



**ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI**
SECRETARÍA DE TURISMO



Al contestar por favor cite estos datos:

Radicado No.: **202041720100001401**

Fecha: **2020-07-03**

TRD: **4172.010.2.1.187.000140**

Rad. Padre: **202041720100001401**

HERBERT LOBATÓN CURREA
Secretario General
Concejo de Santiago de Cali
secretariageneral@concejodecali.gov.co

Asunto: Respuesta a Citación Sesión Plenaria - Proposición No. 135

Cordial saludo,

De conformidad a la citación del asunto, donde se cita a plenaria virtual al señor Secretario de Turismo ante el Concejo de Cali para el próximo lunes 6 de julio, confirmo asistencia y remito la respuesta a la proposición No.135 realizada por el Honorable Concejo de Cali.

Atentamente,

CARLOS ALBERTO MARTINEZ NOGUERA
Secretario de Despacho

Proyecto: Anny Lucía Flórez - Auxiliar Administrativo
Reviso: Carlos A. Martínez N. - Secretario de Despacho

HERBERT LOBATON CURREA
Secretario General
Concejo Santiago de Cali
La Ciudad

Asunto: Respuesta a proposición No. 135.

Cordial saludo,

De manera atenta damos respuesta a la Proposición 135 del 26 de junio de 2020. Las respuestas se presentan a continuación conservando el orden de las preguntas en la comunicación recibida, así:

PROPOSICIÓN No. 135

1. Entregar un diagnóstico integral de la situación y desarrollo del sector Turístico y Hotelero del Distrito de Santiago de Cali con corte al 28 de febrero de 2020; es decir, antes de iniciar la crisis sanitaria y económica que atraviesa el país, favor indicar, entre otros aspectos:
 - a. Cifras de visitantes nacionales e internacionales que recibió la ciudad en el 2019.
 - b. Cifras de la ocupación hotelera del año 2019.
 - c. Cifras de las empresas, familias y personas que viven del sector turismo de manera formal e informal en la ciudad.

Contexto mundial

En los últimos años, el impacto del turismo como motor económico, herramienta de desarrollo y creación de empleo es innegable. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), este sector es responsable de más del 10% del producto interno bruto mundial (PIB) y aporta uno de cada diez puestos de trabajo en el mundo¹, superando el número de empleos de otros sectores como: siete veces a la industria automotriz, cinco veces a la industria química, cuatro veces la minería, cuatro veces la banca y dos veces los servicios financieros. Adicionalmente, el turismo es un sector económico que ha sostenido su crecimiento en los últimos 10 años. Según el primer informe completo de cifras y tendencias del turismo mundial del 2020, la primera publicación del *Barómetro OMT del Turismo Mundial*, el 2019 es el décimo año consecutivo de crecimiento².

Siguiendo este informe, el panorama del turismo para inicios del 2020 era muy alentador. La llegada de turistas internacionales en el 2019 aumentó en un 4%, con un registro de 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo y

¹ Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos (2018), El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas, OMT, Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419937>

² World Tourism Organization (2020). UNWTO World Tourism Barometer, Volume 18, Issue 1, January 2020 (Excerpt). OMT, Madrid. ISSN: 1728-9246.

4 millones de llegadas por día (OMT, 2020). Con base en estos datos, se pronosticó un crecimiento de entre el 3% y 4% para el 2020.

En términos regionales, la región de las Américas tuvo un crecimiento de llegadas internacionales del 2%, con un registro de 220 millones de llegadas, lo que representa un 15% del total³.

Ahora bien, en relación con el mercado del turismo internacional, la OMT, en su *Panorama del turismo internacional, edición 2019*, presenta los principales destinos turísticos de acuerdo con dos variables: llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional (ver gráfico 1 y gráfico 2). Así pues, los 5 destinos principales por llegadas de turistas internacionales son:

1. Francia – 89 millones de llegadas
2. España – 83 millones
3. Estados Unidos de América – 80 millones
4. China – 63 millones
5. Italia – 62 millones

Los 5 destinos que más ingresos obtienen del turismo son:

1. Estados Unidos de América – 214 miles de millones de USD
2. España – 74 miles de millones de USD
3. Francia – 67 miles de millones de USD
4. Tailandia – 63 miles de millones de USD
5. Reino Unido – 52 miles de millones de USD⁴

Adicionalmente, en materia del turismo emisor, Europa genera el 48% de los viajes que se realizan en el mundo, seguido de la región de Asia y el Pacífico con el 26%. Desde una mirada del gasto en turismo, China es el país que más gasta del mundo. Los primeros 5 países por gasto en turismo internacional son⁵:

1. China – 277 miles de millones USD
2. Estados Unidos de América – 144 miles de millones USD
3. Alemania – 94 miles de millones USD
4. Reino Unido – 76 miles de millones USD
5. Francia – 48 miles de millones USD

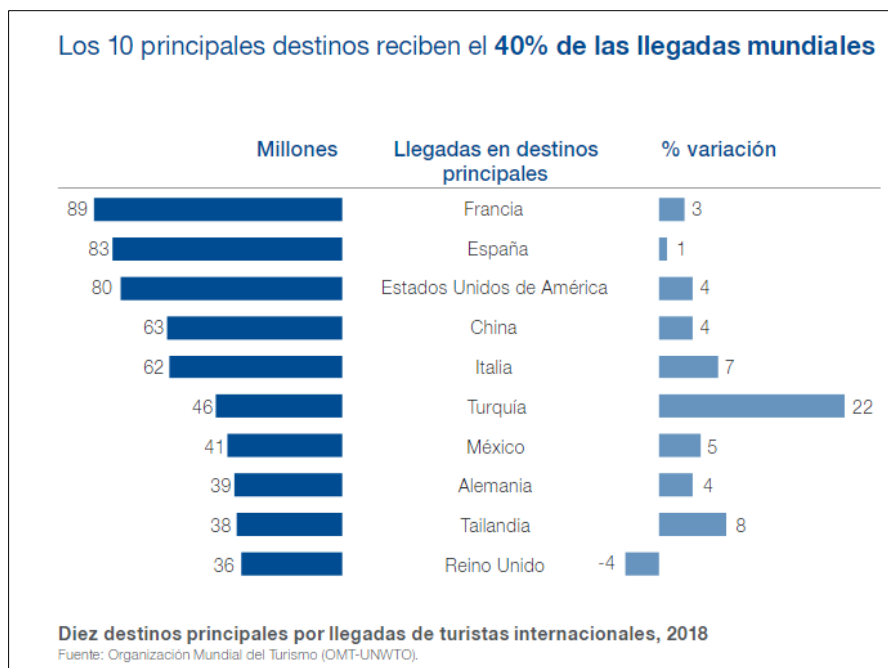
En los gráficos 3 y 4 se puede encontrar más en detalle los datos del turismo emisor internacional que recopila la OMT en su informe *Panorama del turismo internacional, edición 2019*.

Gráfico 1. Principales destinos por llegadas de turistas internacionales

³ OMT (2020). El turismo internacional sigue adelantando a la economía global. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>

⁴ Organización Mundial del Turismo (2019), *Panorama del turismo internacional*, edición 2019, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421237>.

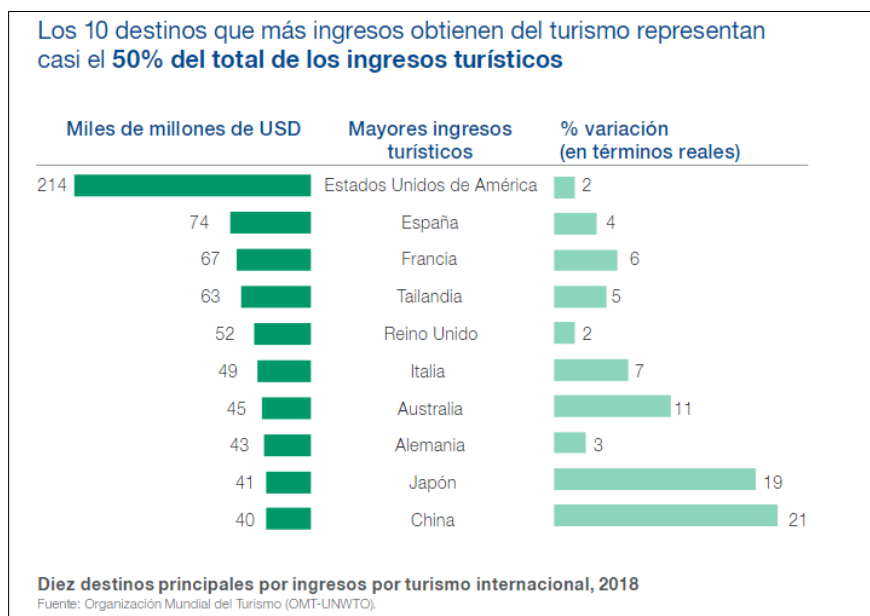
⁵ Ibid.



Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2019

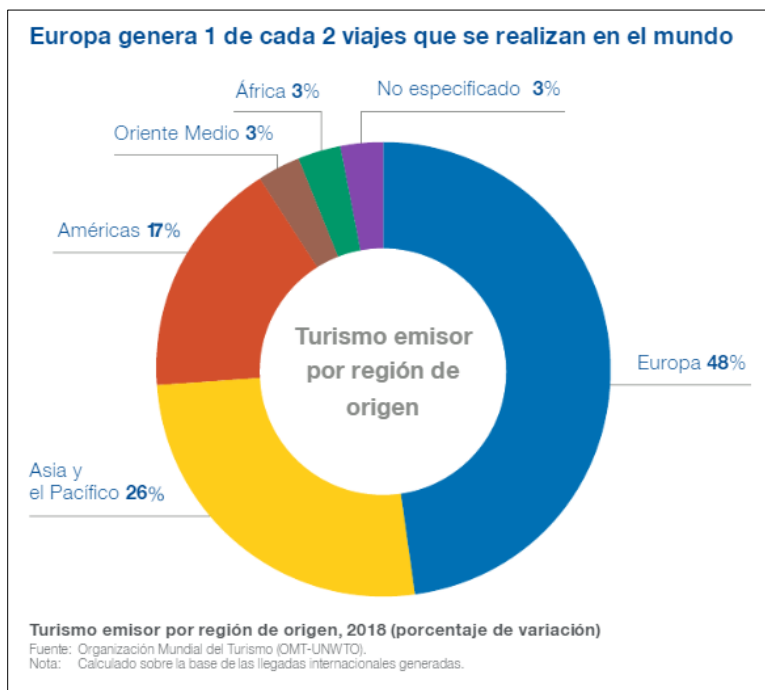
A modo de referencia y en términos comparativos frente a los principales destinos que reciben más de 60 millones de llegadas mundiales, vale la pena mencionar que en el 2019 las llegadas internacionales a Colombia fueron 3.964.436 (Migración Colombia, 2019).

Gráfico 2. Principales destinos por ingresos por turismo internacional



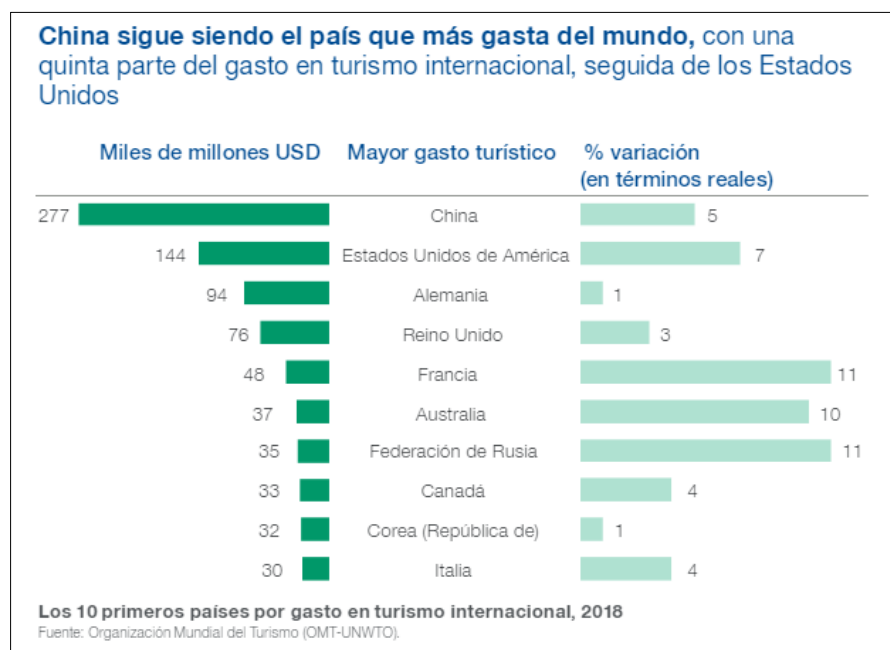
Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2019

Gráfico 3. Turismo emisor por región de origen



Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2019

Gráfico 4. Principales países por gasto en turismo internacional



Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2019

Turismo nacional

Colombia en el contexto mundial, se ubica en el puesto 55 de 140 economías, en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (Travel & Tourism Competitiveness Index – TTCI) del Foro Económico Mundial⁶. En el contexto nacional, el turismo también es un sector importante para el crecimiento económico del país. En la última década el aporte al PIB del sector turístico se ha mantenido en un crecimiento sostenido que oscila entre el 3,5% y el 3,8%, y en 2019 el aporte del turismo al PIB fue de 3,78%⁷. De hecho, en febrero del 2020 el ministro de Comercio, Industria y Turismo resaltó que el sector del comercio, transporte, alojamiento y servicios de comida fue el que más incidió en el crecimiento del 3,3% de la economía colombiana en el 2019⁸.

En relación con el panorama económico del país, las exportaciones de Colombia durante el 2019 fueron de US\$ 68.932 millones, 0.2% más que en 2018 (US\$ 68.795 millones) y las importaciones de US\$ 82.732 millones aumentando un 1.08% comparado con 2018 (US\$ 81.842 millones). Lo anterior muestra un déficit de US\$ 13.800 millones.

El comercio exterior de servicios presentó un déficit de US\$3.720 millones durante el 2019, pues reportó US\$9.988 millones en exportaciones y US\$13.708 millones en importaciones. Sin embargo, las exportaciones de servicios aumentaron un 3.5%, es decir US\$ 334 millones más comparado con el 2018. Este aumento se debió en mayor parte a los ingresos por concepto de servicios empresariales (US\$ 204 millones), en especial los relacionados con la actividad call center. También aumentaron los servicios de viajes (US\$ 95 millones) y transporte (US\$ 35 millones), implicando directamente la industria turística del país. Es necesario resaltar que los ingresos de servicios se concentran principalmente en los rubros de viajes que ascendieron a US\$ 5.652 millones y de transporte a US\$ 1.916 millones, representando el 76% del total de exportaciones de servicios y un 11% del total de exportaciones del país.

En el gráfico 5 se observan las exportaciones de servicios discriminadas durante el 2019, donde se afirma que las actividades pertenecientes al turismo aportan en mayor medida a esta rama. Es interesante resaltar que en los viajes son los únicos que no presentan un déficit, pues las exportaciones son mayores que las importaciones, lo que quiere decir que el turismo emisor es fuerte en el país y que

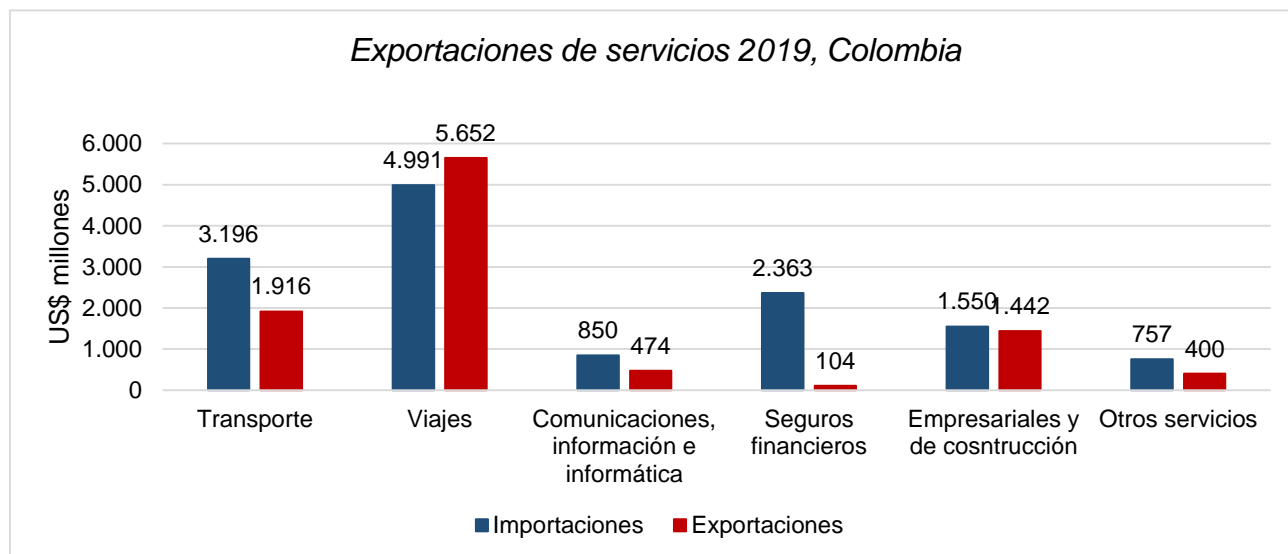
⁶ Olaya, M. (2019). Colombia mejora en ranking de los destinos preferidos para turismo y viajes. RCN Radio, recuperado de <https://www.rcnradio.com/economia/colombia-mejora-en-ranking-de-mejores-destinos-para-turismo-y-viajes>

⁷ La República. (2020). MinCIT espera que el turismo le aporte más de \$37,3 billones al PIB en este año. Recuperado de <https://www.larepublica.co/economia/gobierno-espera-que-el-turismo-le-aporte-373-billones-al-pib-este-ano-2950345>

⁸ MinCIT. (2020). En 2019, comercio y turismo, motores del crecimiento económico: ministro José Manuel Restrepo. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/comercio-y-turismo-motores-crecimiento-economico>

hay que reforzar un poco más el receptor; pues en este caso, sería más conveniente para Colombia que las importaciones fueran más altas dado que implica que ingresarían más personas al disfrutar de la variada oferta turística y por ende generaría una mayor derrama económica sobre el país.

Gráfico 5. Exportaciones de servicios 2019, Colombia



Fuente. Banco de la república, cálculos Secretaría de Turismo.

Ahondando, en el Producto Interno Bruto (PIB), este durante el 2019 ascendió a \$882.068 millones (miles de millones), representando un 3.3% (el más alto desde 2014), más que en el 2018, es decir \$28.177 millones (miles de millones). El sector comercio, transporte, alojamiento y servicios de comida fue el que más incidió para que la economía colombiana creciera un 3.3% este grupo vario a una tasa de 4.9% y su aporte a la evolución de producto interno bruto (PIB) fue del 0.9%. la inversión en bienes y servicios de la economía la formación bruta de capital fijo, que aumentó un 4.6% el año pasado, cuando en el 2018 fue apenas de 1.5%.

Ahora bien, en cuanto a la llegada de turistas internacionales, cifras publicadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT) a julio 2019, exponen que de los 36.994 millones de turistas que llegaron a América del Sur en 2018, Colombia recibió 3.898 millones, cifra que corresponde al 1,8% de todas las llegadas a las Américas (215.684 millones), y que reflejó una variación positiva del 7,4% entre el 2018 y el año anterior. Estas llegadas corresponden a un ingreso por turismo internacional equivalente a 5.556 millones USD en 2018, correspondiente al 1,7% del total para las Américas (América del Norte, El Caribe, América Central y América del Sur). En

el contexto latinoamericano, las cifras ubican a Colombia en el puesto 5, detrás de Argentina, Brasil, Chile y Perú⁹.

Tabla 1: Llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional, América del Sur

| | Llegadas de turistas internacionales | | | | Ingresos por turismo internacional | |
|------------------------|--------------------------------------|---------|---------------|-----------|------------------------------------|-----------|
| | (1000) | | Variación (%) | Cuota (%) | (millones USD) | Cuota (%) |
| | 2017 | 2018 | 18/17 | 2018 | 2018 | 2018 |
| Américas | 210.810 | 215.684 | 2,3 | 100 | 333.594 | 100 |
| América del Sur | 36.565 | 36.994 | 1,2 | 17,2 | 29.865 | 9 |
| Argentina | 6.710 | 6.942 | 3,4 | 3,2 | 5.558 | 1,7 |
| Bolivia | 1.134 | | | | 823 | 0,2 |
| Brasil | 6.589 | 6.621 | 0,5 | 3,1 | 5.917 | 1,8 |
| Chile | 6.450 | 5.723 | -11,3 | 2,7 | 2.956 | 0,9 |
| Colombia | 3.631 | 3.898 | 7,4 | 1,8 | 5.556 | 1,7 |
| Ecuador | 1.608 | 2.429 | 51 | 1,1 | 1.871 | 0,6 |
| Guyana | 247 | 287 | 15,9 | 0,1 | | |
| Guyana Francesa | 224 | | | | | |
| Paraguay | 1.560 | 1.181 | -24,3 | 0,5 | 363 | 0,1 |
| Perú | 4.032 | 4.419 | 9,6 | 2 | 3.947 | 1,2 |
| Suriname | 278 | | | | 56 | 0,0 |
| Uruguay | 3.674 | 3.469 | -5,6 | 1,6 | 2.344 | 0,7 |
| Venezuela | 427 | | | | | |

Fuente: OMT, 2019

De acuerdo con Migración Colombia (2019, 2020), el flujo migratorio en el país en el 2019 se comportó de la siguiente manera:

Tabla 2: Flujo migratorio de Colombia, 2019

| Concepto | Número de personas |
|--|--------------------|
| Flujo migratorio (entradas y salidas) | 7.956.281 |
| Total entradas al país | 3.964.436 |
| Entradas con motivo turismo | 2.594.812 |
| Entradas con motivo negocios | 309.720 |
| Entradas con motivo eventos | 95.727 |
| Entradas con motivo tratamiento médico | 23.847 |

Fuente: Migración Colombia. Elaboración propia

⁹ Organización Mundial del Turismo (2019), Panorama del turismo internacional, edición 2019, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421237>.

En enero y febrero de 2020 el flujo migratorio del país fue de 1.312.583, de los cuales 654.123 fueron las entradas al país, y de esas entradas, 455.485 fueron de visitas por turismo.

Cali, turismo local

De acuerdo con las cifras de Migración Colombia, en 2019, las entradas correspondientes a visitantes extranjeros por motivo de turismo fueron 2.594.812. De estas, 197.759 visitantes reportaron a Cali como ciudad de hospedaje, siendo así la quinta ciudad de destino turístico, representando aproximadamente el 5% de llegadas. Las primeras cuatro ciudades receptoras del país son Bogotá, Cartagena, Medellín e Ipiales respectivamente. Sin embargo, Cali se toma como la cuarta ciudad, debido a que las cifras que ubican a Ipiales como la cuarta ciudad de destino no tienen una significancia estadística, dado que el 98% de los visitantes reportados son venezolanos y estos no se pueden clasificar como un mercado potencial, teniendo en cuenta la coyuntura por la que pasa el país vecino en los últimos años. En la tabla 3 a continuación se expone las principales ciudades de Colombia de los visitantes extranjeros.

Tabla 3. Principales ciudades de los visitantes extranjeros 2018 -2019

| Ciudad | 2018 | 2019 | Var 19/18 | Participación nacional 2019 |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------------------------|
| Bogotá | 1.769.178 | 1.708.121 | -3,5% | 43% |
| Cartagena | 528.740 | 547.552 | 3,5% | 14% |
| Medellín | 424.079 | 480.237 | 13,2% | 12% |
| Ipiales | 427.870 | 310.084 | -27,5% | 8% |
| Cali | 187.169 | 197.759 | 5,7% | 5% |
| Barranquilla | 138.454 | 96.852 | -30,0% | 2,4% |
| San Andrés | 99.989 | 95.454 | -4,5% | 2,4% |
| Total Nacional | 3.575.479 | 3.964.436 | -4,0% | |

Fuente: Migración Colombia. Elaboración propia.

En este sentido, en el año 2019 Cali recibió 197.759 visitantes internacionales y de estos, 143.800 corresponden a entradas con motivo de turismo. En comparación con anteriores años, Cali ha mostrado un aumento. En el año 2017, 191.171 turistas internacionales reportaron a Cali como ciudad de hospedaje, mientras que, en el 2018, la cantidad descendió a 187.169, representando una disminución del 2.1% con respecto al 2017. Para el 2019, se tuvo un total de 197.759 extranjeros, representando un aumento de 5.7% respecto al 2018.

Tabla 4. Visitantes extranjeros que llegaron a Cali, 2017-2019

| Año | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------|---------|---------|---------|
| Cifra | 191.171 | 187.169 | 197.759 |
| Variación | 3,2% | -2,1% | 5,7% |

Fuente: Migración Colombia. Elaboración propia.

Continuando con este comparativo entre 2017 y 2019, a continuación, se presentan los visitantes extranjeros que llegaron a Cali según su país de origen:

Tabla 5. Visitantes extranjeros que llegaron a Cali según su país de origen, 2017-2019

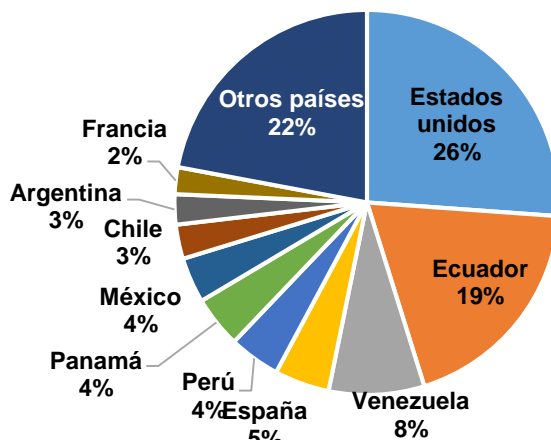
| País | 2017 | % | País | 2018 | % | País | 2019 | % |
|----------------------|----------------|-------------|----------------------|----------------|-------------|----------------------|----------------|-------------|
| Ecuador | 154.329 | 80,7% | Estados Unidos | 129.733 | 69,3% | Estados Unidos | 139.171 | 70,4% |
| Estados Unidos | | | Ecuador | | | Ecuador | | |
| España | | | Venezuela | | | Venezuela | | |
| Panamá | | | España | | | España | | |
| Perú | | | México | | | Perú | | |
| Venezuela | | | Perú | | | Panamá | | |
| México | | | Argentina | | | México | | |
| Otros países | 36.842 | 19,3% | Otros países | 57.436 | 30,7% | Otros países | 58.588 | 29,6% |
| Total general | 191.171 | 100% | Total general | 187.169 | 100% | Total general | 197.759 | 100% |

Fuente: Migración Colombia, elaboración propia.

Como se puede evidenciar en la tabla 5, los estadounidenses ocupan el primer puesto de extranjeros que visitan Cali con 51.559 personas en 2019 y una participación del 26%; luego están los ecuatorianos con 37.858 y una participación del 19%, los venezolanos con 8%, los españoles con el 4.6%, los peruanos con el 4.3%, y los panameños con 4.3%. Estos visitantes, conforman el 78% de los visitantes extranjeros totales a la ciudad. En el gráfico a continuación se presenta la participación de los primeros 10 países de origen que visitan a Cali.

Gráfico 6. Visitantes extranjeros, 2019

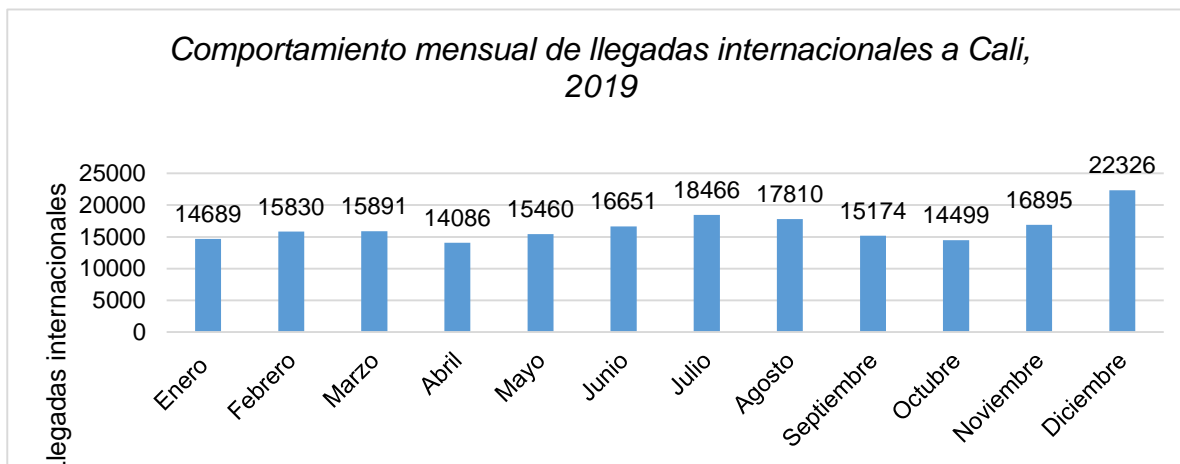
Participación porcentual primeros 10 países que visitan a Cali, 2019



Fuente: Datos de Migración Colombia, elaboración propia.

Por otro lado, es importante exponer la distribución de llegadas internacionales por mes, de manera que se pueda apreciar las temporadas fuertes para Cali en términos de turistas extranjeros. En el siguiente gráfico se evidencia que el mes con mayor cantidad de llegadas de extranjeros es diciembre.

Gráfico 7. Comportamiento mensual de llegadas internacionales a Cali, 2019



Fuente: Datos de Migración Colombia, elaboración propia.

Finalmente, a manera de resumen sobre las cifras de los visitantes internacionales que llegaron a Cali en 2019, a continuación, se presenta un cuadro consolidado que va desde las llegadas totales a Colombia a las llegadas a Cali.

Tabla 6: Flujo migratorio de Colombia y Cali, 2019

| Concepto | Número de personas |
|--|--------------------|
| Flujo migratorio del país (entradas y salidas) | 7.956.281 |
| Total entradas a Colombia | 3.964.436 |
| Entradas al país con motivo turismo | 2.594.812 |
| Total entradas a Cali | 197.759 |
| Entradas con motivo turismo | 143.800 – 73% |
| Entradas con motivo negocios | 12.436 – 6,3% |
| Entradas con motivo eventos | 8.293 – 4,2% |
| Entradas con motivo tratamiento médico | 4.596 – 2,3% |
| Entradas con otros motivos | 27.191 – 13,7% |
| Entradas a Cali por el Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón | 104.829 |
| Entradas con motivo turismo | 71.990 |

Fuente: Migración Colombia, elaboración propia.

En cuanto a los visitantes nacionales, se debe tener en cuenta que obtener cifras es difícil debido a que regularmente no se pasa por puntos migratorios en viajes internos. No obstante, de acuerdo con el Sistema de Información Turística del Valle del Cauca (SITUR) los datos del turismo receptor del año 2019 muestran que el origen de los viajeros que visitan Cali es 70% Colombia y 30% extranjero. El 60% llegó por motivos personales mientras que el 36% por negocios o motivos profesionales y el 4% por otro motivo. Los nacionales provenían, principalmente, de Bogotá (29.2%), Medellín (8.9%), Pasto (5.5%) y Barranquilla (5.4%). Sumado a esto, el Centro de Información Turística de Colombia (CITUR) expone que la llegada de pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares en el Valle del Cauca fue de 2.081.535 en 2019.

Ocupación hotelera del año 2019 en Cali

En el año 2019, la ciudad de Cali contó con 458 establecimientos de alojamiento y hospedaje que consolidan un total de 10.379 habitaciones y 15.817 camas. De estos establecimientos, 200 son hoteles, con capacidad para alojar 10.527 huéspedes en 7.183 habitaciones.

Tabla 7. Capacidad de alojamiento en Cali, 2019

| Categoría | Establecimientos | Habitaciones | Camas |
|-----------------------------------|------------------|--------------|--------|
| Hotel | 200 | 7.183 | 10.527 |
| Apartahotel | 81 | 1.642 | 2.158 |
| Hostal | 78 | 774 | 1.680 |
| Hospedaje turístico no permanente | 33 | 155 | 286 |
| Vivienda turística | 25 | 228 | 304 |
| Fincas turísticas | 19 | 155 | 412 |

| | | | |
|-----------------------|------------|---------------|---------------|
| Apartamento turístico | 14 | 79 | 116 |
| Centro vacacional | 5 | 148 | 301 |
| Albergue | 2 | 9 | 27 |
| Campamento | 1 | 6 | 6 |
| TOTAL | 458 | 10.379 | 15.817 |

Fuente: Cotelco Valle del Cauca.

Ahora bien, con respecto a la ocupación hotelera del año 2019, la ciudad de Cali tuvo una ocupación promedio del 57.69%, cifra que representa un aumento del 1,4% en relación con el año 2018. Además, el porcentaje de huéspedes nacionales fue de 71,5% en el 2019. En la tabla 8 a continuación, se relaciona la tasa de ocupación, la tarifa promedio, y el porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros.

Tabla 8. Indicadores hoteleros anuales Cali, 2012-2019

| INDICADORES ESTADÍSTICOS ANUALES | | | | |
|----------------------------------|------------|-----------------|-------------|--------------|
| Año | %Ocupación | Tarifa Promedio | %Nacionales | %Extranjeros |
| 2012 | 51,3% | \$ 174.693 | 79,2% | 20,8% |
| 2013 | 54,5% | \$ 176.215 | 76,9% | 23,1% |
| 2014 | 52,9% | \$ 177.757 | 76,0% | 24,0% |
| 2015 | 56,9% | \$ 178.956 | 73,6% | 26,4% |
| 2016 | 57,4% | \$ 190.935 | 75,6% | 24,4% |
| 2017 | 56,6% | \$ 194.392 | 76,3% | 23,7% |
| 2018 | 56,3% | \$ 189.629 | 71,9% | 28,1% |
| 2019 | 57,7% | \$ 189.748 | 71,5% | 28,5% |

Fuente: Cotelco Valle del Cauca, elaboración propia.

Conectividad aérea

El Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón es el cuarto aeropuerto más importante de Colombia por el tráfico de pasajeros, después de El Dorado (Bogotá), Jose M. Córdoba (Medellín) y Rafael Núñez (Cartagena). En 2019 se contabilizaron 5.686.212 pasajeros estadísticos (Aerocali, 2020):

Tabla 9. Tráfico de pasajeros estadísticos en el Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón, 2019

| Pasajeros estadísticos 2019* | |
|------------------------------|-----------|
| Pasajeros nacionales | 4.487.140 |

Pasajeros internacionales 1.199.072

TOTAL 5.686.212

* Pasajeros estadísticos: entrada, salida y exentos de pago de impuest.

Fuente: Aerocali, 2020.

Dentro de las características de conectividad del aeropuerto se destacan:

- 17 aerolíneas operativas
- 33 destinos y 90 frecuencias diarias en promedio
- Conexión a 7 países.

Además, en relación a datos del 2019 se destaca que en el primer semestre del 2019 llegaron a la ciudad 1.173 vuelos internacionales con un arribo de 114.426 pasajeros provenientes de 11 destinos por medio de 10 aerolíneas internacionales. Por otro lado, en enero de 2020 llegaron 69.653 pasajeros internacionales (Aerocali, 2020).

Ecosistema del turismo de Cali

El ecosistema del turismo se compone de 13 subsectores que agrupan a los prestadores de servicios turísticos y principales actores de la cadena de valor del turismo:

Tabla 10. Caracterización del sector turístico de Cali

| No. | Subsector | Composición | Grupos y asociaciones |
|-----|--|---|--|
| 1 | Establecimientos de alojamiento | - Hoteles - Hostales - Apartahoteles | - Cotelvalle - Holavalle - No agremiados |
| 2 | Agencias de viajes | - Agencias de viajes mayoristas - Agencias de viajes unipersonales - Agencias de viajes y turismo | - Anato - Rema - Freelance |
| 3 | Establecimientos de gastronomía | - Restaurantes | - Acodres - Acoga |
| 4 | Establecimientos de entretenimiento nocturno | - Bares - Discotecas | - Acoes - Asonod |
| 5 | Guianza turística | - Guías de turismo | - Asoguías |
| 6 | Conectividad aérea | - Aerolíneas - Aeropuerto | - No agremiados - Aerocali |
| 7 | Turismo de reuniones | - Bureau | - Cali Valle Bureau |

| | | | |
|----|----------------------|---|---|
| | | - Centro de eventos Valle del Pacífico | |
| 8 | Transporte turístico | - Empresas de transporte especial turístico - Terminal de Cali | - Attes - Asontraes – Asociación Nacional de Transporte Especial - Asontet – Asociación de Transporte Empresarial, Escolar y de Turismo |
| 9 | Museos | - Museos públicos (3) - Museos privados (7) | - Red de Museos |
| 10 | Comercio | - Centros comerciales | - Ace Colombia |
| 11 | Turismo médico | - Clínicas | - Sociedad colombiana de Cirugía Plástica Seccional Pacífico (Valle del Cauca y Pacífico). - Asociación Colombiana de Cirugía Cosmética. |
| 12 | Empresarial | - Micro, pequeñas y medianas empresas - Emprendedores | - Acopi - Grupo multisectorial |
| 13 | Academia | - Universidades - SENA | - Universidad San Buenaventura - Universidad Autónoma de Occidente |

Frente a esta tabla 10, vale la pena acotar que los grupos y asociaciones presentados no abarcan la totalidad de los prestadores de servicios turísticos de cada subsector puesto que no todos se encuentran afiliados a los gremios.

En cuanto al número de empresas del sector, a agosto de 2019, según la Cámara de Comercio de Cali, la ciudad tenía 915 prestadores de servicios turísticos formales con RNT (Registro Nacional de Turismo) activo, distribuidos en las siguientes categorías:

Tabla 11. Prestadores de servicios turísticos formales activos por categoría a agosto 2019

| Prestadores de servicios turísticos Agosto 2020 | Activos |
|--|----------------|
| Agencias de viajes mayoristas | 36 |
| Agencias de viajes operadoras | 114 |
| Agencias de viajes y de turismo | 246 |

| | |
|---|------------|
| Albergue (hospedaje no permanente) | 2 |
| Alojamiento rural (hospedaje no permanente) | 6 |
| Apartahotel (hospedaje no permanente) | 70 |
| Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional | 10 |
| Bar | 5 |
| Bar y restaurante | 5 |
| Centro vacacional | 4 |
| Empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos | 5 |
| Guía de turismo | 6 |
| Hostal (hospedaje no permanente) | 61 |
| Hotel | 167 |
| Oficina de representación turística | 42 |
| Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones | 21 |
| Parques temáticos | 1 |
| Promotora y comercializadora | 2 |
| Restaurante | 55 |
| Transporte terrestre automotor especial | 48 |
| Vivienda turística | 9 |
| Total general | 915 |

Fuente: Cámara de Comercio de Cali, elaboración propia.

Ahora bien, a junio de 2020 los prestadores de servicios turísticos con RNT activo formales son 1.519, de los cuales el 41% corresponde a agencias de viajes, el 26% a establecimientos de alojamiento turístico, el 7,3% a establecimientos de gastronomía y similares, y el 25,7% a otros prestadores.

Tabla 12. Prestadores de servicios turísticos formales activos por categoría a junio 2020

| Prestadores de servicios turísticos Junio 2020 | Activos |
|--|----------------|
| Agencia de viajes | 622 |
| Agencias de viajes mayoristas | 50 |
| Agencias de viajes operadoras | 200 |
| Agencias de viajes y de turismo | 372 |
| Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional | 77 |
| Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional | 77 |
| Empresa de tiempo compartido y multipropiedad | 3 |
| Promotora y comercializadora | 3 |
| Empresa de transporte terrestre automotor | 70 |
| Operador de chivas | 1 |
| Transporte terrestre automotor especial | 69 |
| Empresas captadoras de ahorro para viajes | 5 |

| | |
|---|-------------|
| Empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos | 5 |
| Establecimiento de gastronomía y similares | 111 |
| Bar | 6 |
| Bar y restaurante | 24 |
| Restaurante | 81 |
| Establecimientos de alojamiento turístico | 396 |
| Albergue | 2 |
| Apartahotel | 88 |
| Campamento | 1 |
| Centro vacacional | 7 |
| Hostal | 86 |
| Hotel | 212 |
| Guía de turismo | 13 |
| Guía de turismo | 13 |
| Oficinas de representación turística | 52 |
| Oficina de representación turística | 52 |
| Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones | 54 |
| Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones | 54 |
| Otros tipos de hospedaje turísticos no permanentes | 43 |
| Otros tipos de hospedaje turísticos no permanentes | 43 |
| Viviendas turísticas | 73 |
| Apartamento turístico | 19 |
| Fincas turísticas (alojamiento rural) | 21 |
| Otros tipos de vivienda turística | 33 |
| TOTAL GENERAL | 1519 |

Fuente: Cámara de Comercio de Cali, elaboración propia.

Estos 1.519 prestadores de servicios turísticos con RNT generan en total 9.440 empleos (Cámara de Comercio de Cali, 2020), siendo las categorías más representativas los establecimientos de alojamiento turístico abarcando el 30% (2.849 empleados), las agencias de viajes con el 22,2% (2.095 empleados), las empresas de transporte terrestre automotor (1.880 empleados – 20%) y los establecimientos de gastronomía (1.742 empleados – 18,5%). A continuación, se presenta la tabla 13 que expone esta información de manera detallada.

Tabla 13. Empleos generados por prestadores de servicios turísticos a junio 2020

| Prestadores de servicios turísticos Junio 2020 | Número de empleados |
|---|----------------------------|
| Agencia de viajes | 2095 |
| Agencias de viajes mayoristas | 306 |
| Agencias de viajes operadoras | 334 |

| | |
|--|-------------|
| Agencias de viajes y de turismo | 1455 |
| Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional | 210 |
| Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional | 210 |
| Empresa de tiempo compartido y multipropiedad | 6 |
| Promotora y comercializadora | 6 |
| Empresa de transporte terrestre automotor | 1880 |
| Operador de chivas | 9 |
| Transporte terrestre automotor especial | 1871 |
| Empresas captadoras de ahorro para viajes | 116 |
| Empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos | 116 |
| Establecimiento de gastronomía y similares | 1742 |
| Bar | 40 |
| Bar y restaurante | 432 |
| Restaurante | 1270 |
| Establecimientos de alojamiento turístico | 2849 |
| Albergue | 1 |
| Apartahotel | 363 |
| Campamento | 4 |
| Centro vacacional | 67 |
| Hostal | 173 |
| Hotel | 2241 |
| Guía de turismo | 2 |
| Guía de turismo | 2 |
| Oficinas de representación turística | 80 |
| Oficina de representación turística | 80 |
| Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones | 389 |
| Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones | 389 |
| Otros tipos de hospedaje turísticos no permanentes | 0 |
| Otros tipos de hospedaje turísticos no permanentes | 0 |
| Viviendas turísticas | 71 |
| Apartamento turístico | 4 |
| Fincas turísticas (alojamiento rural) | 22 |
| Otros tipos de vivienda turística | 45 |
| TOTAL GENERAL | 9440 |

Fuente: Cámara de Comercio de Cali, elaboración propia.

Por otro lado, frente a la actividad informal del sector se puede mencionar que, de acuerdo con un estudio de Cotelco Valle del Cauca sobre la plataforma digital Airbnb en donde se comercializan servicios de alojamiento de manera informal, a corte

agosto de 2019, en el Valle del Cauca se encontraban 5.246 lugares ofertados. De estos, el 35,53% son apartamentos, 21,98% casas, 10,35% condominios, y 5,64% cabañas (Cotelvalle, 2019).

Ahora bien, con respecto al aporte económico del sector turístico a la ciudad, el Departamento Administrativo de Hacienda Municipal expone las siguientes cifras del pago del impuesto de industria y comercio - ICA de los contribuyentes del sector. En la tabla se puede apreciar que el aporte total de 902 prestadores de servicios turísticos de la ciudad es \$1.833.078.000.

Tabla 14. Recaudación del ICA del sector turístico de Cali

| Prestadores de Servicios Turísticos | ICA ANUAL | Cantidad |
|---|----------------------|-----------------|
| Hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente | 1.300.932.000 | 515 |
| Agencias de viaje y turismo. agencias mayoristas y agencias operadoras | 290.514.000 | 29 |
| Bares y discotecas | 241.632.000 | 358 |
| TOTAL | 1.833.078.000 | 902 |

Fuente: Datos de Hacienda Municipal, 2020. Elaboración propia.

Panorama actual del turismo en Cali

La Secretaría de Turismo de Cali se creó en el marco de la Reforma Administrativa mediante el Decreto 0516 del 28 de septiembre de 2016. Esta la delimita como el organismo encargado de liderar la planeación y gestión de políticas, planes, programas, proyectos y estrategias del desarrollo productivo y comercial del turismo. Dentro de los principales logros de esta dependencia se encuentra: creación y estructuración de la Secretaría de Turismo, instalación de los Puntos de Información Turística, creación de la Mesa Sectorial y, la nominación y el recibimiento del galardón como Ciudad Destino Turístico Cultural de Sudamérica de los World Travel Awards.

Características del panorama actual del turismo en Cali:

Atractivos turísticos:

- Boulevard del Río
- Zoológico de Cali con reconocimiento internacional
- Cristo Rey, mirador de la ciudad
- Espectáculos de salsa (turismo nicho)

- Delirio
- Ensálsate
- Mulato Cabaret
- Royal show
- Red de Museos (3 públicos y 7 privados)
 - La Tertulia
 - Jairo Varela
 - MULI
 - Hacienda Cañasgordas
- Zona rural

Tabla 15: DOFA del panorama actual del turismo en Cali

| Debilidades | Oportunidades |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Cali está por fuera del circuito turístico tradicional de Colombia. - Cali no tiene una participación significativa en los paquetes turísticos de los mayoristas. - Actualmente no hay una política pública de turismo aprobada. - No se tiene un plan de turismo rural y de naturaleza aprobado, siendo esta la segunda tipología de turismo más importante para Cali. - No hay señalética turística. - No hay una app de turismo en Cali oficial y completa para el turista. - No se cuenta con una página web de promoción turística de Cali como destino. - No hay identificación clara y ordenada de los atractivos turísticos de la ciudad (códigos QR). - No hay un destino certificado en turismo sostenible. - No hay un sistema de información y recolección de datos robusto. - La ciudad no tiene un plan estratégico de turismo. No hay una estrategia clara para el desarrollo de Cali como destino turístico nacional e internacional. - Alta informalidad en el sector - Alto porcentaje de empresas no agremiadas o independientes. | <ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad para desarrollar turismo comunitario en la ciudad - En 2018 Cali era un destino desconocido y en 2019 fue considerada como un destino turístico por conocer. |

| | |
|---|--|
| <p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ubicación estratégica. - Cercanía al Pacífico. - Clima. - Oferta de naturaleza (Parque natural a 25 minutos). - Diversidad étnica atractiva para el turista vivencial. - Oferta gastronómica. - Establecimientos gastronómicos con infraestructura de alto nivel. - Infraestructura hotelera de alto nivel. - Dos universidades con formación en turismo (pregrado y posgrado). - Calidez y alegría del caleño que gusta en mercados internacionales. - Red de carreteras de primer nivel. - Producto salsa como turismo de nicho fuerte. - Muy competitiva en turismo médico. - Fuerte en avistamiento de aves. - Temporada de festivales con un evento consolidado (Feria de Cali) y dos eventos con proyección (Festival Petronio Álvarez y el Mundial de Salsa). - Cali hace parte del Corredor Turístico del Pacífico, un plan de acción del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que incluye 4 departamentos: Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño. - La Clínica de Occidente, la Fundación Valle del Lili y el Centro Médico Imbanaco tienen oficinas exclusivas para ventas internacionales. - Cuenta con la Secretaría de Turismo. - Cuenta con el Cluster de experiencias enfocado al turismo de la Cámara de Comercio de Cali. - Se empezó a trabajar en el turismo de la ciudad y se recopiló información valiosa. - Instancias de participación que fomentan el trabajo de promoción del | <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - La llegada del Covid-19 ha generado un gran impacto negativo para el sector y será uno de los últimos en recuperarse. |
|---|--|

| | |
|---|--|
| destino de manera articulada: Comité de Destino y Mesa Sectorial. | |
|---|--|

En relación con las necesidades del sector turístico de la ciudad, es importante mencionar que el 24 de agosto de 2019 se realizó el Taller Construyendo País, en se dejaron planteadas una serie de prioridades de los gremios y entidades del sector ante el Gobierno Nacional:

Prioridad 1: Posicionar la campaña de promoción turística de Cali ciudad – región a nivel nacional e internacional.

Prioridad 2: Fortalecer la asociatividad, el emprendimiento y desarrollo de iniciativas de la zona rural, y urbana de Cali para la prestación de servicios turísticos.

Prioridad 3: Apoyo para la Alameda de la salsa y Cristo Rey.

Prioridad 4. Conectividad

Caso Critico: Visibilizar la oferta institucional hacia los ciudadanos que permita la ejecución de los programas en las necesidades de las comunidades de acuerdo a la identificación de problemáticas territoriales.

2. Entregar un informe sobre cuál ha sido la afectación del sector turístico y hotelero de la ciudad en los meses de marzo, abril y mayo de 2020.

Previo a la llegada del Covid-19, el sector turístico nacional mantenía un crecimiento sostenido. En efecto, el PIB del subsector de alojamiento y servicios de alimentos tendió a crecer a una tasa promedio anual del 4,2% entre el 2010 y 2019, siendo esta mayor al crecimiento promedio de la economía colombiana. Sumado a esto, el volumen de exportaciones de servicios de viajes tuvo un crecimiento promedio anual del 9%, lo que representa una evolución de 2.796 millones de dólares en 2010 a más de 6.000 millones de dólares en 2019 (Cotelco Valle del Cauca). Esto, gracias al aumento en la llegada de extranjeros, que pasó de ser 1.698.366 en 2012 a 3.964.439 en 2019 (Migración Colombia).

Cali no se queda atrás, entre 2012 y 2019 la ciudad pasó de recibir 112.313 visitantes extranjeros a recibir 197.759. No obstante, la expansión del Covid-19 y las medidas de contención y mitigación del contagio han afectado gravemente la industria de viajes y turismo, siendo este uno de los primeros que tuvo que limitar sus operaciones y uno de los últimos en recuperarse. Esto, dada su característica intrínseca de tener actividades con grandes grupos de personas e interacción social.

El impacto más evidente para el sector fue la drástica disminución de visitantes extranjeros por el cierre de fronteras y aeropuertos. En el periodo que va de enero a mayo la ciudad dejó de recibir alrededor de 40.000 visitantes en comparación con el año 2019. En la tabla 7 se puede apreciar el comparativo llegadas de extranjeros

entre enero y mayo, que en 2019 sumaron 75.938 y en 2020, 35.469 personas, lo que representa una variación de -53%. Los meses que más influyen en esta variación son marzo, abril y mayo con una disminución del -85%, debido al Covid-19.

En términos de actividad turística, en 2019, 54.119 visitantes tuvieron como principal motivo de viaje el turismo, mientras que en 2020 esta cifra se redujo a 25.180 extranjeros que llegaron por actividades turísticas (ver tabla 16).

Tabla 16. Comparativo de visitantes extranjeros a Cali, enero a mayo 2019 y 2020

| Flujo Migratorio de Extranjeros, Cali | | | | |
|--|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|
| Comparativo 2019 - 2020 | | | | |
| | Entradas 2019 | Turismo 2019 | Entradas 2020 | Turismo 2020 |
| Enero | 14.689 | 10.268 | 14.427 | 10.018 |
| Febrero | 15.830 | 11.349 | 14.440 | 10.636 |
| Marzo | 15.891 | 11.667 | 6.591 | 4.526 |
| Abril | 14.068 | 10.051 | 1 | - |
| Mayo | 15.460 | 10.784 | 10 | - |
| TOTAL | 75.938 | 54.119 | 35.469 | 25.180 |

Fuente: Migración Colombia, elaboración propia.

Ahora bien, dentro del sector, los establecimientos de alojamiento han sido unos de los más afectados por el cese total de su actividad. De acuerdo con el *Informe Preliminar - Impacto Económico Covid-19* de Cotelco Valle del Cauca (Cotelvalle) y el Sistema de Información Turística (SITUR), el sector hotelero de Cali dejó de percibir 109.265 millones de pesos en pérdidas en los ingresos por alojamiento desde marzo 2020. Debido a la pandemia, el 86.8% de los hoteles se encuentra en cierre temporal y el 41.9% con riesgo de cerrar la totalidad de su operación (Cotelvalle y SITUR, 2020). Esto, debido a la reducción casi total de su ocupación. De hecho, en abril de 2020 la ocupación hotelera de Cali fue del 3%.

Adicionalmente, en el momento de la reactivación los establecimientos de alojamiento del sector solo ofrecerán el 75% de su capacidad, lo que se traduce en una reducción de la oferta de alojamiento de la ciudad del 25%. En recursos económicos, esto implica para el sector una pérdida mensual promedio de 5.000 millones de pesos en ingresos por hospedaje. A este valor también se debe añadir 7.500 millones que el sector deja de percibir por la reducción del 17% de sus tarifas. En total se calcula que el sector hotelero perdería alrededor de 12.500 millones de pesos una vez se reanuden las operaciones con las limitantes de habitación y tarifas expuestas (Cotelvalle y SITUR, 2020).

Lo anterior ha traído repercusiones en el número de empleos que genera el sector. A nivel departamental, Cotelvalle y SITUR (2020) estiman que en abril de 2020 en los establecimientos de alojamiento ha habido 4551 empleos en riesgo, en los establecimientos gastronómicos 1085, en el transporte turístico 1622, y en las

agencias de viaje 100. A continuación, se presenta la tabla 17 que expone en detalle estos datos.

Tabla 17. Pérdida estimada de empleos de los prestadores de servicios turísticos formales del Valle del Cauca, abril 2020

| | Alojamiento | Gastronomía | Transporte turístico | Agencias de viaje | Otros |
|----------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------|
| Antes del Covid-19 | 5834 | 1448 | 2495 | 4689 | 715 |
| Durante el Covid-19 | 1283 | 363 | 873 | 141 | 100 |
| Empleos en riesgo | 4551 | 1085 | 1622 | 4578 | 615 |
| % Empleos en riesgo | 78% | 79% | 65% | 97% | 86% |

Fuente: Cotelvalle y SITUR, abril 2020.

De acuerdo con el estudio de Cotelvalle y SITUR, a abril del 2020 los hoteles sostienen el 31% de sus empleados a pesar de estar cerrados, el 11% están en vacaciones, el 13% en licencias no remuneradas, el 14% con suspensión temporal del contrato y al 11% de los empleados se les terminó el contrato.

Con respecto a las agencias de viajes, de acuerdo con una encuesta realizada a 95 agencias por Anato en marzo del 2020, en promedio las agencias de viajes a nivel nacional reportan una disminución del -70% en ventas brutas durante lo corrido del año a raíz del COVID-19. Uno de los motivos que reflejan la disminución de las ventas corresponde a la cancelación de viajes en un 57% y los aplazamientos en un 43%.¹⁰

En términos de pérdidas, en promedio las empresas reportan 50 mil millones de ingresos dejados de percibir en lo que va del 2020 a raíz del COVID-19. Las medianas empresas reportan 18 mil millones, pequeñas empresas 15 mil millones, grandes empresas 10 mil millones y microempresas con 7 mil millones. Además, reportaron tener 42 días de flujo de caja para sostener su empresa en esta coyuntura, sin percibir ingresos. Frente a las líneas de crédito nacionales, el 81% de las agencias encuestadas solicitaron crédito con Bancoldex y solo el 10% recibió los recursos, el 19% les fue negado, el 34% está en trámite y al 18% no le dan razón de su crédito, el 19% restante incluye un 6 % de personas que desconocían estos créditos y un 13% que no necesitaban los recursos.¹¹

3. Informar cuáles han sido las estrategias y/o programas que se han establecido para apoyar a las familias y/o personas que viven del sector turístico y hotelero en la ciudad y que vieron reducidos sus ingresos.

¹⁰ Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – Anato. (2020). Encuesta Covid-19 (3)

¹¹ Ibíd.

Desde la Secretaría de Turismo se han adelantado diversas estrategias para ayudar a los actores de la cadena de valor del turismo que se han visto afectados por la crisis económica y social que ha desencadenado la expansión del coronavirus. El sector del turismo es uno de los más afectados por esta situación y por esto las acciones de la Secretaría se han dirigido a la población que pertenece al ecosistema del turismo de la ciudad.

Dentro de estas estrategias se encuentra la entrega de bonos de alimentación a las personas del sector que manifestaron tener una necesidad apremiante. Estos bonos tienen un valor de 80.000 pesos y se pueden redimir en diferentes supermercados de la ciudad. Para la entrega de estos bonos se habilitó un formulario de inscripción que se compartió por medio de correo electrónico a la base de datos de prestadores de servicios turísticos de la Secretaría de Turismo y a la Mesa Sectorial y el Comité de Destino, dos instancias de participación que reúnen a los gremios del sector.

Se recogieron todas las solicitudes de apoyo y se organizó un cronograma de entrega por comunas. Se entregaron 1000 bonos de alimentación.

Así mismo, dentro de la Secretaría de Turismo se recogieron donaciones económicas y de alimentos por parte de los contratistas y funcionarios de planta. Con lo recogido se armaron 47 mercados que fueron donados a ollas comunitarias en los barrios Brisas de Mayo y Pueblo Joven de la Comuna 20. Algunos de los jóvenes de estos barrios participan de la estrategia de Turismo al Barrio que venía desarrollando la Secretaría de Turismo antes de que iniciara la cuarentena, por eso se seleccionaron como población beneficiada para estos alimentos. El contenido de los mercados varía por ser de donaciones del equipo de la Secretaría de Turismo, pero en términos generales incluyen arroz, azúcar, aceite, sal, frijoles, lentejas, pasta, panela, café, refresco en polvo y shampoo.

Sumado a esto, la Secretaría de Turismo ha gestionado donaciones para ayudar a la población vulnerable, que se ha visto afectada por la situación económica y social desencadenada por el Covid-19. A continuación se relacionan las donaciones y la población beneficiada:

Tabla 18. Donaciones gestionadas por la Secretaría de Turismo en el marco del Covid-19

| Donaciones en el marco del Covid-19 Secretaría de Turismo | |
|--|--|
| Donación | Población Beneficiada |
| 5 galones de Alcohol | Donación entregada la Red Hospitalaria PCA |
| 5 galones de Hipoclorito | Donación entregada la Red Hospitalaria PCA |
| 5 galones de Jabón Líquido | Donación entregada la Red Hospitalaria PCA |
| 100 Tapabocas | Donación entregada la Red Hospitalaria PCA |
| 50 pares de guantes | Donación entregada la Red Hospitalaria PCA |
| POSTOBON 13.000 Aguas | Donadas a personas de la Plaza de Caycedo, personas del Boulevard del Río y la Fundación Colombia Justa. |

| | |
|---|---|
| 1.500 Botellas personales de gaseosa naranja | |
| CHAMPIÑONES 12 Bolsas grandes de champiñones crudos, cultivados en el Kilómetro 17. | Donados a la Fundación Colombia justa quien brinda alimentación a necesitados (entre 100 y 600 almuerzos) |
| POSTOBON 38.000 Botellas personales de Agua H2O 2.400 botellas de Canada Dry. | <ul style="list-style-type: none"> - POLICIA: 20.000 Botellas de agua y Ginger para la Policía, al equipo Preci. - FUNDACION COLOMBIA JUSTA: quienes dan 1.200 almuerzos diarios y mercados a los barrios de la comuna de Siloe, La Sirena, Petecuy, El Árbol, Antonio Nariño, El vergel. - COMEDOR COMUNITARIO Comuna 6: Se donaron 500 aguas y 1.200 botellas de agua H2O. - GUARDAS BULEVARD DEL RÍO: Se donaron 30 pacas de agua, total 320 botellas de agua para todo el personal que cuida el Boulevard del Río y el CAM. - DESARROLLO ECONÓMICO: Se entregaron 320 botellas de agua para el personal que está apoyando actividades en campo. - ANCIANATO MENGA: 300 Botellas de Agua. - CORREGIMIENTO DE VILLACARMELO: 400 botellas |

Adicionalmente, la Secretaría de Turismo realizó un ejercicio juicioso y concienzudo de recopilación de solicitudes y peticiones de los diferentes actores del sector en materia de impuestos, servicios públicos y seguridad. Con base en estas peticiones, el 8 de abril del 2020 se enviaron cartas a las dependencias competentes, exponiendo las solicitudes del sector e invitando a un trabajo articulado por el sector turístico de la ciudad. Así, pues se realizó acompañamiento al sector frente a las medidas de la Alcaldía en cuanto a alivios tributarios y facilidades de pago de los servicios públicos.

4. Informar cuáles gestiones se han adelantado para construir los posibles protocolos para el funcionamiento del sector turístico y hotelero en la ciudad.

Con la llegada de la pandemia y el fuerte impacto que ha sufrido el sector en la ciudad, la Secretaría de Turismo ha venido adelantado diferentes actividades relacionadas con las medidas y protocolos de bioseguridad que deben cumplirse para reiniciar operaciones de los prestadores de servicios turísticos. Dentro de estas se encuentra:

- Charlas de bioseguridad en articulación con la Secretaría de Salud Pública: Se han realizado 12 videoconferencias sobre medidas, prevención y protocolos de bioseguridad dirigidas a diferentes sectores de la industria de viajes y turismo de la ciudad, con un total de 547 participantes. En este

sentido, se ha sensibilizado a hoteles, hostales, restaurantes y bares, comerciantes, transporte turístico, alojamientos turísticos rurales, centros comerciales, centros de abastecimiento (galerías) y mercados campesinos, entre otros. Algunas de estas charlas de organizaron con el apoyo de los gremios de la ciudad.

- Cursos de bioseguridad en articulación con el SENA: Se organizó con el SENA, realizar cursos de bioseguridad para hotelería y turismo, y se habilitaron 2 cursos: uno para establecimientos de alojamiento y otro para establecimientos gastronómicos. El primero de estos (alojamiento) ya cuenta con 3 grupos con un total de 140 participantes y el segundo (gastronomía) se ha realizado con 8 grupos de 50 personas para un total de 400 participantes hasta la fecha. Esto quiere decir que se ha impactado a 540 personas en conocimientos básicos de bioseguridad y herramientas para la reapertura. Estos cursos tienen una duración de 10 horas y los participantes que lo completen con éxito reciben un certificado de participación.
 - Se han realizado dos videoconferencias informativas sobre temas relacionados con el Covid-19 y los protocolos de bioseguridad. Una de estas contó con la participación de un delegado de la Secretaría de Infraestructura y ahondó en el pasaporte sanitario digital que dispuso la Alcaldía para el funcionamiento de diversos establecimientos. Esta tuvo una participación de 250 personas. En la otra conferencia se socializó la resolución 576 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que creó el "Sello Check In Certificado de Bioseguridad" como un distintivo bioseguro certificable para la industria turística. Esta última contó con la participación en línea de 170 personas y actualmente tiene alrededor de 1400 reproducciones en Facebook.
 - Se ha acompañado al sector hotelero y gastronómico en la construcción de sus protocolos de bioseguridad para la reapertura de los establecimientos, por medio de las charlas y conferencias en bioseguridad, otorgando información valiosa y articulándolos con la Secretaría de Salud Pública. De igual manera se han generado acciones para brindar acompañamiento cuando sea permitido reactivarse a empresarios que lo han solicitado y a los que no están agremiados, sobre todo prestadores de la zona rural: establecimientos de Pance, Cristo Rey y la Vía al Mar.
 - Se han sostenido conversaciones y se ha trabajado articuladamente con el Viceministerio de Turismo para socializar y apoyar las medidas y resoluciones relacionadas con los protocolos de bioseguridad aprobados para establecimientos turísticos y con la reactivación del sector.
5. Informar cuáles medidas y/o estrategias se han establecido o se tienen proyectado implementar para garantizar la reactivación económica del sector

turístico y hotelero una vez haya terminado la crisis sanitaria y económica que se vive en el país y gran parte del mundo.

La llegada del Covid-19 alteró todos los pronósticos que la industria de viajes y turismo tenía para este 2020. Lo que inició como un año prometedor se convirtió en una de las peores épocas para la industria. Poco a poco países con gran participación en el turismo mundial han ido adelantando estrategias de reactivación que de manera general se caracterizan por una gran inversión pública directa. En el caso de Francia, uno de los principales destinos a nivel mundial y país en el que el turismo aporta el 8% de su PIB, el gobierno anunció un plan de hasta 18.000 millones de euros. De estos, 1.300 millones en inversión pública directa, el resto en exenciones tributarias, ayudas al paro (subsidios de nómina y a empresas) y aportes al “fondo de solidaridad” al que podrá acogerse empresas con máximo 20 empleados y un volumen de negocios de hasta 2 millones de euros, para recibir 10.000 euros¹².

Asimismo, ciudades como Madrid, España y Génova, Italia, han incluido dentro de sus propuestas de reactivación estrategias de promoción y marketing, acciones con la prensa nacional e internacional, utilización del espacio público para actividades con distanciamiento social y medidas económica. En este sentido, se evidencia que en el contexto mundial la reactivación se ha pensado desde lo macro con dos componentes principales: promoción del destino y reactivación por medio de subsidios e inversión pública.

En el plano nacional, el Gobierno Nacional ha adelantado diversas estrategias por medio de sus organismos asociados al turismo: el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y ProColombia, entidad encargada de la promoción internacional del país. De esta manera, el Viceministerio siendo la máxima autoridad en turismo del país ha realizado acciones, como:

- Encuesta nacional del impacto del sector turístico por el Covid-19
- Resolución 576 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que creó el "Sello Check In Certificado de Bioseguridad" como un distintivo bioseguro certificable para la industria turística. Este, además de garantizar los estándares de bioseguridad para el funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos, es una herramienta comercial que brinda confianza al turista e incentiva la reactivación
- Líneas de crédito con Bancoldex para los prestadores de servicios turísticos del país.

Sumado a esto, Procolombia creó un programa virtual de formación exportadora en turismo con el objetivo de formar empresarios y emprendedores del sector con

¹² Ayuso, S. (2020). Francia quiere salvar al turismo con un plan millonario y apostando por los visitantes nacionales. El País. Recuperado de <https://elpais.com/economia/2020-05-14/francia-quiere-salvar-al-turismo-con-un-plan-millonario-y-apostando-por-los-visitantes-nacionales.html?ssm=whatsapp>

herramientas para ubicar a las empresas en el marco del alistamiento enfocado en el turismo que viene tras la pandemia.

En la esfera local, desde que inició la pandemia, la Secretaría de Turismo se ha enfocado en proveer una oferta virtual de interés y utilidad para los prestadores de servicios turísticos de la ciudad. Esto, con el ánimo de brindar conocimiento en medidas de bioseguridad y herramientas de mercadeo, innovación y tecnología para prepararse para el inicio de actividades una vez sea permitido. Además, se han llevado a cabo seminarios de información turística y acciones de promoción en redes sociales para mantener la ciudad vigente la ciudad en mercados nacionales e internacionales e incentivar el turismo cuando sea posible. De esta forma se han realizado alrededor de 40 actividades virtuales con un total de 23.980 personas impactadas (ver tabla 19).

Tabla 19. Eventos virtuales de formación y promoción de la Secretaría de Turismo, marzo – junio 2020

| Eventos virtuales | Impacto |
|---|-------------------------------|
| 30 Charlas, seminarios, conferencias y talleres <ul style="list-style-type: none"> - Medidas de bioseguridad - Marketing digital e innovación en redes - Líneas de crédito del Gobierno Nacional - Ruta salsera barrio Obrero - Oferta de naturaleza y Aviturismo | 1.787 asistentes |
| 3 Cursos con el SENA <ul style="list-style-type: none"> - Formación turística (4 grupos) - Bioseguridad en establecimientos de alojamiento (3 grupos) - Bioseguridad en establecimientos gastronómicos (8 grupos) | 660 participantes |
| 5 Conversatorios temáticos – En vivo Facebook <ul style="list-style-type: none"> - Turismo deportivo y gastronómico - Turismo al Barrio: Siloé y Terrón Colorado - Sello Check In Certificado – Resolución 576 de 2020 | 9.440 Reproducciones en redes |
| Videos en redes sociales <ul style="list-style-type: none"> - Campaña Cali Vive en Mí - Videos cultura turística salsera - En vivo de Facebook | 12.093 Personas alcanzadas |
| TOTAL personas impactadas | 23.980 |

Fuente: Secretaría de Turismo de Cali

Adicionalmente, la Secretaría de Turismo ha participado en el Comité de Destino, instancia que reúne actores y gremios del sector turístico de la ciudad, en donde de forma articulada se construyó un Plan de Recuperación con acciones a corto, mediano y largo plazo. Este incluye los siguientes objetivos:

Tabla 20. Objetivos específicos – Plan de Recuperación del Comité de Destino de Cali

| Escenario | Objetivos específicos |
|--------------------------------------|--|
| Corto Plazo Mayo - Septiembre | Definir e implementar programas de financiamiento o apalancamiento para los empresarios del sector. |
| | Definir e implementar protocolos de bioseguridad para cada sector de la cadena turística de acuerdo al cumplimiento de la norma emitida por Gobierno Nacional. |
| | Implementar programas para el fortalecimiento del sector turístico. |
| | Estructuración de nuevos productos de acuerdo a los atractivos de la región, enfocados en nueva demanda (regional, nacional, internacional) |
| | Realizar programas de capacitación que busquen incrementar el nivel de productividad y comercialización de las empresas del sector. |
| | Facilitar el retorno y la mejora de la conectividad aérea y terrestre en el destino |
| Mediano Plazo Octubre - Diciembre | Verificar el cumplimiento de protocolos y medidas de bioseguridad por parte de los actores del sector. |
| | Realizar el monitoreo y la investigación de los mercados. |
| | Generar espacios de encadenamiento entre empresarios. |
| Largo Plazo Primer semestre 2021 | Generar espacios de encadenamiento entre empresarios. |
| | Atraer y/o Reubicar eventos de alto impacto nacional e internacional en el destino. |
| | Adecuar infraestructura turística según prioridad (Naturaleza). |
| | Monitorear y continuar el fortalecimiento de la conectividad aérea y terrestre. |
| | Territorios inteligentes (aplicación, áreas wifi, etc.) |
| | Promover la realización de los eventos de ciudad que motiven la visita de turistas a la región. |

Fuente: Reuniones Comité de Destino 2020. Elaboración propia.

De igual manera, la Secretaría ha participado de manera activa en el plan de estabilización y reactivación económica que ha venido trabajando la Alcaldía y que recientemente fue aprobado a cargo de la Secretaría de Desarrollo Económico. Este busca brindar alivios focalizados a sectores de la ciudad, dentro de los cuales se incluye al turismo con una asignación de mil millones de pesos para la reactivación. Desde la Secretaría de Turismo hemos iniciado un trabajo articulado con Desarrollo Económico para acompañar a los subsectores agremiados y no agremiados e implementar acciones que fomenten de la mejor manera la reactivación de sus empresas.

En cuanto a estrategias de estimulación al gasto público que se tienen proyectadas para el año 2020, se ha venido realizando un trabajo con gremios y actores del sector como los hoteles, los establecimientos gastronómicos, el subsector del turismo de reuniones, y las agencias de viajes, entre otros, para diseñar acciones que de reactivación y estímulo del gasto público.

Se establecieron dos etapas con diversos proyectos para dinamizar la economía del sector y fortalecer el sector del turismo de Cali.

La primera etapa se realizará en julio y agosto, e incluye los siguientes proyectos:

1. Política pública de turismo: Actualización de la Política Pública de Turismo basada en las nuevas necesidades del sector, para posterior adopción.
2. Plan Estratégico de Turismo Rural y de Naturaleza: Actualización del documento del plan estratégico basado en las nuevas necesidades de la zona rural desde su componente turístico.
3. Activaciones / eventos bioseguros
4. Fortalecimiento al turismo de reuniones: Consultoría para la formulación del plan estratégico de turismo de reuniones de Santiago de Cali para aportar al posicionamiento post Covid de la ciudad como un destino atractivo y bioseguro para la realización de eventos nacionales e Internacionales.
5. Observatorio de turismo: Monitoreo y estudios del sector turismo para medir el impacto socioeconómico frente a la situación del Covid-19.
6. Manual de Señalética: Diseño del manual de imagen de señalización para la planificación territorial turística.
7. Programa de incentivos y estímulos del sector turismo: Búsqueda de recursos y asistencia técnica de cooperación internacional para mejorar la competitividad del sector.

Sumado a esto, se está trabajando con los museos de la ciudad para la reapertura, acompañando actividades como recorridos guiados, talleres artísticos, shows culturales, visitas guiadas a las exposiciones, y visitas guiadas por jardines y zonas exteriores (Museo La Tertulia).

La segunda etapa de proyectos se realizará entre septiembre y diciembre del 2020, con las siguientes actividades:

1. App de turismo: Aplicación web para que el turista pueda ampliar su experiencia en el destino y obtenga información en tiempo real.
2. Dotación tecnológica para los Puntos de Información Turística: Uso de insumos y herramientas tecnológicas en los PITs, con la que se mejore la experiencia del visitante.
3. Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible NTS TS 001-: Apoyo a la implementación del programa de fortalecimiento de Pance como destino turístico sostenible y de calidad.
4. Estudios del sector turístico: Estudio de formulación de una estrategia de prevención integral de vulneración de derechos humanos al turista.
5. Sistema de información geográfico del turismo: Sistema de georreferenciación para la planificación del territorio.

6. Productos turísticos desarrollados
7. Diseños del Centro de Atención al Visitante

Atentamente,



CARLOS ALBERTO MARTÍNEZ NOGUERA
Secretario de Turismo de Cali