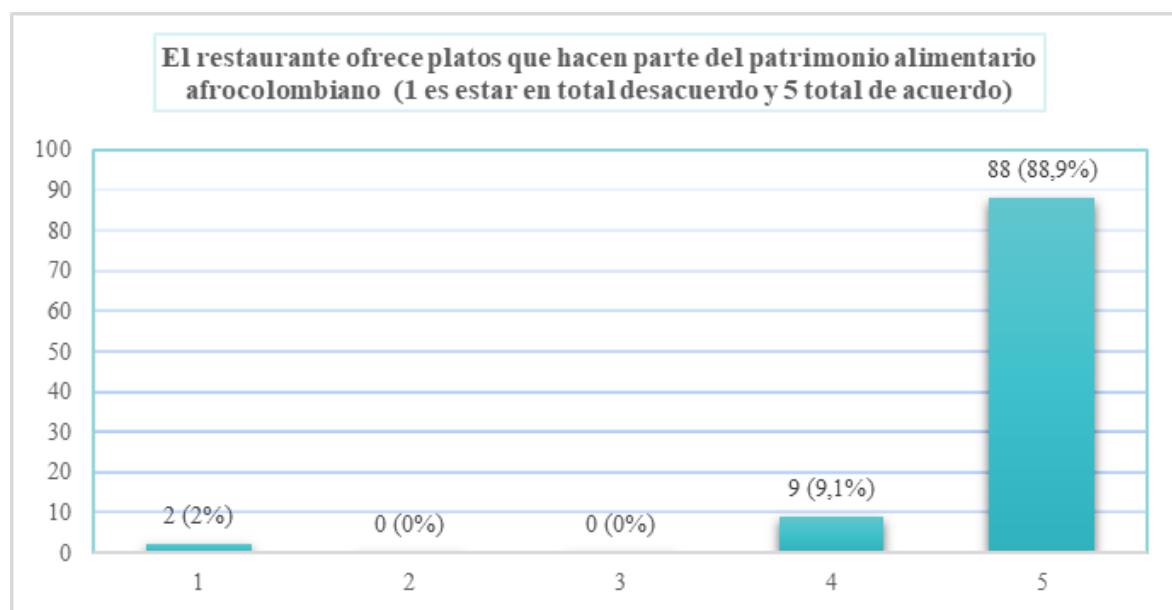
A continuación, se presentan los hallazgos que se obtuvieron tras la aplicación de un cuestionario en la plataforma de google forms, compuesto por 26 ítems, dirigido a una muestra de 100 establecimientos gastronómicos de Cali. Los establecimientos se identificaron a partir de la base de datos de la Secretaría de Turismo de Cali, la distribución de la encuesta se hizo durante los meses de octubre y noviembre del 2025, el 40% de las respuestas recolectadas la respondieron digitalmente tras recibir el enlace vía WhatsApp, mientras que el 60% fue encuestado presencialmente mediante trabajo de campo en el barrio San Antonio, la plaza de mercado La Alameda y el Boulevard del Río. Tras la validación de la base de datos, se consolidaron 100 respuestas efectivas para 18 de las preguntas, y 99 respuestas válidas para las 8 preguntas restantes, cuyos resultados porcentuales se detallan y analizan a través de las gráficas estadísticas presentadas en este capítulo.

15.2 Caracterización del patrimonio alimentario e identidad cultural afrocolombiana

En este apartado, se presentan los resultados correspondientes a la caracterización del patrimonio alimentario y la identidad cultural afrocolombiana, para ello, se incluyen los ítems relacionados con la presencia de platos pertenecientes al patrimonio culinario afro, la identificación de elementos culturales reconocibles por los visitantes, la participación en ferias y rutas gastronómicas locales y el intercambio de saberes con otros actores del sector, permitiendo observar como es la dinámica de los establecimientos con la ciudad de Cali, cuando estos integran componentes culturales y gastronómicos dentro de su oferta.

Figura 2.

Oferta de Platos del patrimonio afrocolombiano que hay en el restaurante

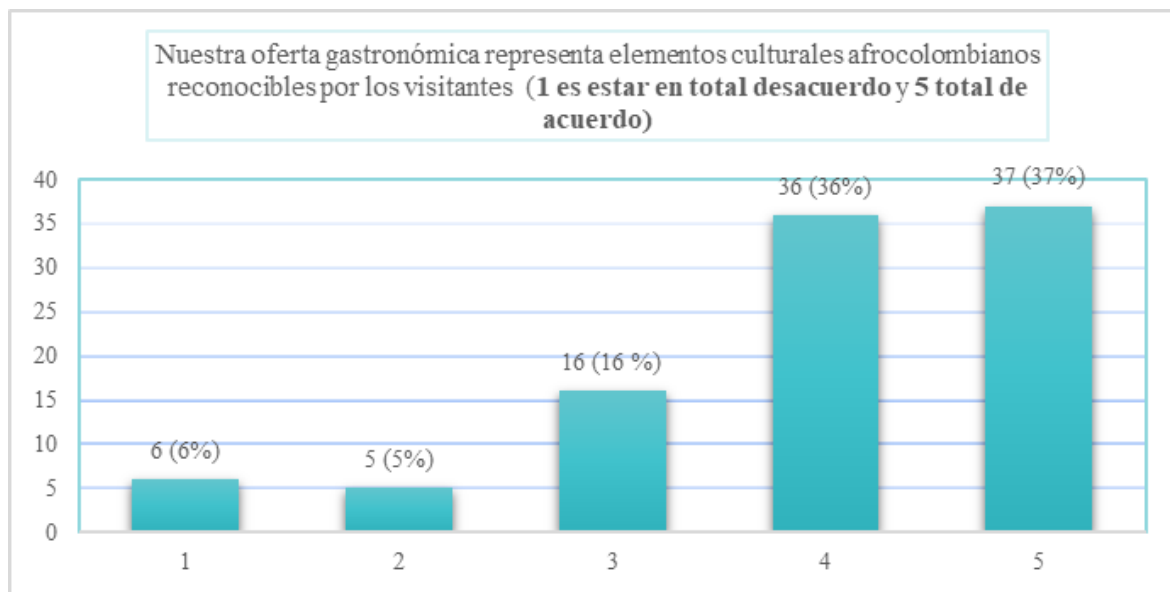


Fuente: elaboración propia

Como se observa en la Figura 2, la gran mayoría de los encuestados manifiesta una percepción altamente positiva respecto a la oferta de platos pertenecientes al patrimonio afrocolombiano, el 88,9% seleccionó la opción 5, lo que evidencia que existe la presencia de productos y preparaciones tradicionales dentro de los menús, así como un 9,1% de encuestados eligió la opción 4, lo que refuerza la tendencia hacia ofrecer platos del patrimonio alimentario afrocolombiano en la ciudad de Cali.

Figura 4.

Elementos culturales afrocolombianos en la propuesta gastronómica de los establecimientos

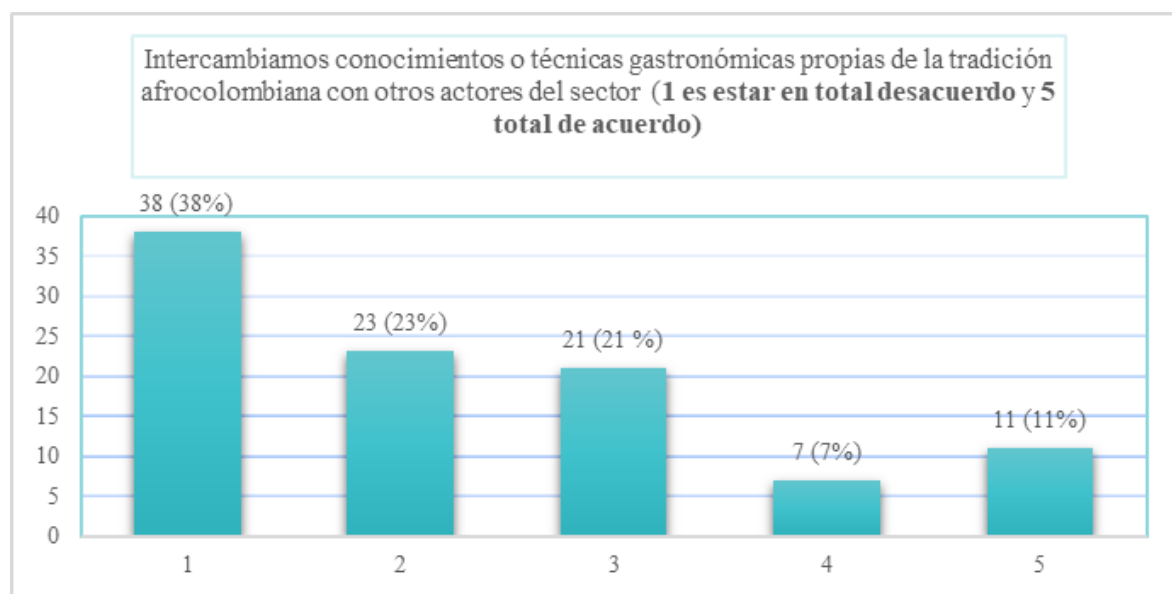


Fuente: elaboración propia

Continuando, con los resultados de la Figura 4 se evidencia una coherencia entre la propuesta gastronómica y la tradición afrocolombiana, sumando el 37% que está totalmente de acuerdo y el 36% de acuerdo da un 73%, lo que revela una tendencia mayoritariamente positiva en cuanto a la identidad cultural. Sin embargo, hay un 16% en la respuesta 3, lo que sugiere que algunos empresarios aún dudan de la proyección cultural de su negocio, y, por último, el 6% y el 5%, reconocen que su oferta no representa elementos culturales afrocolombianos.

Figura 6.

Intercambio de saberes gastronómicos afrocolombianos



Fuente: elaboración propia

Ahora bien, en la Figura 6, los datos muestran que el 28% y el 23% de los establecimientos no intercambian técnicas, ni saberes con otros actores gastronómicos. A esto se suma el 21% de neutralidad, dejando apenas el 7% y 11% de empresarios que participan en el intercambio de conocimientos.

Figura 7.

Escenarios y actores clave en el intercambio de saberes

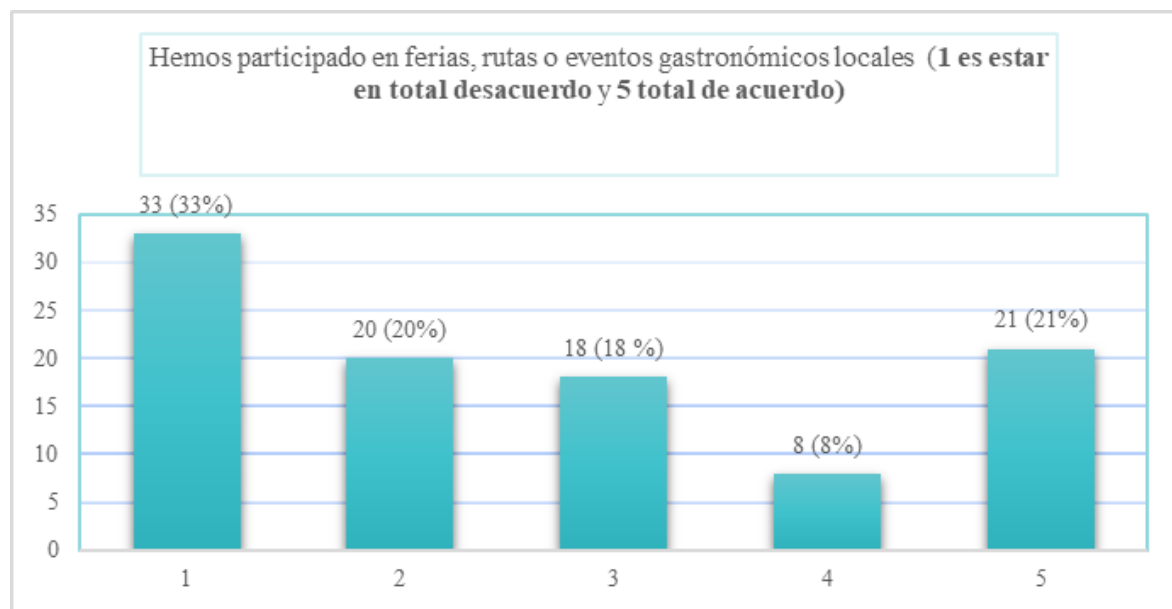


Fuente: elaboración propia

La Figura 7 revela que la transmisión de saberes se da a través de eventos e instituciones como el SENA, la Secretaría de Cultura, el viceministerio de Turismo, y estudiantes, como también, en espacios como el Petronio Álvarez, fiestas patronales y Carnavales, esto muestra que no intercambian información con otros actores del sector por iniciativa propia, sino que comparten cuando hay un escenario que los une.

Figura 8.

Participación en eventos de promoción, rutas, eventos y ferias del sector gastronómico



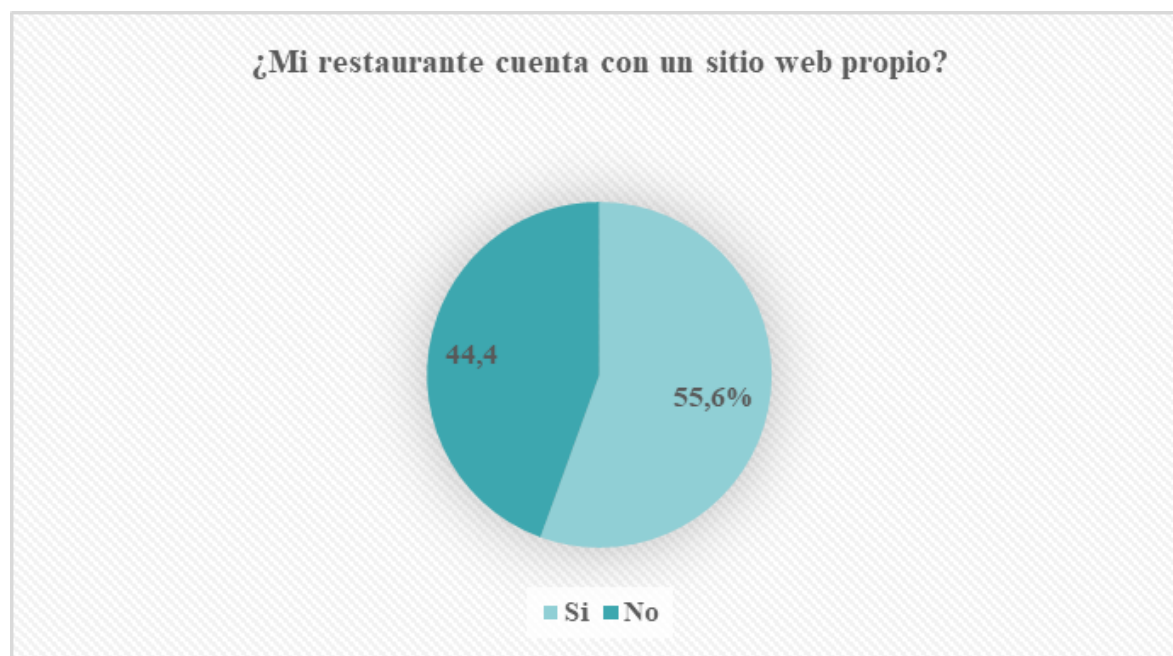
Fuente: elaboración propia

La Figura 8 evidencia que el 33% de los establecimientos seleccionó la opción 1 respecto a su participación en ferias o rutas gastronómicas, seguido del 20% en la opción 2 y el 18% en la opción 3, la opción 5 alcanzó el 21% y la opción 4 el 8%.

disponibilidad de presupuestos para invertir en tecnología, el uso y actualización de redes sociales, así como la tercerización de servicios tecnológicos y el apoyo entre establecimientos para el uso de herramientas digitales permitiendo observar el nivel de implementación tecnológica y operativa presente en los procesos internos de los restaurantes.

Figura 10.

Implementación de herramientas digitales en los restaurantes

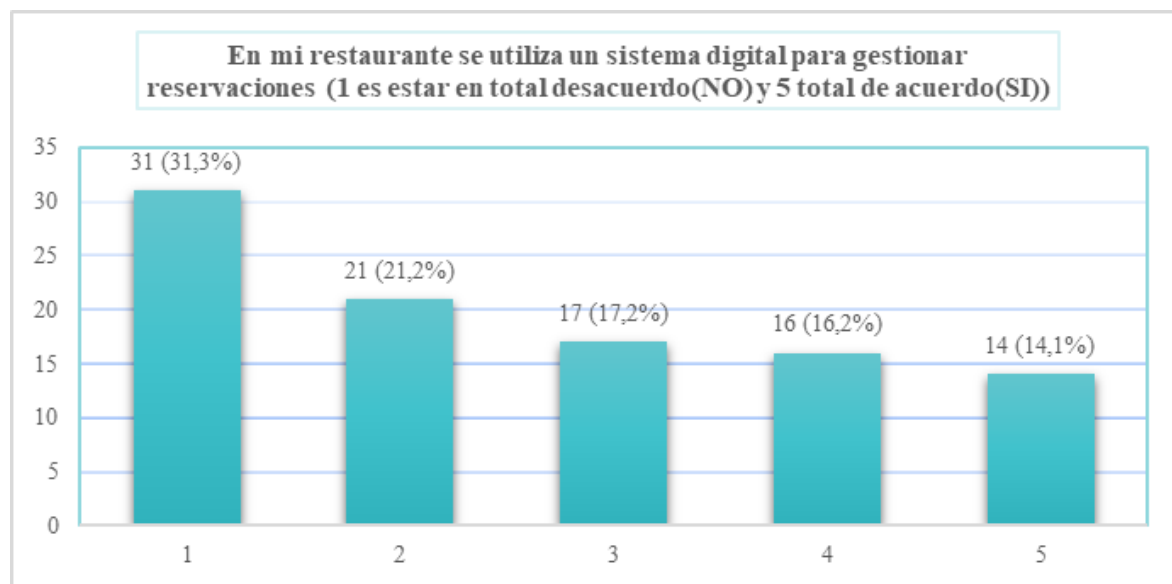


Fuente: elaboración propia

Los datos evidencian que el 55,6% de los restaurantes afirman contar con un sitio web propio, mientras que el 44,4% indica no disponer de un sitio web, esto sugiere que, aunque más de la mitad de los negocios han incorporado plataformas web para darse visibilidad y posicionamiento, aún existe un porcentaje significativo que no tienen página web.

Figura 11.

Automatización del proceso de reservaciones en los establecimientos

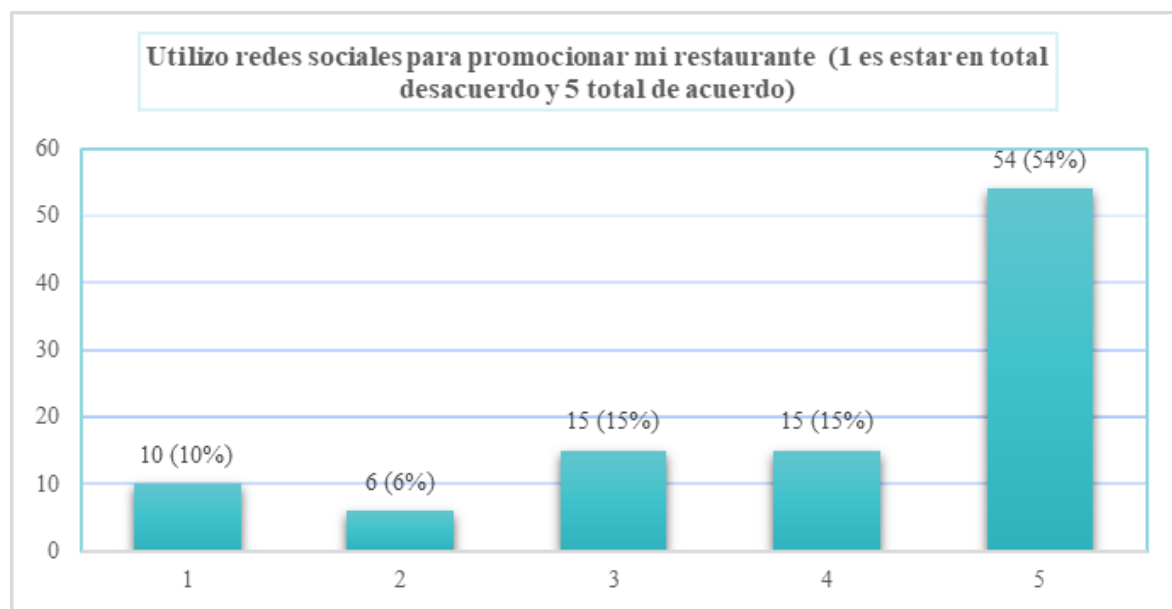


Fuente: elaboración propia

Continuando, la Figura 11 indica que el 31,3% seleccionó la opción 1 respecto al uso de herramientas digitales para gestionar reservaciones, seguido del 21,2% en la opción 2 y del 17,2 en la opción 3, y los porcentajes más bajos se registran en las opciones 4 y 5 con un 16,2 % y 14,1%.

Figura 12.

Implementación de estrategias de marketing digital en redes sociales

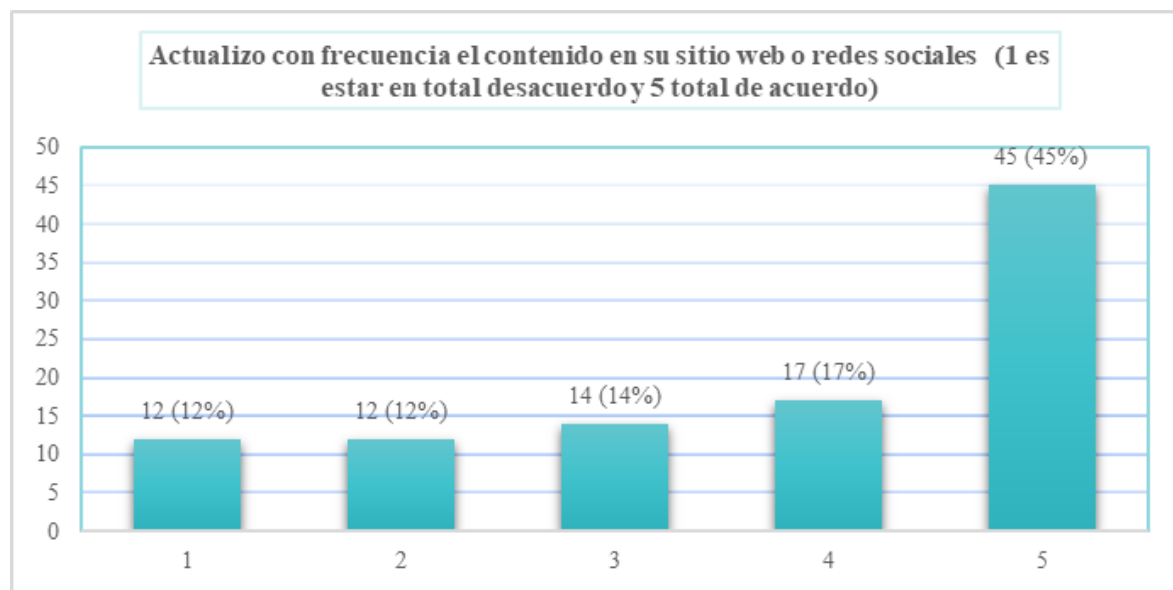


Fuente: elaboración propia

La Figura 12 muestra que el 54% de los establecimientos seleccionó la opción 5 en relación con el uso de las redes sociales para promoción del restaurante, seguido por las opciones 4 (15%), 3 (15%), 1 (10%), y 2 (6%).

Figura 13.

Plataformas digitales utilizadas para promocionar el restaurante

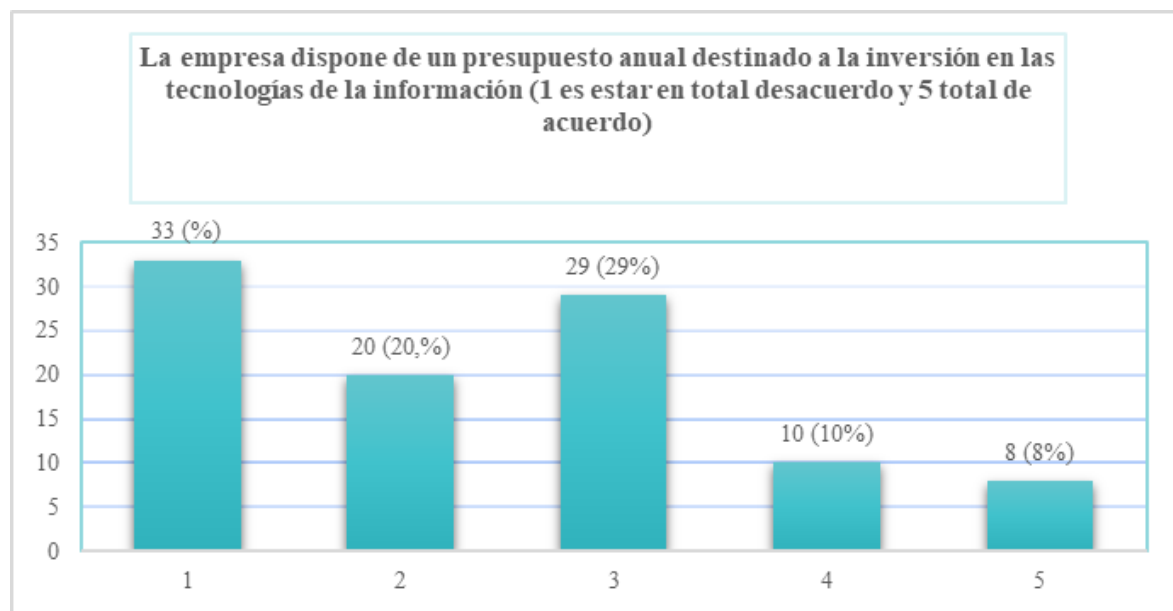


Fuente: elaboración propia

Seguidamente, la Figura 14 evidencia que el 45% seleccionó la opción 5 respecto a la actualización de contenidos digitales, seguido del 17% en la opción 4 y del 14% en la opción 3 y las opciones 1 y 2 fueron las que registraron menor porcentaje.

Figura 15.

Disponibilidad de recursos financieros para la implementación de las tecnologías de la información (TIC)

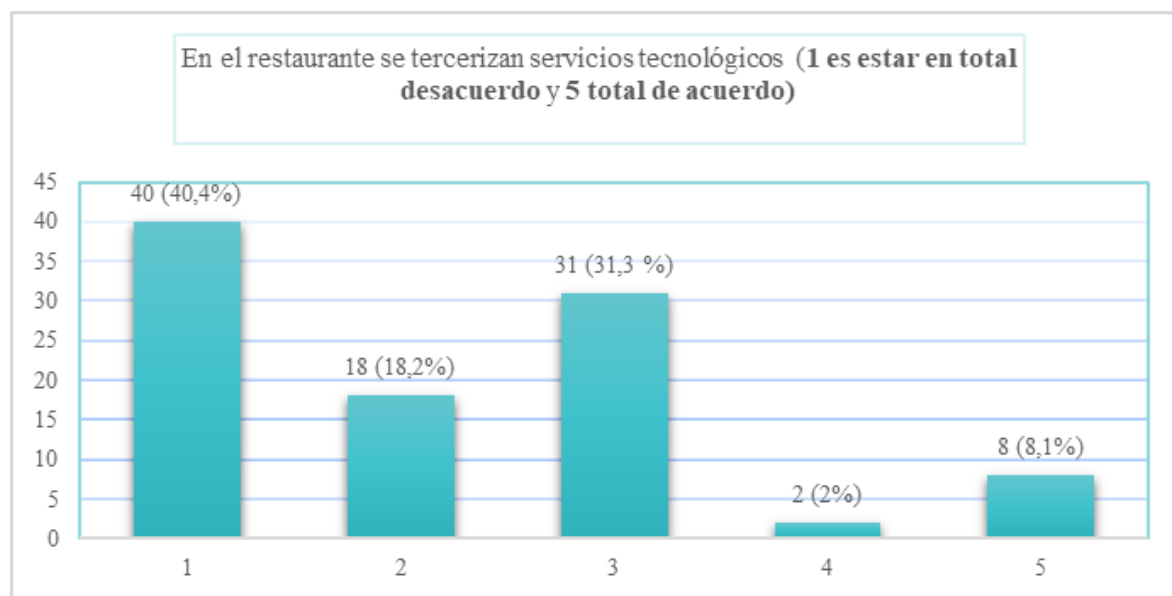


Fuente: elaboración propia

La figura 15 muestra que el 33% seleccionó la opción 1 en relación con la disponibilidad de presupuesto para inversión tecnológica, las opciones dos y tres alcanzaron el 20% y el 29% mientras que los porcentajes inferiores se registraron en las opciones 4 y 5.

Figura 16.

Tercerización de servicios tecnológicos en los restaurantes afrocolombianos

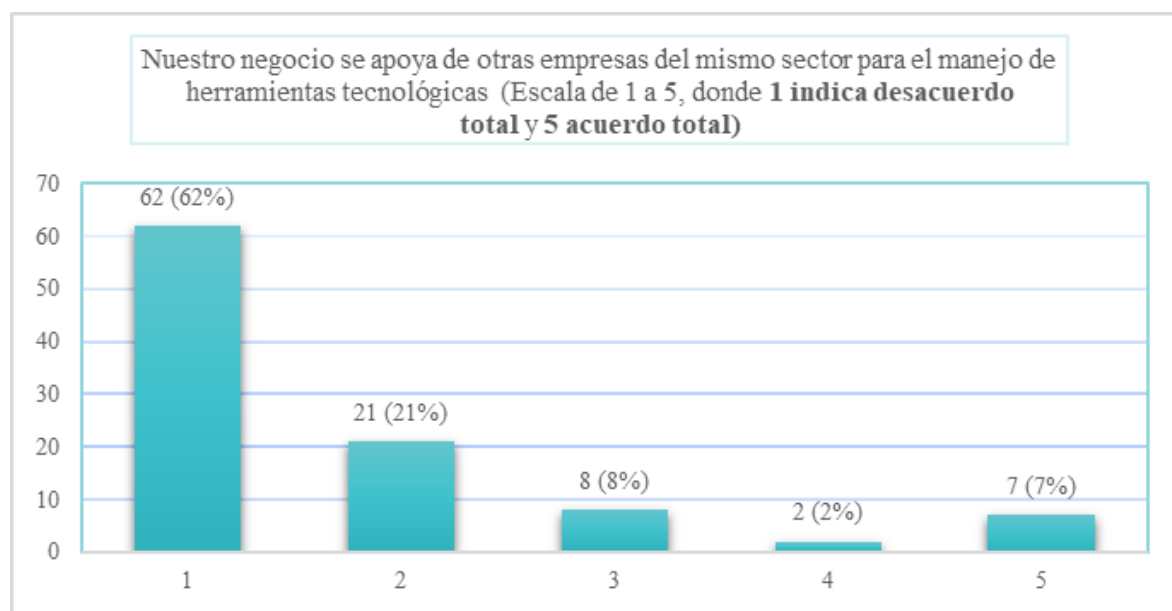


Fuente: elaboración propia

La figura 16 evidencia que el 40% seleccionó la opción 1 respecto a la tercerización de servicios tecnológicos, le siguen la opción tres con el 31,3% y la opción 2 con el 18,2%, mientras que las opciones 4 y 5 presentan porcentajes reducidos.

Figura 17.

Apoyo en otras empresas para el manejo de herramientas tecnológicas

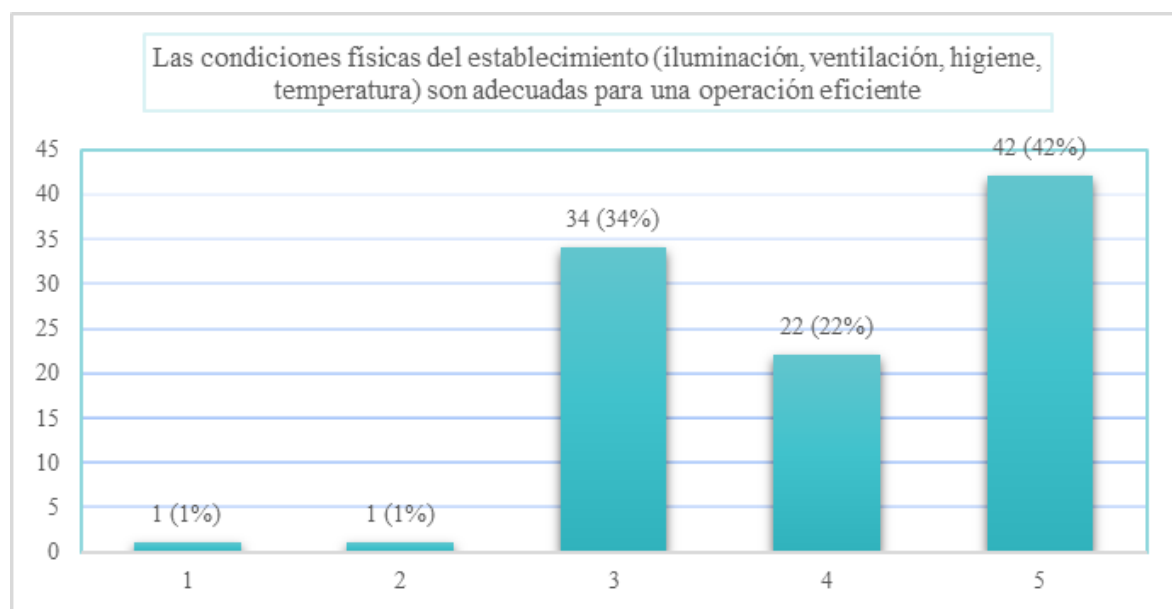


Fuente: elaboración propia

Por último, la Figura 17 muestra que el 62% seleccionó la opción 1 respecto a apoyarse en otros negocios del sector para el manejo de herramientas tecnológicas, seguido del 21% en la opción 2 y porcentajes menores en las opciones superiores. Esta distribución indica que la mayoría de los establecimientos no recurre al apoyo tecnológico de otras empresas.

15.4 Productividad de los establecimientos

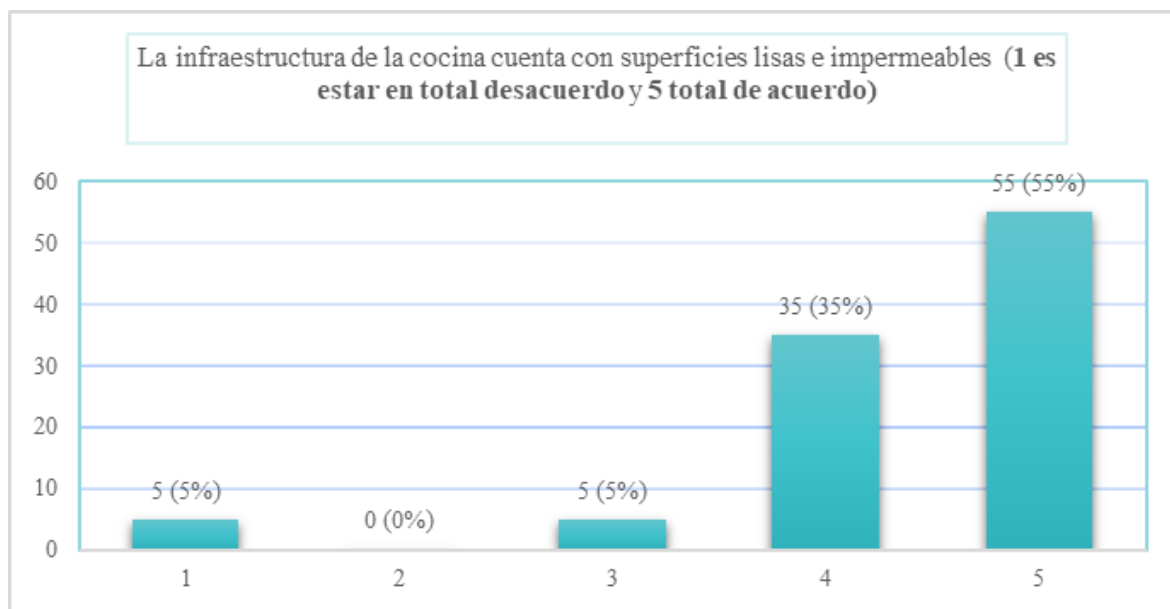
Aquí se presentan los resultados correspondientes de los establecimientos encuestados, para ello, se incluyen los ítems relacionados como condiciones físicas de los restaurantes, las características de la infraestructura de cocina, la exigencia de programas formales de limpieza y desinfección, la conformación de brigadas de higiene, la capacitación técnica del equipo de trabajo y la presencia de protocolos para supervisar el desempeño de áreas técnicas así como también los ítems que evalúan el impacto de los procesos técnicos en la productividad del negocio y el intercambio técnico con otros establecimientos.

Figura 18.*Adecuación de las condiciones físicas del establecimiento*

Fuente: elaboración propia

Los resultados de la figura 18 muestran que el 42% de los establecimientos seleccionó la opción 5 respecto a la adecuación de las condiciones físicas del local, seguido del 34% que eligió la opción 3, la opción 4 representa el 22%, mientras que los porcentajes menores se encuentran en las opciones 1 y 2. esta distribución evidencia que la mayoría de los establecimientos percibe sus condiciones físicas como adecuadas para una operación eficiente.

Figura 19.*Condiciones de la infraestructura para garantizar la inocuidad*

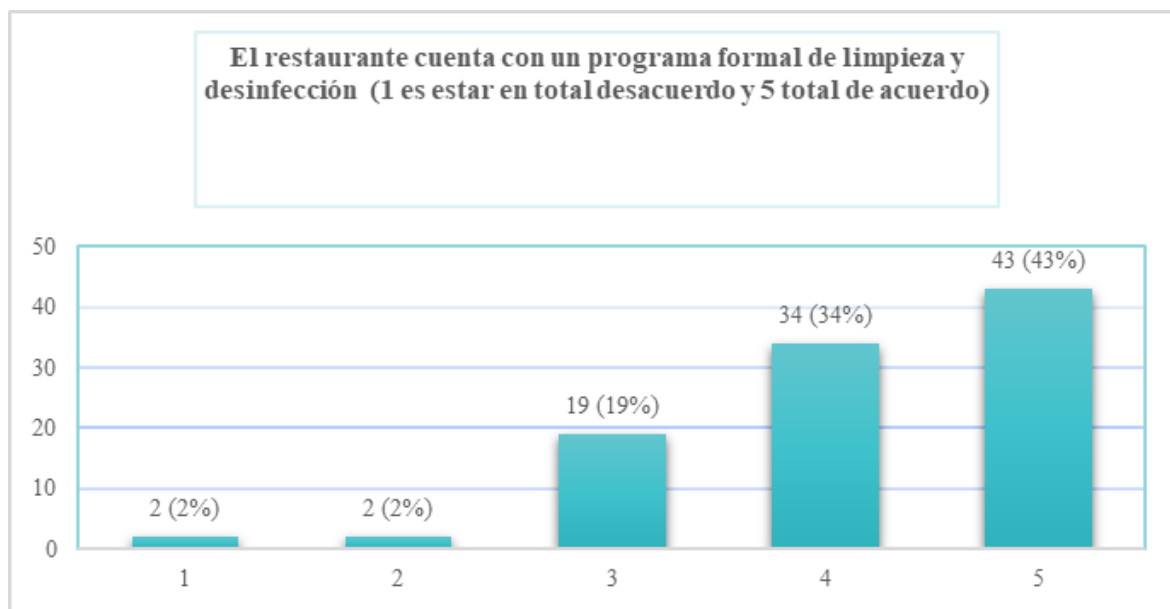


Fuente: elaboración propia

Continuando, la figura 19 evidencia que el 55% de los establecimientos seleccionó la opción 5 sobre la presencia de superficies lisas e impermeables en la cocina, mientras que el 35% eligió la opción 4, y los porcentajes de las opciones 1, 2 y 3 registran valores mínimos, en conjunto estos resultados muestran que la mayoría de establecimientos cuenta con infraestructura apropiada para garantizar la inocuidad alimentaria.

Figura 20.

Existencia de programas formales de limpieza y desinfección en los establecimientos

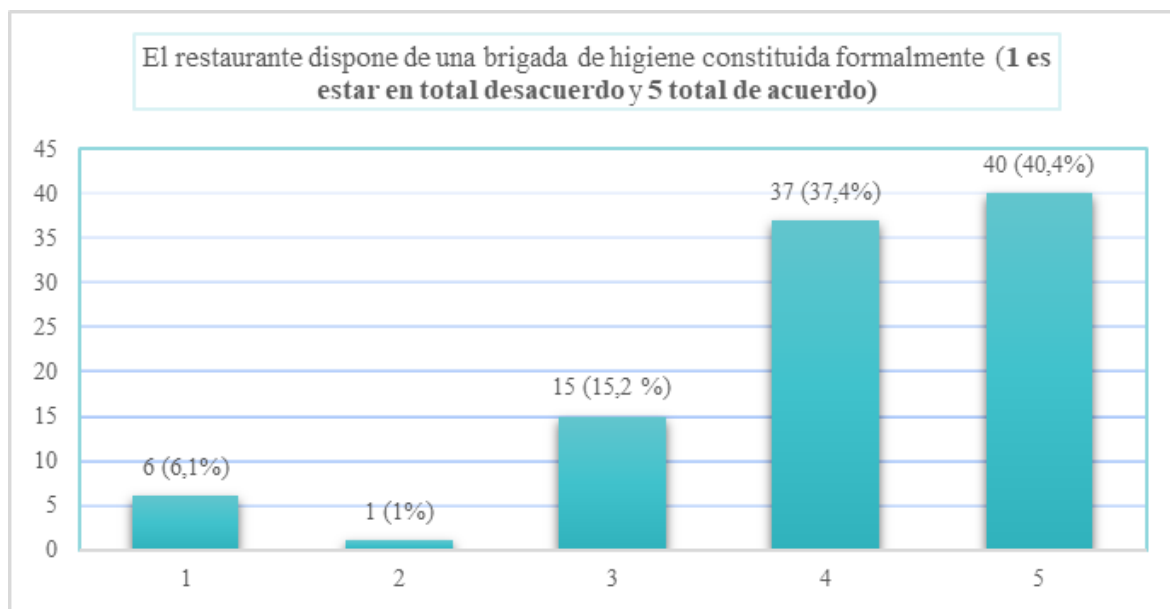


Fuente: elaboración propia

Seguidamente, la figura 20 indica que el 43% seleccionó la opción 5 respecto a la existencia de programas formales de limpieza y desinfección, seguido del 34% y el 19%, y por último se encuentran las opciones 1 y 2 que son los porcentajes más bajos. Esta distribución permite observar que la implementación de programas de limpieza es una práctica extendida en los establecimientos encuestados.

Figura 21.

Conformación formal de brigadas de higiene en el equipo de trabajo

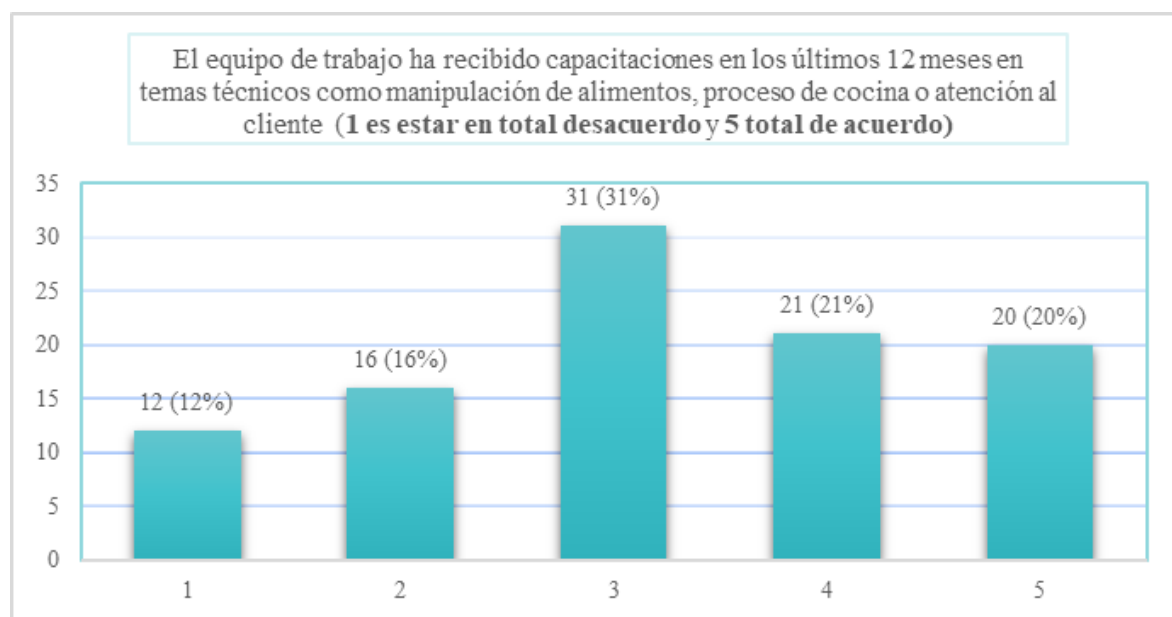


Fuente: elaboración propia

Ahora bien, la figura 21 muestra que el 40% de los establecimientos tiene una conformación formal de brigadas de higiene, le siguen los porcentajes del 37% y el 15,2% respectivamente, los porcentajes más bajos son el 6,1% y 1%, esta distribución evidencia que una parte importante de los establecimientos cuenta con equipos de higiene estructurados.

Figura 22.

Capacitación del personal en temas técnicos como manipulación de alimentos, proceso de cocina o atención al cliente

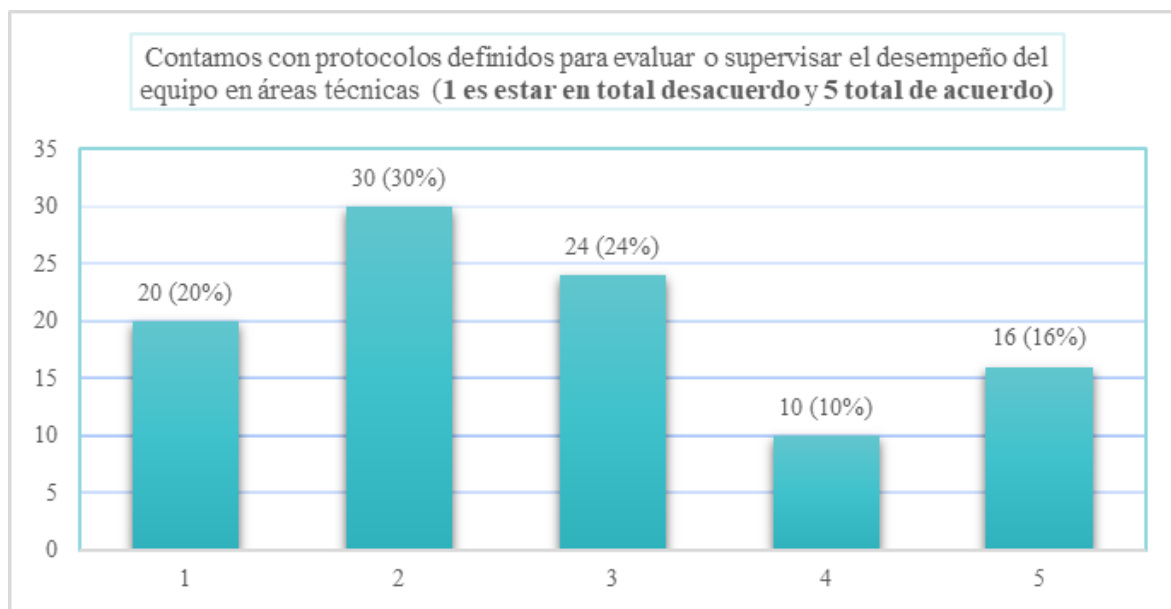


Fuente: elaboración propia

Por su parte, la figura 22 evidencia que el 31% ha recibido capacitaciones en temas técnicos durante los últimos 12 meses, seguido del 21% y el 20%; los porcentajes menores son del 16% y 12%, lo que muestra que el nivel de capacitación técnica del personal presenta una distribución más equilibrada entre respuestas intermedias y superiores.

Figura 23.

Existencia de protocolos para supervisar el desempeño técnico de los empleados

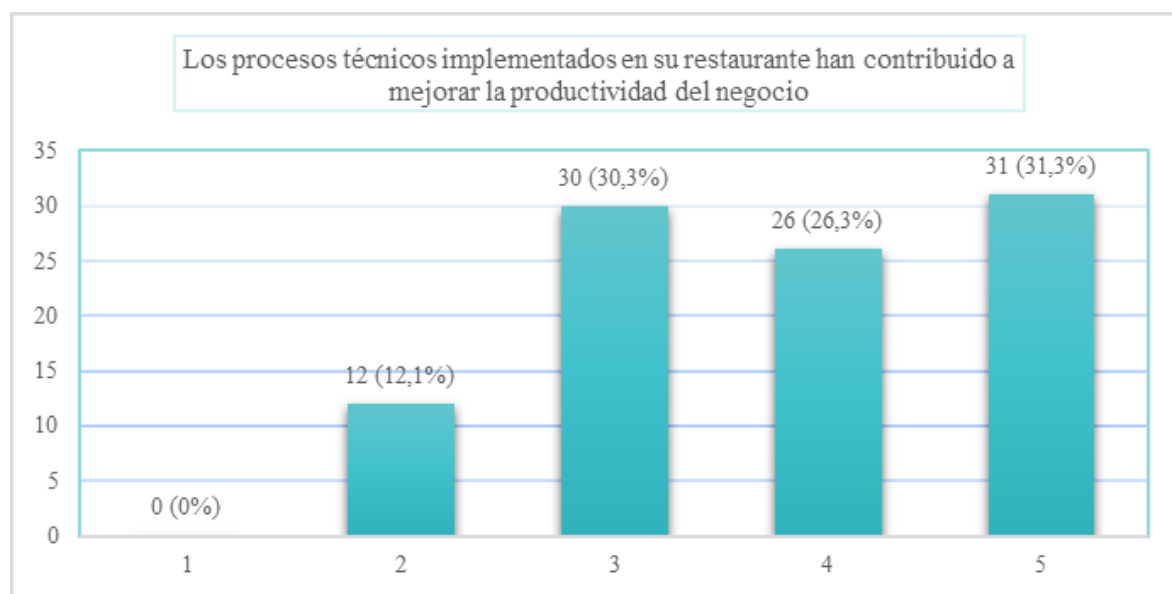


Fuente: elaboración propia

En la figura 23 se muestra que el 30% cuenta con la existencia de protocolos definidos para evaluar el desempeño técnico en áreas operativas, seguido del 24% y el 20%. Por su parte, las opciones 4 y 5 registran un porcentaje menor, lo que indica que una parte considerable de los establecimientos cuenta con protocolos de supervisión técnica.

Figura 24.

Impacto de los procesos técnicos en la productividad del restaurante

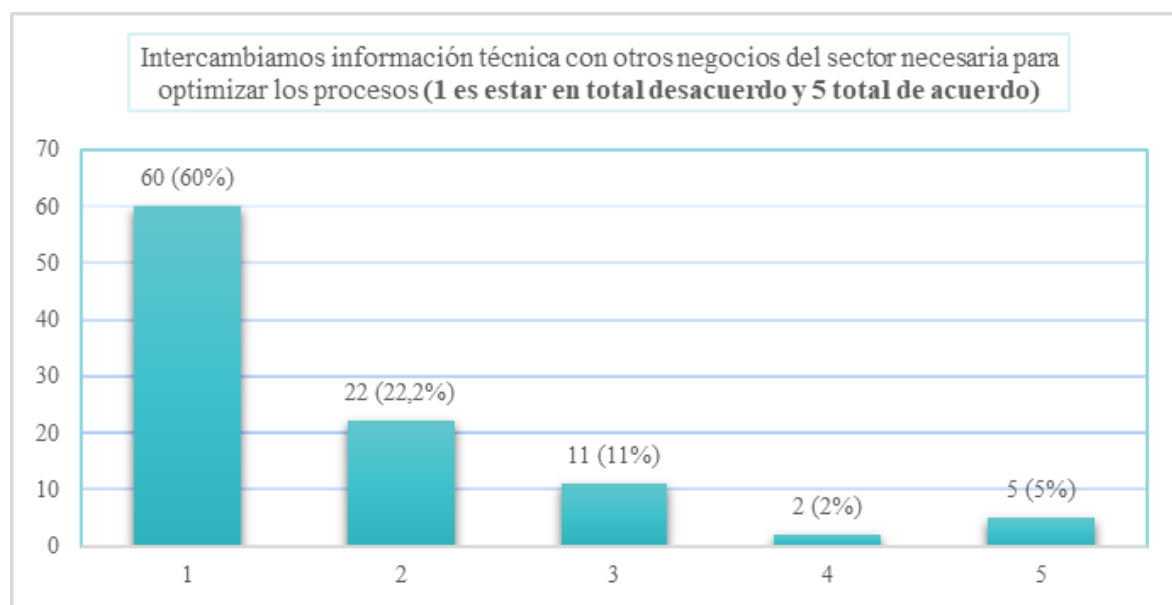


Fuente: elaboración propia

En cuanto al impacto de los procesos técnicos, la figura 24 muestra que el 31,3%, seleccionó la opción 5 y el 26,3% la opción 4 en relación con su contribución a la productividad del negocio, la opción 3 representa el 30,3%, mientras que la opción 2 alcanza el 12,1%. Estos datos reflejan una tendencia positiva en la percepción del aporte de los procesos técnicos del desempeño productivo del establecimiento.

Figura 25.

Intercambio técnico entre negocios del sector gastronómico



Fuente: elaboración propia

Ahora bien, la figura 25 revela que el 60% de los establecimientos seleccionó la opción 1 respecto al intercambio técnico con otros negocios del sector, seguido del 22,2% en la opción 2 y del 11% en la opción 3, y por último las opciones 4 y 5 con un 7%, lo que indica que el intercambio técnico entre establecimientos es limitado en la mayoría de los casos.

Figura 26.

Espacios de intercambio técnico que mencionaron los establecimientos



Fuente: elaboración propia

Finalmente, la figura 26 representa una nube de palabras construida a partir de los espacios mencionados para el intercambio técnico, que son eventos, capacitaciones con artesanos y talleres de la gobernación, asaderos como proveedores y establecimientos o actores del sector como Ringlete, Taisu, Carambolo y Litany, esta representación gráfica permite identificar los escenarios que los establecimientos asocian con actividades de intercambio técnico.

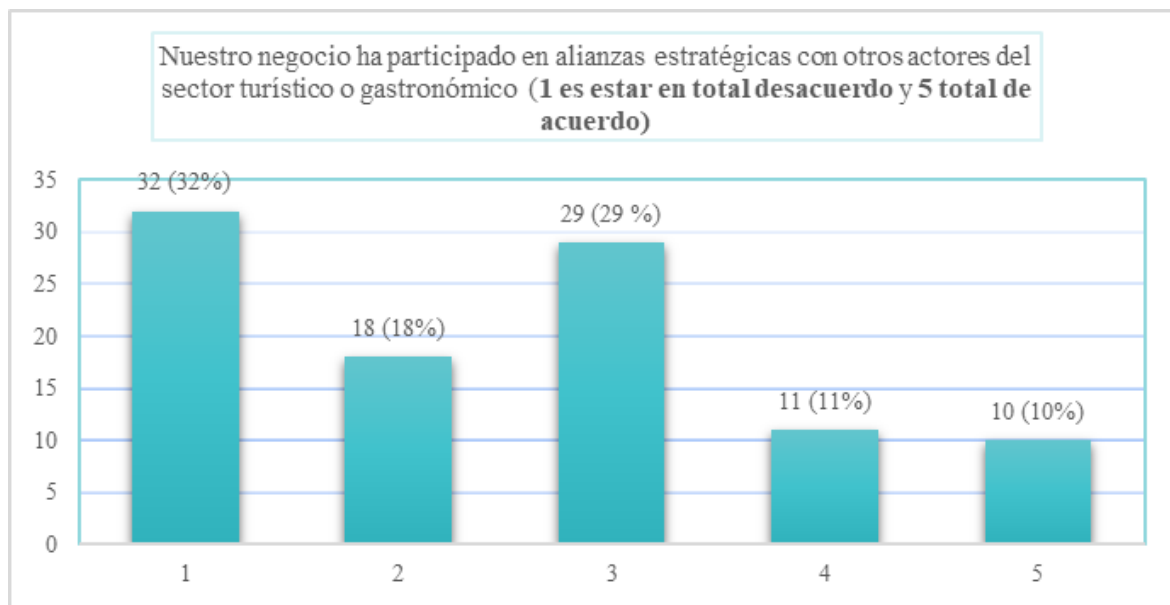
15.5 Competitividad en los establecimientos gastronómicos

En este apartado se presentan los resultados asociados a la competitividad de los establecimientos gastronómicos encuestados, aquí se analizan los ítems relacionados con la participación en alianzas estratégicas, la colaboración con entidades gubernamentales, la

organización de eventos conjuntos con otros negocios, la pertenencia a gremios gastronómicos y la cooperación con empresas de otros sectores para la promoción de productos y servicios.

Figura 27.

Articulación de alianzas estratégicas con agentes del sector turístico o gastronómico



Fuente: elaboración propia

Los resultados de la figura 27 muestran que el 32% de los establecimientos seleccionó la opción 1 respecto a su participación en alianzas estratégicas con actores del sector turístico o gastronómico, le siguen la opción 3 con el 29%, la opción 2 con el 18% y los porcentajes menores en la opción las cuatro y cinco, estos datos evidencian que, en general, los niveles de articulación estratégicas son bajos entre los establecimientos encuestados.

Figura 28.

Actores que se mencionaron en alianzas estratégicas

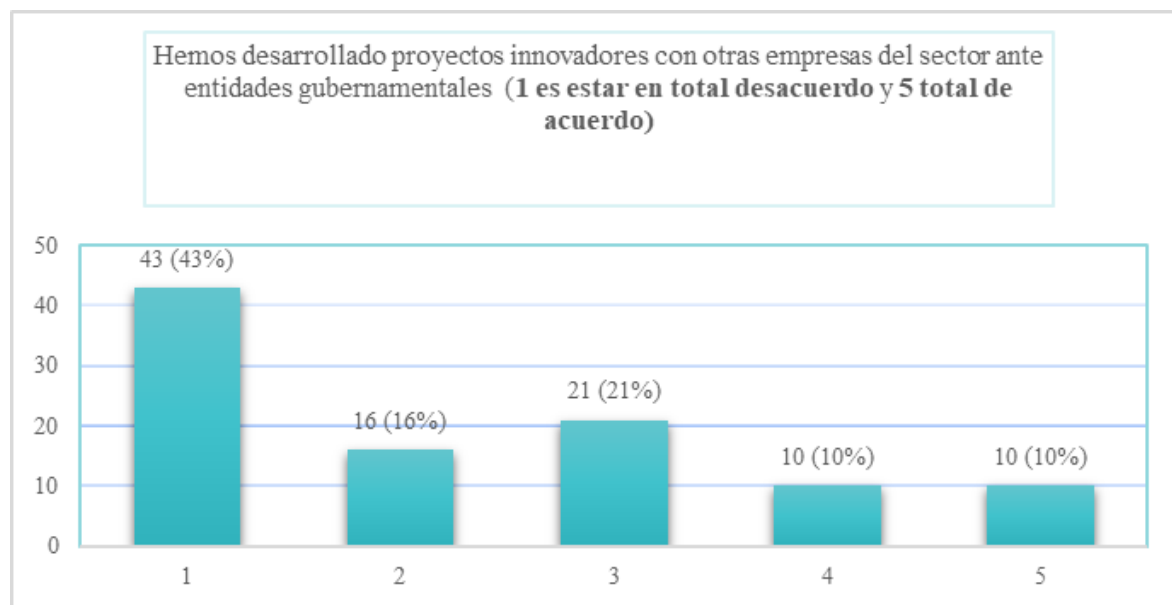


Fuente: elaboración propia

Continuando, la figura 28 representa una nube de palabras construida a partir de los actores mencionados por los establecimientos entre los términos con mayor recurrencia aparece petronio, turismo afro con secretaría de turismo, festival saboreando el Pacífico, Secretaría de Turismo de Cali, guías turísticos, cop16, ruta afroturística, Secretaría de Cultura, rappi, Secretaría de Turismo del Valle, Cámara de Comercio de Cali, acodrés así como restaurantes bares y hoteles. Esta distribución muestra la variedad de actores de referenciados por los establecimientos al hablar de alianzas estratégicas.

Figura 29.

Participación en alianzas estratégicas y colaboración en proyectos gubernamentales

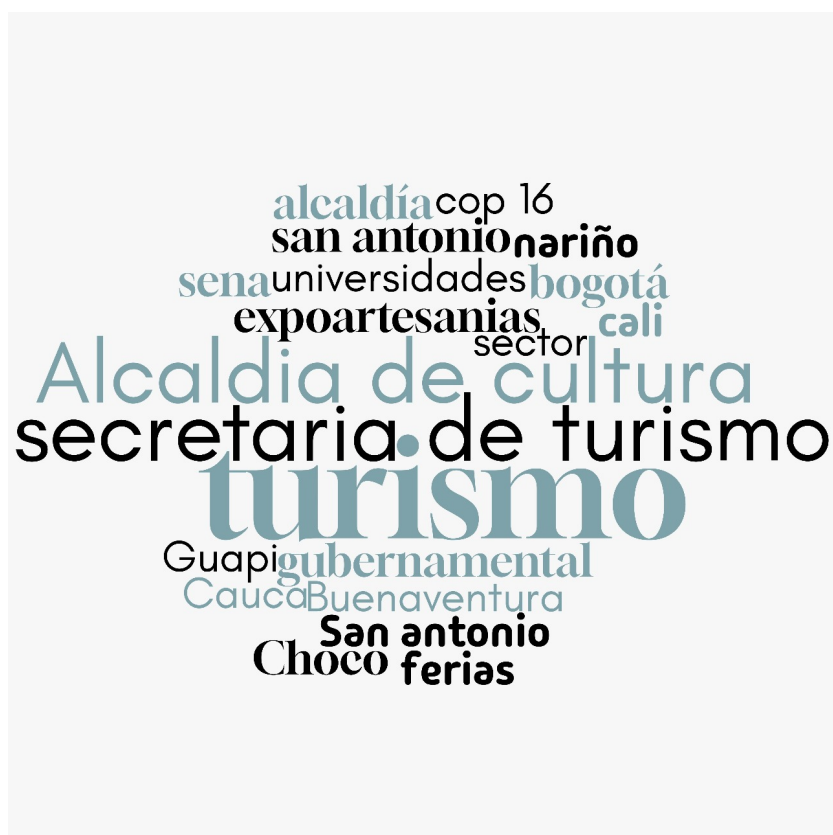


Fuente: elaboración propia

Seguidamente, la figura 29 evidencia que el 43% seleccionó la opción 1 sobre la participación en proyectos desarrollados junto con otras empresas ante entidades gubernamentales, le siguen la opción 3 con el 21% y la opción 2 con el 16% y porcentaje similares en las opciones 4 y 5, en general se observa una baja participación en proyectos de este tipo.

Figura 30.

Escenarios institucionales asociados a proyectos gubernamentales

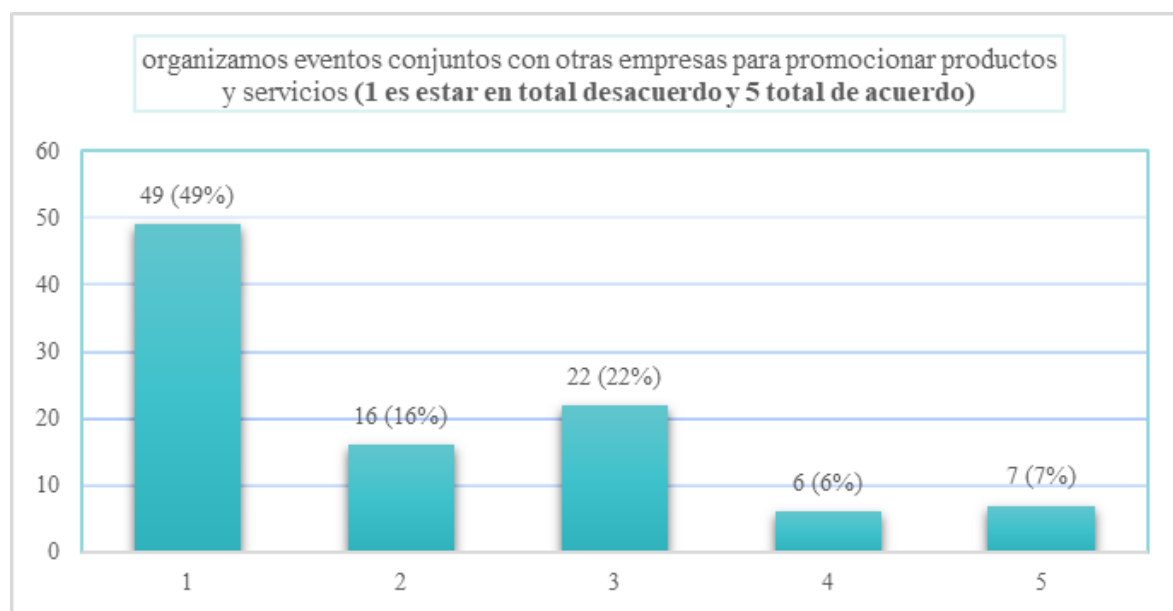


Fuente: elaboración propia

La figura 30 representa una nube de palabras con las instituciones y entidades mencionadas como participantes en proyectos colaborativos entre los términos destacados aparecen Secretaría de Turismo de Cali, Secretaría de Cultura, COP16, expoartesanas Bogotá, alcaldía, SENA, universidades, sector gubernamental así como referencias a San Antonio, Buenaventura y el Cauca. Esta representación permite identificar los escenarios institucionales asociados a iniciativas gubernamentales señaladas por los establecimientos.

Figura 31.

Alianzas estratégicas con otras empresas del sector para eventos que promocionan la oferta gastronómica



Fuente: elaboración propia

En cuanto a la organización de eventos conjuntos, la figura 31 muestra que el 49% seleccionó la opción 1 seguido del 22% en la opción 3 y el 16% la opción 2 seguido por el 16% y 22% que son porcentajes menores, lo cual indica que la organización de eventos conjuntos con otras empresas del sector no es una práctica frecuente entre los establecimientos encuestados.

Figura 32.

Actores mencionados en para promocionar productos y servicios

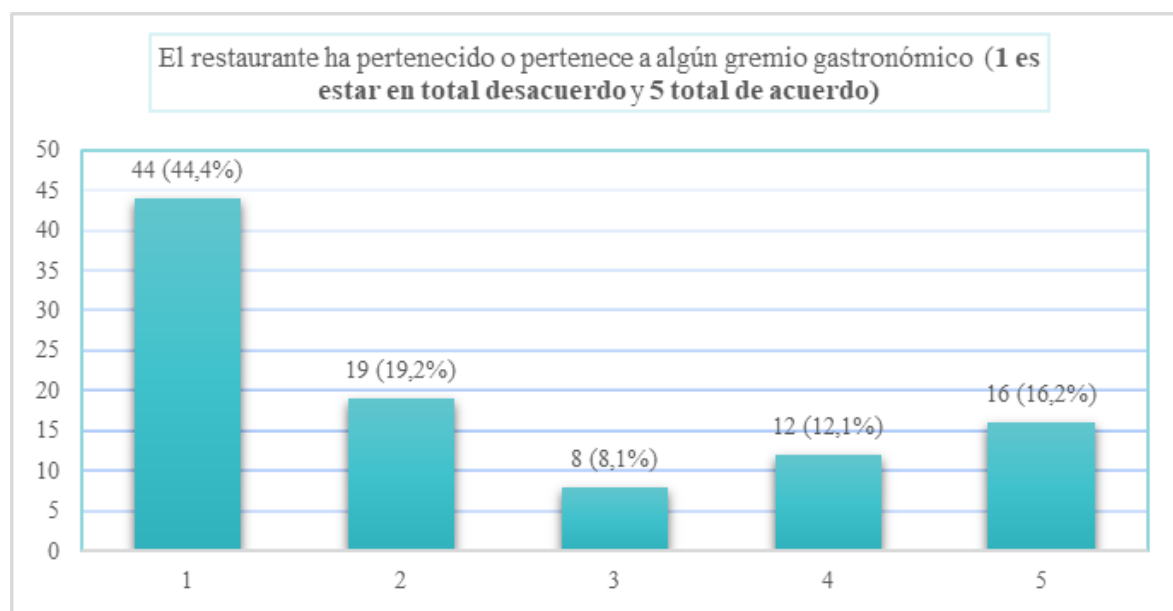


Fuente: elaboración propia

Continuando, la figura 32 representa una nube de palabras donde los establecimientos señalaron actores vinculados a la organización de eventos entre los términos están Petronio Álvarez, Cámara de Comercio, ferias, acodres, centros comerciales, y fundaciones.

Figura 33.

Participación en gremios gastronómicos



Fuente: elaboración propia

La figura 33 evidencia que el 44,4% seleccionó la opción 1 respecto a la pertenencia a gremios gastronómicos seguido del 19,2% en la opción 2 y del 16,2 en la opción 5, y el 12,1% y el 8,1% son los más bajo, lo que indica que la mayoría de establecimientos no ha pertenecido a gremios del sector.

Figura 34.

Gremios y colectivos a los que pertenecen los establecimientos

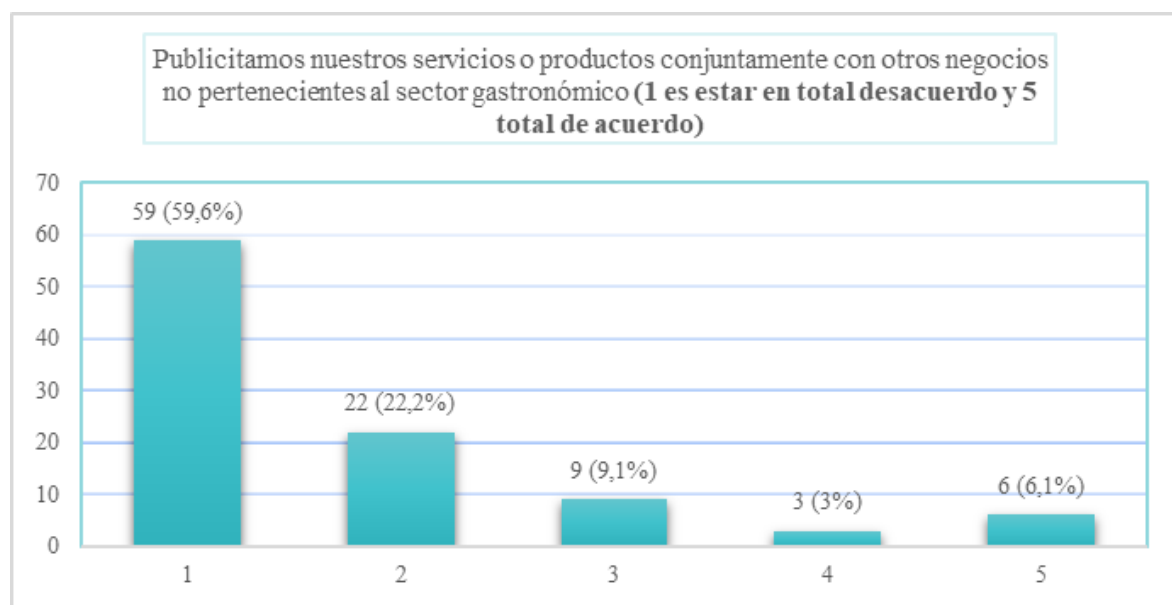


Fuente: elaboración propia

La figura 34 muestra la nube de palabras con los gremios o colectivos mencionados por los establecimientos, entre estos está acodrés, sector afro, bebidas autóctonas, cocinas de la plaza, alcaldía, y bebidas del Pacífico indicando los grupos o entidades que algunos establecimientos reconocen como referentes.

Figura 35.

Cooperación con negocios de otros sectores para la promoción conjunta de productos y servicios



Fuente: elaboración propia

A continuación, la figura 35 evidencia que el 59% seleccionó la opción 1 respecto a la cooperación con negocios ajenos al sector gastronómico para promocionar productos o servicios, le siguen la opción 2 con el 22,2% la opción 3 con el 9,1% y los porcentajes menores del 3% y 6,1% en las opciones 4 y 5 la distribución muestra bajos niveles de cooperación intersectorial.

Figura 36.

Actores mencionados en la cooperación con otros sectores



Fuente: elaboración propia

Para finalizar, la figura 36 presenta una nube de palabras donde se registran actores vinculados a la cooperación con negocios de otros actores, en los cuales están: artesanos, y sector de bebidas del pacifico, lo que nos permite identificar los actores señalados por los establecimientos en relación con la cooperación intersectorial.

16. Análisis

Los resultados obtenidos en los establecimientos gastronómicos afrocolombianos de Cali permiten describir las características actuales del sector y contrastarlas con los planteamientos desarrollados en el marco teórico, identificando aspectos de coherencia y elementos que evidencian oportunidades de fortalecimiento.

En primer lugar, frente al patrimonio alimentario afrocolombiano, el 88,9% de los establecimientos manifestó estar totalmente de acuerdo en que ofrece platos que hacen parte del patrimonio gastronómico afro, mientras que el 9,1% indicó estar de acuerdo. Este resultado muestra una presencia predominante de elementos tradicionales dentro de la oferta gastronómica. Esta situación es coherente con lo planteado por Gimenes-Minasse (2023) y Valilla Arróspide y Recuero- Virto (2024), quienes señalan que la gastronomía funciona como vehículo de memoria, cultura e identidad. De igual manera, lo expuesto por Noguer-Junca et al. (2021) acerca de la cocina afro como eje integrador entre territorio e identidad se refleja en la práctica descrita por los establecimientos analizados.

En cuanto a la experiencia cultural complementaria, una proporción significativa de los encuestados indicó incorporar elementos como música tradicional, ambientación alusiva a la cultura afro y relatos comunitarios dentro del servicio ofrecido. Estos hallazgos se aproximan a lo señalado por Valilla Arróspide y Recuero Virto (2024), quienes resaltan el carácter simbólico del patrimonio alimentario, y por Noguer-Junda et al. (2021), quienes destacan la dimensión cultural como componente diferenciador del producto turístico.

Respecto a la experiencia sensorial, la mayoría de los establecimientos manifestaron que los sabores, aromas y presentaciones tradicionales constituyen un aspecto central de su propuesta gastronómica. Este comportamiento descrito se alinea con lo planteado por Liu, Xu y Yang

(2024) y Gimenes-Minasse (2023), quienes destacan la importancia de la dimensión sensorial en la construcción de memorias de viaje y satisfacción del visitante.

En relación con la inclusión social y participación en dinámicas colectivas, los resultados muestran niveles moderados de participación en ferias, rutas gastronómicas y eventos culturales. Sin embargo, los porcentajes asociados a intercambio de saberes y articulación con redes gastronómicas presentan valores mas bajos. Esta situación guarda correspondencia con lo señalado por Peña-Hernández et al. (2020) y Noguer- Junca et al. (2021), quienes resaltan la importancia de los circuitos y espacios colaborativos para fortalecer el desarrollo local.

En lo referente a los procesos técnicos, un alto porcentaje de establecimientos indico cumplir con practicas de higiene, protocolos sanitarios y capacitaciones básicas del personal. Asimismo, la mayoría manifestó contar con infraestructura adecuada y procesos organizativos definidos. Estos resultados son consistentes con lo planteado por García-Pulido et al. (2021), quienes destacan la relevancia del cumplimiento sanitario para garantizar confianza y sostenibilidad en el sector gastronómico

No obstante, en el componente tecnológico se observan porcentajes menores en la adopción de herramientas como páginas web, sistemas de reservas digitales y estrategias formales de marketing digital. Este comportamiento descrito se distancia parcialmente de lo señalado por Cruz Estrada y Miranda Zavala (2019), quienes subrayan la importancia de las TIC en la visibilidad y gestión empresarial.

En términos de productividad, la mayoría de los encuestados manifestó percepciones positivas frente a la organización interna, reducción de desperdicios y mejora en tiempo de servicio. Estos resultados se aproximan a lo señalado por Marín- Guarín et al. (2022), quienes

resaltan la importancia de la capacitación y la organización operativa en el desempeño del servicio.

Asimismo, lo expuesto por Peña-Hernández et al. (2020) sobre la mejora de procesos como dinamizador económico encuentra correspondencia en los datos obtenidos.

Finalmente, en la dimensión de competitividad, los porcentajes asociados a alianzas estratégicas, pertenencia a gremios y participación en redes colaborativas son inferiores en comparación con otros componentes evaluados. Esta situación es coherente con lo planteado por Zúñiga- Collazos et al. (2019) y Vera Rebollo y López Palomeque (2016), quienes señalan la importancia de la articulación institucional para fortalecer destinos turísticos. Aunque la gastronomía afrocolombiana presenta elementos diferenciadores ampliamente reconocidos por los establecimientos, la participación en dinámicas colaborativas aparece como un aspecto susceptible de fortalecimiento dentro del contexto analizado.

17. Conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se presentan las siguientes conclusiones en correspondencia con los objetivos planteados en la investigación.

En relación con el primer objetivo específico, el análisis de estudios previos permitió identificar los principales aportes conceptuales y metodológicos sobre procesos técnicos en el turismo gastronómico y su abordaje dentro de las dimensiones de productividad y competitividad. Esta revisión proporciono el sustento teórico para organizar las variables del estudio y estructurar el modelo conceptual aplicado al contexto del turismo gastronómico afrocolombiano en Cali.

Respecto al segundo objetivo, el diseño del modelo teórico permitió organizar conceptualmente la dimensión cultural, técnica, productiva y competitiva descritas en la literatura especializada. El modelo cumple una función estructuradora dentro del trabajo, al integrar referentes teóricos que permiten analizar de manera ordenada las variables observadas en el subsector gastronómico afrocolombiano.

En cuanto al tercer objetivo, la aplicación del modelo en establecimientos representativos del turismo gastronómico afrocolombiano en Cali permitió describir las características actuales de los procesos técnicos y de las dimensiones asociadas a productividad y competitividad. Los resultados muestran una presencia significativa de prácticas relacionadas con preservación cultural, identidad gastronómica y experiencia sensorial. Asimismo, se identificaron niveles variables en aspectos como adopción de herramientas tecnológicas, formalización de procesos operativos y participación en redes sectoriales.

De manera general, el estudio permitió caracterizar el estado actual del turismo gastronómico afrocolombiano en Cali desde una perspectiva organizativa y operativa. Los

hallazgos describen un sector con base cultural sólida y practicas técnicas parcialmente implementadas, dentro de un entorno que presenta dinámicas propias del mercado turístico urbano.

En síntesis, la investigación cumplió con los objetivos propuestos al organizar conceptualmente las dimensiones teóricas, aplicar el modelo en el contexto seleccionado y describir el comportamiento de las variables observadas. El trabajo aporta una caracterización académica del subsector, que puede servir como referencia para futuras investigaciones o análisis comparativos en contextos similares.

18. Recomendaciones

A partir de los hallazgos Descritos en la investigación se propone las siguientes recomendaciones orientadas al fortalecimiento del turismo gastronómico afrocolombiano en Cali

Para empezar, se recomienda fortalecer la aplicación de los procesos técnicos en los establecimientos, especialmente en lo relacionado con la estandarización de prácticas de higiene, la organización operativa, la supervisión del desempeño del personal y el cumplimiento de protocolos de limpieza y desinfección. Estas acciones podrían favorecer la consolidación de prácticas organizativas más estructuradas y coherentes con las dinámicas del sector turístico

También se sugiere promover el uso estratégico de herramientas tecnológicas que faciliten la gestión y proyección del negocio. La creación de sitios web, la implementación de

sistemas digitales para reservas, la actualización constante de redes sociales y la producción de contenido atractivo constituyen Alternativas organizativas que puede ampliar la visibilidad de los establecimientos dentro del entorno turístico local y regional.

Además, resulta pertinente fortalecer la articulación entre los diferentes actores del sector gastronómico afrocolombiano. La participación en ferias, rutas gastronómicas, festivales asociaciones y proyectos institucionales representa un escenario para el intercambio de experiencias, la construcción de redes de apoyo y consolidación de estrategias colectivas dentro del sector.

En definitiva, se recomienda dar continuidad a los procesos de organización técnica y articulación sectorial identificados en el estudio, con el fin de mantener actualizadas las prácticas operativas y responder a las dinámicas cambiantes del mercado turístico. La sostenibilidad del turismo gastronómico afrocolombiano se relaciona con la capacidad organizativa de los establecimientos para estructurar sus procesos, incorporar herramientas técnicas y fortalecer su presencia dentro del entorno competitivo.

19. Referencias

- Bravo Cabria, S. (2004). *La competitividad del sector turístico*. Banco de España, Boletín económico, septiembre.
- Chim-Mik, A.F., Castillo -Palacio, M., & Gadotti dos Anjos, S.J. (2017). Competitividad y producción turística: diferentes medidas de la evolución del destino. *Revista Gestión & desarrollo*, 13 (1), 15-30.
- Colombia, Congreso de la República. (1993): *por la cual se desarrolla el artículo transitorio 55 de la constitución política y se reconocen los derechos de las comunidades negras*. Diario Oficial No. 41.013.
- Colombia, Congreso de la República. (1996): *Por lo cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No. 42.804.
- Colombia, Congreso de la república. (1997). *Ley 397 de 1997: Ley General de cultura*. Diario oficial No.43.091.
- Colombia, Congreso de la República. (2012). *Ley 1558 de 2012: por la cual se reforma la Ley General de Turismo*. Diario Oficial No. 48. 461.
- Colombia, Congreso de la República. (2018). *La ley 1917 De 2018: por medio de la cual se promueve y fomenta la gastronomía colombiana como patrimonio cultural y atractivo turístico nacional*. Diario Oficial No. 50.726.
- Colombia, Congreso de la República. (2023). *Ley 2294 de 2023: por la cual se expide el Plan Nacional de desarrollo 2022-2026 “Colombia potencia mundial para la vida”*. Diario Oficial No. 52.383.
- Colombia, Ministerio de Cultura. (2009). *Decreto 763 de 2009: por el cual se reglamenta el sistema de información cultural de Colombia (SINIC)*.
- Cruz Estrada, I. y Miranda Zavala, AM (2019). La adopción de las tic en restaurantes de Puerto Nuevo, Rosarito, Baja California. INNOVAR. *Revista de ciencias administrativas y sociales*, 29 (72), 59-75.
- DANE- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2022). *Foro Cali en cifras: Demografía, economía y mercado laboral*. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/220322-Foro-Cali-en-cifras.pdf>

- Dias de Faria, M., & Ferreira da Silva, J. (2011). Composto para restaurantes: atendendo consumidores com deficiência visual. *Revista de Administração faces journal*, 10(1), 11-32.
- El país.(2023, mayo). *pacífico en la mesa: la gastronomía de esa región se toma restaurantes de Cali*. Recuperado de: <https://www.elpais.com.co/cultura/pacifico-en-la-mesa-la-gastronomia-de-esa-region-se-toma-restaurantes-de-cali.html>
- García-Pullido, YA, Frías-Jiménez, RA & Medina-León, AA (2021). Evaluación higiénico-sanitaria de restaurantes vinculados a la actividad turística. *Revista Médica Electrónica*, 43(6), 1617-1633.
- Gimenes-Manasse, MHSG, (2023). Turismo gastronómico: conceptos y características. *Revista Brasileira de Pesquisa em turismo*, 17 (), 1-12.
- Gobernación del Valle del Cauca. (2023). *Con el programa valle cocina se mejora el desempeño y competitividad del sector gastronómico*. Recuperado de: <https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/79474/con-el-programa-valle-cocina-se-mejora-el-desempeno-y-competitividad-del-sector-gastronomico/>
- Guevara Barco, D.M. & Quintero García, F. J., (2024). Estrategias para la integración del turismo y la cultura en Santiago de Cali [Tesis de maestría]. Universidad de San Buenaventura Cali.
- Javeriana Cali. (2023). *¿Es el turismo gastronómico una herramienta de competitividad?* Recuperado de: <https://www.javerianacali.edu.co/noticias/es-el-turismo-gastronomico-una-herramienta-de-competitividad>
- Lizcano, J. A. A. (2013). Competitividad en el sector turístico una revisión de la literatura. *Libret*, (5), 271-291.
- López Palomeque, F., (2007). Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos. *Turismo y sociedad*, 8, 52-68
- Liua, y., Xu, H., & Yang, Y. (2024). El efecto de las experiencias de turismo gastronómico en el bienestar subjetivo de los turistas. *Heliyon*, 10(10), e25482
- Marín-Guarín, LC, Fontalvo-Ballestas, YC, & García-Méndez, S. (2022). Satisfacción laboral en establecimientos gastronómicos de Bucaramanga, Santander. I+D *Revista de investigaciones*, 17(1), 27-39.
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (2023). *Política de turismo cultural Colombia*. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-cultural-colombia>

- Montenegro Velandia, W., Arango Benjumea, J. J., Acevedo Restrepo, J. F., Bermúdez Cardona, A. M., Caicedo Valencia, V. M., Cartagena Rendón, C. M., & Taborda Tuirán, J. S. (2019). *Competitividad turística como motor de desarrollo regional. Un estudio del clúster de turismo en el suroeste Antioqueño*. Externo
- Nguyen, V. K., Natoli, R. & Divisekera, S. (2021). Innovación and productivity in tourism small and médium enterprises: A longitudinal study. *Tourism management perspectives*, 38, 100804
- Noguer-Junca, E., Fusté-Forné, F., & Crespi-Vallbona, M, (2021). Revalorización sociocultural y gastronómica de los productos locales: trumfa en el Vall de Camprodón (Cataluña, España). *Revista Internacional de Gastronomía y Ciencia de los Alimentos*, 26, 100425.
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Gastronomía, turismo enológico y turismo basado en productos*. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/gastronomia-turismo-enologico>
- Pazos Cárdenas, M. (2016). Industrias culturales “afropacíficas”: encrucijadas del multiculturalismo en la ciudad de Cali, Colombia. *Antípoda. Revista de antropología y arqueología*, (24), 75-90
- Park, E., & Widyanta, A. (2022). Food Tourism Experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination. *Tourism Management prespectives*, 42, 100964
- Peña Hernández, AE, Reyes, JB, Villafañá-Rivera, F., Flores-Amador, C., & Espitia-López, J. (2020). Participación de las MIPYMES al desarrollo local, resultado de la actividad turística gastronómica: caso de estudio. *Revista Científica*, 24(1), 48-58.
- Peralta Miranda, P., Cervantes Atia, V., Polo Oliveros, B., & Pantoja Palacios, O. (2022). Alianzas estratégicas generadoras de valor en el sector gastronómico colombiano. *Revista de ciencias sociales*, 28(4), 277-289.
- Secretaria de turismo de Cali. (2023). Encuentro Iberoamericano de Turismo Gastronómico. Recuperado de: <https://www.cali.gov.co/turismo/publicaciones/178248/cali-esta-lista-para-el-prim-er-encuentro-iberoamericano-de-turismo-gastronomico/>
- Serrano-Amado, A.-m., Montoya-Restrepo, L.-A., & Cazares, I. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21 (1), 99-109.
- Shan, W., Cheng, Q., Yu, X., X., & Ma, Z. (2024). Inclusive finance and regional tourism economy; The role of total factor productivity. *Finance research letters*, 67, 105779

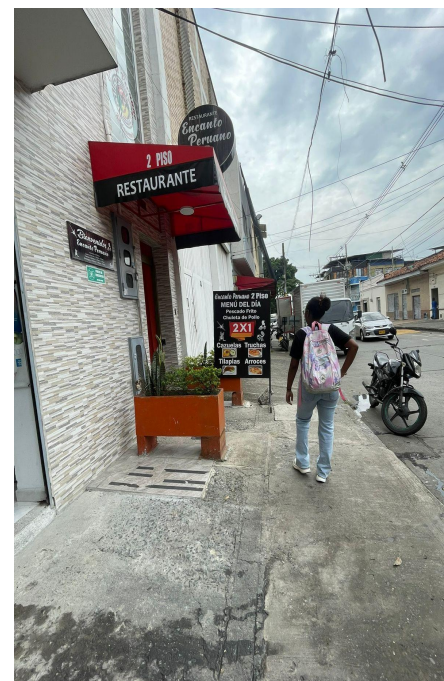
- UNWTO. (2022). *A report highlights importance of tourism for economic recovery by 2022 [pless reléase]*. Madrid.
- Vargas-Mendoza, J. E., & Gamboa-Grajales, C. A. (2024). Impacto de la tecnología en el turismo: Un análisis cienciométrico y revisión. *Ciencia y tecnología*, 24(2), 253-270.
- Vázquez (2011) *¿Qué es un proceso técnico?* Recuperado de: [Proceso Técnico | paolavazquezbarba](#)
- Vicepresidencia de la república. (2022). *Queremos potenciar el turismo gastronómico que es parte de nuestra identidad, cultural y raíces: Vicepresidencia Francia Márquez*. Recuperado de: <https://www.vicepresidencia.gov.co/prensa/Paginas/Queremos-potenciar-el-turismo-gastronomico-que-es-parte-de-nuestra-identidad-cultura-y-raices-Vicepresidencia-Francia.aspx>
- Valilla Arrospide, C., & Recuero-Virto, N. (2024). El encanto de los destinos culinarios: la interacción estratégica de la gastronomía local en el desarrollo turístico regional. *Revista Internacional de Gastronomía y Ciencia de los Alimentos*, 36, 100931.
- Zuñiga-Collazos, A., Gómez-López, J.M., Ríos-Obando, J.F. & Vargas-García, L.M. (2023). Innovación y políticas públicas como factores para promover el desarrollo de organizaciones de turismo en Colombia. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 13(26),341-355.
- Zúñiga-Collazos, A., Catillo- Palacio M., & Padilla- Delgado, J. (2019) Organizational Competitiveness: The concept, its dimensions and antecedents. *Revista Espacios*, 40(23), 1-12.

20. Anexos

Anexo A. Evidencia fotográfica de realización de encuestas

The screenshot shows a Google Forms interface for a survey titled "IMPACTO DE LOS PROCESOS TÉCNICOS EN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL TURISMO GASTRONÓMICO AFROCOLOMBIANO DE LA CIUDAD DE CALI". The form is in the "Preguntas" (Questions) tab, showing "Sección 1 de 4" (Section 1 of 4). The first question is "¿Usted tiene a su cargo un establecimiento gastronómico?" (Do you have a gastronomic establishment under your charge?). The form is published and has 100 responses.

Nota. Se realizaron las encuestas por medio de la herramienta de formularios de Google Forms.





Nota. Se aplicaron las encuestas en diversos barrios emblemáticos del sector gastronómico de la ciudad de cali

Anexo B. Solicitud de permisos a la Secretaria de Turismo y Cultura para acceder a datos de los establecimientos gastronómicos

Solicitud de acceso a base de datos con fines académicos


JOSELIN DIAGO RODRIGUEZ <josselin.diago@correounivalle.edu.co>
 para carlos.cuero.tor, LINA

mar, 14 oct, 10:19 ☆ ↶ ⋮

Estimados/as,

Cordial saludo,

Nos dirigimos a usted en calidad de estudiantes del programa de Administración Turística de la Universidad del Valle, actualmente cursando el último semestre académico. En el marco del desarrollo de nuestra tesis de grado, requerimos acceder a la base de datos del sector gastronómico con el fin de aplicar encuestas a las personas registradas, como parte del proceso investigativo.

El uso de la información será estrictamente académico y de consultoría, garantizando en todo momento la confidencialidad y el manejo responsable de los datos, conforme a lo dispuesto en la Ley 1581 de 2012 sobre protección de datos personales.

Agradecemos de antemano su atención y colaboración, y quedamos atentos a cualquier información adicional o requisito que deba cumplirse para adelantar este proceso.

Cordialmente,

Lina Fernanda Revelo Caipe
 Estudiante de Administración Turística
 Universidad del Valle
 Lina.fernanda.revelo@correounivalle.edu.co

Josselin Diago Rodríguez
 Estudiante de Administración Turística
 Universidad del Valle
 Josselin.diago@correounivalle.edu.co

Solicitud de apoyo urgente para caracterización de establecimientos gastronómicos afrocolombianos


JOSELIN DIAGO RODRIGUEZ <josselin.diago@correounivalle.edu.co>
 para pcicultura, LINA

lun, 10 nov, 11:33 ☆ ↶ ⋮

Estimados/as,

Cordial saludo.

Mi nombre es Josselin Diago Rodríguez, estudiante del programa de Administración Turística de la Universidad del Valle, actualmente cursando el último semestre. Junto con mi compañera Lina Fernanda Revelo Caipe, estamos desarrollando nuestro trabajo de grado titulado "Impacto de los procesos técnicos en la productividad y competitividad del turismo gastronómico afrocolombiano de la ciudad de Cali".

En este proceso estamos aplicando una encuesta de caracterización a establecimientos gastronómicos afrocolombianos, y quisiéramos contar con su conocimiento y apoyo para identificar personas, negocios o alguna base de datos relacionada con este tipo de gastronomía que puedan participar.

Esta solicitud la realizamos con carácter urgente, ya que necesitamos recopilar las encuestas para finalizar nuestro trabajo de grado y presentarlo antes del 28 de noviembre. La información será utilizada únicamente con fines académicos y será tratada de manera totalmente confidencial, conforme a la Ley 1581 de 2012 sobre protección de datos personales.

Agradecemos de antemano su tiempo, atención y cualquier orientación que nos puedan brindar.

Cordialmente,

Lina Fernanda Revelo Caipe
 Estudiante de Administración Turística
 Universidad del Valle
 lina.fernanda.revelo@correounivalle.edu.co