



Organización
Internacional
del Trabajo

ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO EN CALI



Oficina de la OIT para los Países Andinos

Copyright © Organización Internacional del Trabajo 2017

Primera edición 2017

Las publicaciones de la Oficina Internacional del Trabajo gozan de la protección de los derechos de propiedad intelectual en virtud del protocolo 2 anexo a la Convención Universal sobre Derecho de Autor. No obstante, ciertos extractos breves de estas publicaciones pueden reproducirse sin autorización, con la condición de que se mencione la fuente. Para obtener los derechos de reproducción o de traducción, deben formularse las correspondientes solicitudes a Publicaciones de la OIT (Derechos de autor y licencias), Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra 22, Suiza, o por correo electrónico a rights@ilo.org, solicitudes que serán bien acogidas.

Las bibliotecas, instituciones y otros usuarios registrados ante una organización de derechos de reproducción pueden hacer copias de acuerdo con las licencias que se les hayan expedido con ese fin. En www.ifrro.org puede encontrar la organización de derechos de reproducción de su país.

OIT

Hendrik Wintjen

Turismo y Trabajo Decente; evaluación rápida del mercado turístico de Cali

Lima: OIT, Oficina de la OIT para los Países Andinos, 2017. 80 p.

14.04.01

ISBN: 978-92-2-328476-3

Datos de catalogación de la OIT

Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones de la OIT no implican juicio alguno por parte de la Oficina Internacional del Trabajo sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmados incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que la OIT las sancione.

Las referencias a firmas o a procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la Oficina Internacional del Trabajo, y el hecho de que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Las publicaciones y los productos digitales de la OIT pueden obtenerse en las principales librerías y redes de distribución digital, u ordenándose a: ilo@turpin-distribution.com. Para más información, visite nuestro sitio web: ilo.org/publns o escribanos a: biblioteca_regional@ilo.org.

Impreso en COLOMBIA

ADVERTENCIA

El uso de un lenguaje que no discrimine ni marque diferencias entre hombres y mujeres es una de las preocupaciones de nuestra Organización. Sin embargo, no hay acuerdo entre los lingüistas sobre la manera de hacerlo en nuestro idioma.

En tal sentido y con el fin de evitar la sobrecarga gráfica que supondría utilizar en español o/a para marcar la existencia de ambos sexos, hemos optado por emplear el masculino genérico clásico, en el entendido de que todas las menciones en tal género representan siempre a hombres y mujeres.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

LISTA DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

AGRADECIMIENTOS

PRÓLOGO

1. INTRODUCCIÓN: TURISMO Y EMPLEO EN EL CONTEXTO DE COLOMBIA

2. METODOLOGÍA Y DEFINICIONES BÁSICAS

- 2.1 Presentación de la metodología
- 2.2 Sistema de mercado como marco de referencia
- 2.3 Definiciones claves

3. TURISMO SOSTENIBLE COMO MOTOR DE LA COMPETITIVIDAD Y DEL TRABAJO DECENTE

- 3.1 Turismo sostenible y su relación con el empleo
- 3.2 Ejemplos de empresas con orientación hacia el turismo sostenible
- 3.3 Evolución global del turismo hacia la sostenibilidad

4. HALLAZGOS DE LA EVALUACIÓN RÁPIDA DE MERCADO

- 4.1 Resumen de los hallazgos
- 4.2 Restricciones y oportunidades de la cadena de valor de turismo en Santa Marta
 - 4.2.1 Consumidor
 - 4.2.2 Agencia de Viajes / Tour Operador Emisor
 - 4.2.3 Línea Aérea
 - 4.2.4 Tour Operador Receptivo
 - 4.2.5 Hoteles
 - 4.2.6 Sitios / Excursiones / Entretenimiento / Gastronomía
 - 4.2.7 Guías de Turismo
 - 4.2.8 Transporte Terrestre
- 4.3 Restricciones y oportunidades de las funciones de soporte en Santa Marta

- 4.3.1 Infraestructura
- 4.3.2 Coordinación
- 4.3.3 Tecnología & Innovación
- 4.3.4 Información
- 4.3.5 Servicios de Desarrollo Empresarial
- 4.3.6 Financiamiento
- 4.3.7 Promoción
- 4.4 Restricciones y oportunidades del marco regulatorio en Santa Marta
- 4.4.1 Marco regulatorio

5. RECOMENDACIONES PARA POSIBLES INTERVENCIONES

REFERENCIAS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultados de llegadas e Ingresos (USD) de Turistas a la Américas.

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Subdivisión de la contribución del Turismo por fuente de empleo.

Gráfico 2: La Cadena de Valor de Turismo (Sistema de Mercado).

Gráfico 3: Corredores turísticos.

Gráfico 4: Índice de Competitividad Turística para el Valle del Cauca – ICTR-.

LISTA DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

ABTA	Asociación Británica de Agencias de Viajes y Tour Operadores
Acodrés	Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica
ACOTUR	Asociación Colombiana de Turismo Responsable
AECID	Agencia Española de Cooperación Internacional
Airbnb	Plataforma de alojamientos a particulares y turísticos
ANATO	ANATO - Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo
ATAC	Asociación del Transporte Aéreo en Colombia
Atmosfair	Organización para compensación de emisiones CO2, Alemania
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CAF	Corporación Andina de Fomento
CBI	Centro de Promoción de Importaciones de Países en Vías de Desarrollo, Holanda
CITUR	Centro de Información Turística Nacional
Corfecali	Corporación de Eventos, Ferias y Espectáculos de Cali
Cotelco	Asociación Hotelera y Turística de Colombia
CRT	Consejo Regional de Turismo
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
FITUR	Feria Internacional de Turismo, Madrid, España
Flash Eurobarometer	Sistema de Encuestas realizadas por la Unión Europea
FODA	Matriz con análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas
FONTUR	Fondo Nacional de Turismo
ICONTEC	Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación
ITB Berlin	Feria Internacional de Turismo, Berlín, Alemania
MinCIT	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia
MiPyME	Micro, pequeña y mediana empresa
MyClimate	Organización para compensación de emisiones CO2, Suiza
NTS	Norma Técnica Sectorial Colombiana
OGD	Organización de Gestión de Destino
OIT - ILO	Organización Internacional de Trabajo - International Labour Organization
ONG	Organización No Gubernamental
ProColombia	Entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país

OMT - UNWTO	Organización Mundial de Turismo - United Nations World Tourism Org.
RNT	Registro Nacional de Turismo
SENA	Servicio Nacional de Aprendizaje
SITUR	Sistema de Información Turística Regional
Sisbén	Sistema de Selección de Beneficiarios Para Programas Sociales
The Code	Código de Conducta internacional de responsabilidad social empresarial para la protección de las Niñas, Niños y Adolescentes
TNC	(Plan de) Turismo de Naturaleza de Colombia
Top of Mind	"El primero en mente", concepto relacionado con marcas y posicionamiento
UNICAFAM	Fundación Universitaria Cafam
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
WTTC	Consejo Mundial de Viajes y Turismo - World Travel and Tourism Council

PRÓLOGO

El turismo es un motor importante para la generación de empleos y para un desarrollo socioeconómico incluyente. Se trata de un sector dinámico y creciente que también genera empleos en segmentos frágiles de la sociedad como lo son los jóvenes y las mujeres. El turismo también es una alternativa o actividad secundaria importante que genera ingresos para familias en zonas rurales junto con las actividades agrícolas. El turismo a nivel global ha crecido extraordinariamente en las últimas décadas. Ha pasado de 25 millones de personas en 1950 a 1,235 millones en 2016.

El sector turismo está firmemente posicionado en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Su importancia como motor en la creación de empleo y de la promoción del desarrollo económico, la cultura y los productos a nivel local se ha plasmado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible 8, 12 y 14, que incluyen metas específicas relativas al turismo.

El turismo es el sector que más ha crecido y de forma más rápida en los últimos decenios, aportando 1 de cada 10 puestos de trabajo en todo el mundo. No obstante, está confrontando a importantes debates como son la calidad de los empleos creados, la convivencia con las poblaciones locales o los aspectos ambientales que requieren ser abordados para asegurar que el turismo beneficie al conjunto de las sociedades y sea sostenible.

Frente a este panorama, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) formuló las 'Pautas sobre Trabajo Decente y Turismo Socialmente Responsable' para apoyar en forma constructiva a un turismo sostenible, generando empleo decente. Se trata de sector con un efecto multiplicador, generando empleo en varios sectores conexos como el transporte y otros servicios. La mayoría de los trabajadores son menores de 35 años y hay una fuerte representatividad de mujeres (60-70% del total).

La OIT es muy activo en el sector del turismo sostenible brindando apoyo a sus constituyentes tripartitos (gobiernos, empleadores y trabajadores) en la promoción de trabajo decente y un desarrollo económico duradero. El sector cuenta con algunas características claves que se vincula con el mandato de la Organización, en el sentido que representa un potencial importante en la generación de empleos decentes. De hecho, el sector turístico genera siete veces más empleos que el sector de manufactura automotriz y cuatro veces más que el sector financiero.

Colombia está pasando por un momento histórico después de la firma de los Acuerdos de Paz y ha presentado un crecimiento notable en este sector. La llegada de turistas sigue creciendo de casi 3 millones en 2015 a más de 3.3 millones en 2016. De igual forma, la infraestructura turística ha mostrado un crecimiento constante en la última década.

La OIT es una organización tripartita, parte de las Naciones Unidas, que promueve el dialogo social y que cuenta con herramientas técnicas para analizar y fortalecer el sector turístico en Santa Marta y Cali. En este proceso se ha contado con la participación de los mandantes de esta Organización, además de muchos otros actores para el desarrollo turístico.

Conjuntamente con estos actores se ha podido recoger los insumos, discutirlos y traducirlos en esta evaluación rápida del mercado turístico. Esta evaluación rápida del mercado turístico, en nuestra opinión, contribuye a generar un conocimiento esencial para una planificación turística y para una gestión efectiva del desarrollo turística en Santa Marta y Cali. Asimismo, esperamos que se dé inicio a un proceso participativo de gestión turística, en el cual todos los representantes del mundo del trabajo y del sector turístico trabajen conjuntamente para el desarrollo de estas regiones de Colombia, con un enorme potencial de crecimiento por sus bellezas naturales y culturales.

Diciembre de 2017

Philippe Vanhuynegem
Director de la Oficina de la OIT para los Países Andinos

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a las entidades gubernamentales, especialmente a Gobernación del Valle del Cauca, Alcaldía de Santiago de Cali, con el apoyo de las Secretarías de Turismo y de Desarrollo Económico Municipal, así como gremios, empresarios y sindicatos de la ciudad de Cali y el departamento del Valle del Cauca que participaron en el taller y acompañaron posteriores entrevistas. La cooperación de estos actores es fundamental para fomentar el progreso social y económico de los países. Además, el tiempo y la información que aportaron entes nacionales tales como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, FONTUR, ProColombia, y gremios del sector turístico y afines: Cotelco, ANATO, ATAC y ACOTUR, entre otros.

El estudio fue realizado como parte de los programas de la OIT para el fomento empresarial bajo la supervisión del Especialista de Empresas, Cooperativas y Desarrollo Rural de la Oficina de la OIT para los Países Andinos, John Bliek. También dieron aportes importantes a su realización los funcionarios de la OIT en las oficinas de Cali, Bogotá y Lima. En especial agradecemos Luz Myriam Urrego, Luisa Fernanda Moreno, Maria Cristina Ruiz y Alejandro Iturrizaga.

El estudio fue realizado por los consultores Hendrik J. Wintjen y Maria del Carmen Ogliastri M.

1. Introducción: Turismo y Empleo en el contexto de Colombia

Un destino turístico en una coyuntura histórica

Colombia se encuentra en un momento muy afortunado de su historia. Con el proceso de paz se ha generado una nueva imagen de un destino mucho más seguro, de manera que la atención del mundo se vuelve hacia la riqueza ecológica y cultural de un país que está entrando en una nueva fase de su desarrollo turístico. Pero más importante aún, más allá de la percepción, las cifras oficiales demuestran claramente que la seguridad en este país ha mejorado significativamente, ya sea en beneficio de la propia población, como de la actividad turística. No cabe duda que Colombia está lista para recibir más visitantes y que es ahora el momento para que los colombianos recorran su propio país.

Con una mayor apertura hacia el mundo, se pone en marcha un proceso de internacionalización de la industria turística colombiana, en el cual los oferentes se encadenan cada vez más con tour operadores e intermediarios de viaje en los mercados internacionales, además de las interacciones directas con los consumidores a través de la web y los medios sociales.

Esto implica que se requiere una mayor profesionalización de servicios, así como modelos de gestión más contemporáneos, especialmente en los espacios subnacionales, para reducir la informalidad, apostar por la calidad y enfocarse en la sostenibilidad, demostrando al mundo que se está protegiendo el patrimonio del país para las futuras generaciones.

El presente estudio mira con especial detenimiento la relación entre el turismo y el empleo, específicamente las posibilidades de generar **empleo decente** encaminado a que la actividad turística contribuya al bienestar de la población colombiana.

Siendo el turismo una compleja cadena de servicios, la correlación entre políticas marco y ciertas intervenciones puntualizadas tales como formaciones, genera que la consecuente materialización del trabajo decente no siempre sea muy directa o a corto plazo. No obstante, los principios delineados en este documento se aplican en menor o mayor grado a todos los destinos del mundo y su validez es autoevidente. El reto consiste en alinearse

con estos principios, con la seguridad que van a tener un impacto positivo sobre la generación de empleo de calidad y con la certeza que el turismo representa en efecto una gran oportunidad de desarrollo para Colombia.

Indicadores de empleo

De acuerdo con cifras ofrecidas en el boletín de empleo, publicado por el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia, una iniciativa conjunta de Cotelco y UNICAFAM, y con datos del DANE, para el segundo trimestre 2017, 7.65% del empleo nacional corresponde al sector turismo y un 92.4% del empleo a los demás sectores económicos. Este 7.65% se subdivide de la siguiente manera según los diferentes rubros de turismo:



Fuente: Elaboración propia con información del Centro de Pensamiento Turístico de Colombia y DANE – Primer semestre de 2017-.

Aunque el rubro de alojamiento no tiene un papel dominante en la generación de empleo dentro del sector turístico, el porcentaje promedio de ocupación hotelera es un indicador clave para entender la evolución del turismo en el país, presentándose un panorama de relativa estabilidad y un continuo crecimiento paulatino desde una baja en el año 2009 donde llegó a 49,5% y posteriormente se ha mantenido por encima del 50% llegando al 56,2% en el año 2016.

A nivel **departamental**, el **impacto del turismo en el empleo** es más elevado para Bolívar (participación de 13,30%), Sucre (12,04%), La Guajira (11,98%), Magdalena (11,67%) y Caquetá (11.54%) mientras los departamentos con las principales ciudades del país llegan a tasas más moderadas, como Bogotá DC (6.16%), Antioquia (6.79%) o el Valle del Cauca (6.49%).

En términos de **informalidad** se ha establecido una cifra de **69.09%** como promedio nacional, pero existen departamentos que superan esta tasa en forma significativa: Chocó (96,56%), La Guajira (94,53%), Sucre (91,63%), Magdalena (85,77%) y Bolívar (79,49%). Muy cercano al promedio nacional está el Valle del Cauca (71,89%), mientras Bogotá DC (52,66%) y Antioquia (49,44%) registran tasas mucho más bajas de informalidad en el ámbito turístico.

Las tasas más altas de **subempleo**, siempre con relación al sector turístico, se registran en los departamentos de Sucre (28,88%), La Guajira (25,43%) y Cauca (24,56%), con departamentos como Magdalena (18,48%) y el Valle del Cauca (20,01%) ocupando una posición intermedia en el contexto nacional; mientras Chocó (8,37%) y Risaralda (9,65%) se encuentran en niveles muy bajos, al igual que la capital Bogotá DC (11,35%).

Colombia en el contexto del turismo mundial

Para tener una verdadera valoración de las llegadas de turistas internacionales a Colombia, es pertinente, primero, mirar el contexto tanto mundial como latinoamericano.

Las Américas en total registraron llegadas internacionales de 192.7 millones de pasajeros en el año 2015 y 200,2 millones en el 2016, lo cual refleja una tasa de crecimiento del 3.9% y una participación del 16.2% en el volumen mundial del turismo. En contraste, Colombia tuvo un patrón mucho más dinámico subiendo de 2,98 millones de turistas internacionales en el 2015 a 3,32 en el año 2016, lo cual refleja una variación **significativa del 11.38%**. En otras palabras, el **crecimiento de llegadas internacionales es tres veces más elevado que el promedio para las Américas**, demostrando que Colombia efectivamente se encuentra en un momento clave en su historia.

En el contexto latinoamericano

De acuerdo con cifras todavía más recientes publicadas por la Organización Mundial de Turismo (OMT-UNWTO) a julio 2017 , de los 32.815 millones de turistas que llegaron a **América del Sur** en 2016, Colombia recibió 3.317 millones, cifra que corresponde al 1.7% de todas las llegadas a las Américas (199.338 millones), y mostrando siempre la variación positiva del 11.4% entre el 2016 y el año anterior. Estas llegadas corresponden a un ingreso por turismo internacional equivalente a 4.773 Millones US\$ en 2016, correspondiente al 1.5% del total para las Américas.

Tabla 1: Resultados de llegadas e Ingresos (USD) de Turistas a la Américas

	Llegada de Turistas Internacionales (1000)*					Ingresos de Turismo Internacional (millones USD)				
	2010	2014	2015	2016**	Cuota /16 (%)	2010	2014	2015	2016**	m
Américas	150.078	181.864	192.660	199.338	100	215.304	288.902	305.647	313.215	100
A. del Sur	23.229	29.073	30.791	32.815	16,5	20.506	25.716	26.134	27.026	8,6
Argentina	5.325	5.931	5.736	5.559	2,8	4.924	4.624	4.927	4.687	1,5
Bolivia	679	871	882			379	662	699	687	0,2
Brasil	5.161	6.430	6.306	6.578	3,3	5.261	6.843	5.844	6.024	1,9
Chile	2.801	3.674	4.478	5.641	2,8	1.552	2.259	2.481	2.737	0,9
Colombia	2.385	2.565	2.978	3.317	1,7	2.797	3.825	4.245	4.773	0,9
Ecuador	1.047	1.557	1.544	1.418	0,7	781	1.482	1.551	1.444	0,5
Guyana	152	206	207	235	0,1	80	79	65		
Paraguay	465	649	1.215	1.206	0,6	217	284	484	481	0,5
Perú	2.299	3.215	3.456	3.744	1,9	2.008	3.077	3.309	3.501	1,1
Suriname	205	252	228	257	0,1	61	95	88	64	0,0
Uruguay	2.349	2.682	2.773	3.037	1,5	1.509	1.757	1.776	1.835	0,6
Venezuela	526	857	789				831	643	575	

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO). * Llegadas de turistas internacionales a las fronteras (excluidos visitantes del día), excepto Ecuador que incluye turistas y visitantes del día. ** Dato Provisional.

Alineación con las actuales tendencias en turismo mundial

Mediante el actual plan sectorial de turismo “Turismo para la Construcción de la Paz 2014 - 2018” , Colombia fija las pautas de su desarrollo turístico para esta nueva fase con un énfasis muy específico y acertado en temas claves como: Sostenibilidad, Competitividad Gobernanza y Gestión eficiente.

El énfasis del presente estudio se da más desde una perspectiva subnacional que nacional y mientras es notable que hay un esfuerzo muy sistemático en todos los frentes relevantes para mejorar la gestión y la competitividad del destino Colombia, también se percibe que no todos los enfoques y avances se reflejan siempre en la misma proporción y madurez en los diferentes espacios nacionales. Esto es natural y se debe entender en una perspectiva histórica, además sucede de la misma forma en otros destinos alrededor del mundo.

Por este motivo las recomendaciones al final de esta publicación se relacionan sobre el cómo aplicar los principios expresados en estudios, documentos de planificación y estrategias en los diferentes niveles, a la realidad subnacional - especialmente en relación con el tema de gestión y gobernanza del turismo.

La relación entre turismo y empleo

El estudio “El Turismo en el Perú: Perspectivas de crecimiento y generación de empleo” del autor Juan Chacaltana , publicado por la Organización Internacional de Trabajo, sobre la relación entre la llegada de turistas internacionales y la creación de puestos de trabajo (en el Perú, es decir en un contexto siempre latinoamericano, similar al colombiano), destaca que de acuerdo a cifras históricas que se han presentado en el país vecino pocos sectores tienen tanta capacidad para generar empleo, ya sea directa o indirectamente, como el turismo. Continúa constatando:

“De hecho estos datos confirman estudios paralelos realizados por el Ministerio de Trabajo, quien encuentra que el turismo es después de agricultura el sector que puede generar más rápidamente empleo dado que por cada 100 mil dólares de inversión en este sector se generan directamente unos 28 puestos de trabajo solo en los sectores de restaurantes y hoteles.

Según nuestras propias estimaciones, por cada 10 turistas extranjeros que ingresan al país, existen 5 puesto de trabajo directamente relacionados en el sector turismo y por cada 10,000 dólares que ingresan como divisas por turismo extranjero, se genera en el país unos 4 puestos de trabajo.”

Aunque la correlación entre turismo y la creación de empleo puede tener variaciones entre Colombia y Perú, esta investigación de la OIT da cuenta del elevado potencial de creación de trabajo. Otros estudios también apuntan en la misma dirección. De acuerdo con cifras publicadas por World Travel and Tourism and Council (WTTC) para Colombia, en su informe sobre el impacto económico del turismo para el año 2017 , destaca los siguientes indicadores:

- Contribución directa al PIB de 2.1% en 2016, con una proyección del 3.7% para el 2017.
- Contribución total (incluye impactos indirectos) al PIB de 5.8% en el 2016.
- Contribución al empleo en el 2016: 610,000 empleos, 2.7% del empleo total.
- Contribución al empleo total (incluye impactos indirectos) en el 2016: 1,379,500 empleos, 6.1% del empleo total.

Estas cifras son la culminación de una continua tendencia de crecimiento que se dio en la última década, reflejando un patrón muy estable que continuará en los próximos años.

Además, el WTTC estima que a nivel mundial el turismo contribuye en un 10.2% al producto interno bruto global, generando 1 en 10 empleos; superando su capacidad de generación de empleo a industrias fuertes como la automotriz, manufactura química, minería, banca o finanzas .

Motor de crecimiento del empleo con calidad: la competitividad turística

En términos de competitividad turística, el Centro de Pensamiento Turístico - Colombia, conformado por el gremio hotelero Cotelco y UNICAFAM, ha establecido un modelo de ocho indicadores, los cuales están referidos a lo siguiente:

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| 1. Económico | 2. Social |
| 3. Ambiental | 4. Cultural |
| 5. Estrategia de mercadeo | 6. Gestión del destino |
| 7. Empresarial | 8. Infraestructura |

De acuerdo con este índice, y según los resultados 2015 - 2016 , el turismo representa en promedio 5.1% del PIB de todos los departamentos de Colombia. Durante el 2015 Colombia recibió 680 millones de dólares en inversión extranjera directa en el sector turismo, generando en promedio 4% del empleo en los departamentos. Mientras el 17% del personal trabajando en turismo cuenta con un contrato a término indefinido, siempre hay una elevada informalidad en el sector que alcanza 71%, especialmente en el ámbito de los alimentos y bebidas que, a su vez es el rubro que más empleo genera.

Con respecto al factor empresarial como un elemento clave de la competitividad, el estudio mide el tejido empresarial en cada departamento, determinando las redes de cooperación empresarial que existen en cada caso; asumiendo el departamento de Meta una posición líder en el país al contar con 31 redes de cooperación empresarial.

El estudio subraya que la competitividad del destino se construye a partir de la planificación y gestión estratégica de las ventajas comparativas y competitivas y se basa en la creación de productos diferenciados de alta calidad

que generan experiencias y valor agregado para el turista. Asimismo, destaca rol de la coordinación pública-privada para la competitividad por ello en este documento se hará referencia reiterada a todos estos elementos.

Nuevas oportunidades, nuevos retos para Colombia

En resumen, Colombia presenta una coyuntura muy favorable para seguir creciendo en una fase postconflicto, con imagen de seguridad mejorada y con alto potencial de creación de empleo a través de turismo. El reto esencial consiste en crear también una mejor calidad de empleos y reducir la elevada tasa de informalidad. Mientras en algunos ámbitos la informalidad va a tener la tendencia a mantenerse, como es probable en el rubro de los alimentos y bebidas, es importante reducirla con especial énfasis en otros ámbitos como el sector hotelero, no sólo por las razones evidentes sino como fundamento para fortalecer el posicionamiento del país como el destino de calidad. Por otro lado, los ámbitos de operación y guía turística también tienen alta relevancia para facilitar experiencias de calidad al visitante.

Otro gran pendiente es una **mejor distribución del flujo turístico** en el territorio nacional, lo cual se pretende lograr con los corredores turísticos que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha venido desarrollando desde el año 2017. En la actualidad el flujo turístico suele girar alrededor de polos tradicionales como Bogotá, Cartagena y Medellín, por lo tanto, equilibrando el flujo turístico a lo largo y ancho del país se puede contribuir en aumentar la estadía promedio en el país y generar oportunidades económicas en zonas rurales con pocas alternativas. En otras palabras, equilibrar los flujos turísticos puede ayudar a **‘democratizar’ los beneficios del turismo**, reflejando una visión de desarrollo mediante la cual el país entero gana...y el turista también.

2. Metodología y definiciones básicas

2.1 Presentación de la metodología

El objetivo de este estudio es realizar una evaluación rápida del sistema de mercado y de la cadena de valor que forma parte del mismo, en relación con el sector turístico de la ciudad de Cali, para identificar las limitaciones clave sobre el sector y el sistema de mercado de turismo. El documento tiene la función de identificar posibles intervenciones para superar las brechas identificadas con miras a aumentar la competitividad turística de Cali, con el objetivo de mejorar el empleo y reducir la informalidad.

Aparte de Cali, se ha realizado un proceso similar con actores en Santa Marta, lo cual permitió contrastar los insumos obtenidos en las dos ciudades, entender mejor ciertos patrones y síntomas, muchos de los cuales apuntan a causas subyacentes que tienen que ver con la interdependencia entre el nivel nacional y subnacional - especialmente en relación con el marco normativo. Por lo tanto, algunas recomendaciones se refieren al nivel nacional, aunque la mayoría está dirigida a posibilidades de intervención en el propio territorio, ya sea municipal (Cali), departamental (Valle del Cauca) o incluso inter-departamental (Corredor Turístico del Pacífico).

2.2 Sistema de mercado como marco de referencia

El análisis de las brechas se realizó en base del sistema de mercado como marco de referencia, analizando no solo la propia cadena de valor de turismo sino también las funciones de apoyo y el marco regulatorio. Para este fin, se tomaron en cuenta algunas diferencias entre turismo y otros sectores. Contrario a otras cadenas de valor, donde los productos se trasladan hacia el consumidor, en turismo el consumidor viaja hacia los productos. Además, siendo turismo una industria fundamentalmente de experiencias, los aspectos no tangibles de la actividad tales como imagen del destino, marca, posicionamiento o percepciones sobre la seguridad, así como la creación de experiencias para el turista mediante mecanismos como la escenificación, recibieron la debida atención en el análisis.

Considerando otra particularidad de la actividad turística, el hecho que la producción y el consumo de los servicios turísticos coinciden en el momento de realizarse el viaje, se utilizó esta característica como punto inicial del proceso.

¿De qué manera? El punto de partida del análisis precisamente fue la visión del consumidor y su experiencia en el destino, su customer journey, es decir la experiencia del consumidor conforme va pasando por los diferentes servicios en el destino, para tener una primera aproximación con respecto la integralidad de los servicios ofrecidos. También la cadena refleja la coordinación y complementariedad de los servicios en el propio destino, evidenciándose un incipiente nivel de articulación y gestión de destino en Cali, con esfuerzos iniciales impulsados por la Alcaldía de Cali para encaminar la gestión en una lógica pública-privada a través de la “mesa del destino”. A pesar de solo tener unos meses de existir, este espacio ha logrado algunas acciones conjunta de relevancia (formulación de proyectos) y se encuentra en una dinámica de consolidación.

El gráfico 2 muestra el marco de referencia del sistema de mercado en el contexto de una cadena de valor de turismo. Cada uno de los elementos en este gráfico fue punto de análisis durante el taller realizado conjuntamente con actores relevantes de Cali y del Valle del Cauca en noviembre de 2017. De esta manera se dio la debida consideración a la complejidad de la actividad turística que representa un engranaje de muchos servicios como alojamiento, excursiones o alimentación, pero también abarca otros aspectos que no son visibles desde la perspectiva de turista, como lo es el marco regulatorio, la información y la inteligencia de mercado que guía la actividad o los mecanismos de formación para quienes laboran en turismo.

Gráfico 2: La Cadena de Valor de Turismo (Sistema de Mercado)



Como resultado del taller se identificaron diez (10) brechas principales, o causas subyacentes relevantes para ser contar con algún tipo de intervención en el futuro. Las eventuales medidas no pueden estar alejadas de la planificación existente, tanto a nivel de la alcaldía como de gobernación, por lo tanto, como paso final se realizó un ejercicio de alineación con la planificación municipal que demostró una serie de posibles acciones por parte de las autoridades territoriales, otros actores en turismo como los gremios y también por parte de la OIT como facilitador externo que puede apoyar con diferentes herramientas dedicadas al fomento del emprendimiento y el aumento de la competitividad.

Basado en una revisión de la literatura relevante tales como planes de desarrollo y de turismo, estadísticas, inventarios turísticos, estudios de mercado, los insumos obtenidos en los talleres y una serie de entrevistas dentro de la propia ciudad como también en zonas rurales fuera de la misma. Se analizaron coincidencias como contrastes entre las opiniones obtenidas, en un proceso sistemático de recopilación de percepciones y datos; se pudieron identificar una serie de brechas tanto a nivel de la propia cadena de valor como en las funciones de soporte y en el marco normativo que afectan tanto la competitividad como las oportunidades para generar empleo decente a través del turismo.

Estas brechas se deben entender en el contexto histórico de Colombia que al dejar atrás su conflicto interno de varias décadas, está recién intensificando su apuesta por el turismo, especialmente en lo que se refiere al turismo internacional. Bajo esta óptica se debe reconocer y destacar la gran voluntad de los actores de turismo de ir ganando espacio y fortalecer los vínculos con los mercados internacionales, además de optimizar la coordinación interna. Asimismo, las autoridades territoriales entienden el papel estratégico del turismo para una creación rápida y amplia de empleo, siendo el turismo además una actividad transversal y un sector complementario a otras actividades económicas prioritarias.

2.3 Definiciones claves

Durante el proceso de evaluación se utilizaron algunos conceptos claves con frecuencia, los cuales se aclaran a continuación:

Competitividad Turística: “La capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores” (Hassan, 2000)

Clúster: Grupo de empresas interrelacionadas que trabajan en un mismo sector industrial y que colaboran estratégicamente para obtener beneficios comunes.

Organización de Gestión de Destino: Una organización de gestión de destino es un ente gestor formalmente institucionalizado que aglutina diversos actores tanto del sector público como privado para lograr objetivos comunes para desarrollo turístico de un destino.

Turismo sostenible: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” . (OMT - UNWTO)

Impacto del turismo sobre el empleo

Se distinguen tres tipos de efectos, en términos de impacto económico y creación de empleo:

- Beneficios directos: ingresos / empleos generados en empresas del propio sector turístico, tales como hoteles.
- Beneficios indirectos: Ingresos / empleos generados en áreas que proveen al sector turístico, tales como la agricultura o el sector de la construcción.

- Beneficios / efectos inducidos: Aumento en la demanda a nivel general, a raíz de los ingresos / empleos en turismo.

Trabajo decente

El trabajo decente representa un objetivo fundamental de la OIT. Los cuatro principios principales asociados con este objetivo tienen las siguientes implicaciones en relación con el turismo:

- **Creación de empleo:** El turismo puede representar un importante mecanismo de creación de empleo siempre y cuando se creen condiciones marco orientadas hacia la competitividad y se diseñen políticas enfocadas hacia la optimización de oportunidades de empleo, lo cual incluye aspectos como la creación de un marco facilitador para MiPyMEs turísticas y la adecuada formación y capacitación de personas que laboran en el sector turístico.
- **Protección social básica:** El turismo es una actividad caracterizada por múltiples niveles de servicio, desde hoteles de lujo hasta la venta callejera de bebidas. No todas las personas relacionadas con la actividad gozan de una protección social básica, de tal forma que hay que enfatizar este aspecto y establecer las medidas adecuadas.
- **Respeto a los derechos laborales:** Por fluctuaciones en la actividad turística, evidenciada en la estacionalidad del flujo turístico - como solo un factor entre muchos otros y a manera de ejemplo - se pueden perjudicar derechos laborales, como por ejemplo el contar con un trabajo estable que no dependa de temporadas. Solo un sector turístico competitivo y diversificado puede asegurar buenas condiciones laborales de trabajo en cumplimiento con los derechos laborales, de tal forma que como complemento a las leyes de protección al trabajador se requieren soluciones integrales que encaminan la competitividad de las empresas para que pueden ofrecer condiciones adecuadas de trabajo.
- **Diálogo social:** El turismo es una actividad multidisciplinaria involucrando distintos sectores de la sociedad, como el sector público, sector privado, ONGs y también la sociedad civil. Para asegurar un desarrollo turístico sostenible, de amplia aceptación y participación, se debe establecer mecanismos de comunicación y coordinación efectivas entre todos los actores y sectores relacionados. El tripartismo de la OIT es en este un buen ejemplo de un sistema de dialogo social estructural.