



CARACTERIZACIÓN DE LA  
OFERTA TURÍSTICA PARA  
CALI, VALLE DEL CAUCA  
Y RESTO DEL VALLE

Octubre 2017

## COMITÉ TÉCNICO DEL SITUR VALLE DEL CAUCA

### Representación por las entidades del gobierno

Julián Felipe Franco Restrepo  
Secretario de Turismo  
Gobernación del Valle del Cauca

Alejandro Vásquez Zawadsk  
Secretario de Turismo  
Alcaldía de Santiago de Cali

### Representación por los gremios

Óscar Guzmán Moreno  
Presidente Asociación Hotelera y Turística del Valle del Cauca

Claudia Isabel Ruiz  
Presidente de la Industria Gastronómica del Valle del Cauca

Harold Lozada Castaño  
Presidente Anato - Suroccidente

### Representación por la academia

Alexander Zuñiga Collazos, PhD  
Universidad de San Buenaventura Cali  
Analista Turismo Receptivo

German Morales, PhD  
Universidad Autónoma de Occidente  
Analista Sostenibilidad Turística

Edy Lorena Burbano Vallejo, PhD(C)  
Universidad de San Buenaventura Cali  
Analista Turismo Emisivo

Carolina Rozo, Mg  
Universidad Autónoma de Occidente  
Analista Caracterización Turística



## **Equipo enlace técnico interinstitucional SITUR Valle del Cauca**

Diana Ortiz Yela  
Estadística secretaria de turismo  
Alcaldía de Santiago de Cali

Julian Andres Londoño  
Director proyectos secretaria de turismo  
Valle del Cauca.

## **Equipo Profesional SITUR Valle del Cauca**

Harold Humberto Rivas Cano  
Director General

Jhon Edison López León  
Analista Estadístico

Juan Camilo Escandón Wittsack  
Analista Económico

Maira Alejandra Hurtado  
Coordinadora de Comunicaciones

Diana Sardí Gomez  
Coordinadora administrativa

Maria Elisa Cabal  
Directora de arte

Oscar Manuel Hernández  
Auxiliar Contable

### **Informe realizado por:**

Juan Camilo Escandón Wittsack  
Analista Económico

## **Equipo profesionales de campo**

Jair Alfredo Valencia

Rodrigo Reyes Torres

Jorge Hernan Tangarife

Jhon Orrego

Ayling Mosquera Lopez

Viviana Hernandez

Alejandra Yahaira Zea

Kevin Enriquez

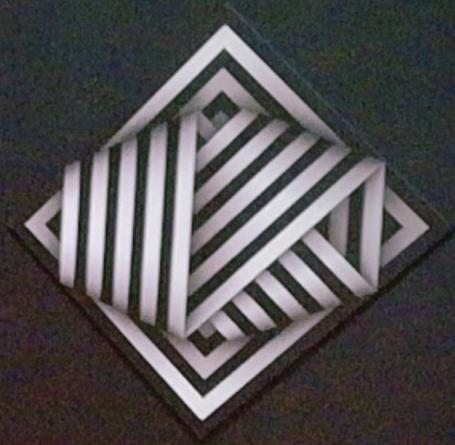
Harold Valverde

Juliana Garcia

David Moreno

Daniela Hernandez





# APOYO INSTITUCIONAL





EDICIONES EMBALAJE





# OBJETIVOS



## Objetivos generales

Estimar y caracterizar el tamaño de la oferta de bienes y servicios turísticos instalada en el Valle del Cauca.

Identificar la tipología de los productos y servicios dispuestos para ser consumidos y usados por los flujos de turistas que llegan al Valle del Cauca.

## Objetivo específico

Caracterización del desempeño de las empresas prestadoras de servicios turísticos de Cali y Valle del Cauca.





## METODOLOGÍA

### Estudio basado en cuestionario estructurado.

#### ● Población de estudio

La población de estudio son los prestadores de servicios turísticos (PST) del departamento. Teniendo en cuenta existen 11 tipos de PST, se establecieron 4 como los de mayor interés y mayor densidad para enfocar el estudio en éstos, los cuales son: establecimientos de alojamiento, agencias de viajes, establecimiento de provisión de alimentos y transportadoras terrestres.

#### ● Tipo de muestra

La muestra está constituida por 600 prestadores de servicios turísticos (ciudad de Cali: 400; y Valle (sin incluir Cali): 200). La selección de la muestra se realizó por medio de un muestreo estratificado, en el cual los estratos fueron las 4 diferentes categorías anteriormente mencionadas.

Antes de analizar el desempeño del sector turístico en el Valle del Cauca en términos de su nivel de actividad económica y sus características principales, resulta relevante presentar el contexto en el que se encuentra la economía nacional en sus diversas dimensiones para comprender el impacto que este puede tener sobre el sector bajo análisis.

## CONTEXTO MACROECONÓMICO Y TURÍSTICO



### Inflación, Tasa de intervención y tasa de cambio

En el tercer trimestre del año 2017, la inflación año corrido de la canasta de consumo de los hogares colombianos se incrementó de 3,3% a 3,49% mientras variación anual de este indicador (con alimentos) pasó del 3,4% al 3,9% entre julio y septiembre. Sin embargo, a pesar de que el valor del incremento anual del Índice de Precios al Consumidor se ubicó dentro del rango meta del Banco de la República, presentó una tendencia creciente explicada por el incremento anual promedio de los precios de los bienes y servicios asociados a la educación (7,4%), la salud (6,78%) y la vivienda (4,26%) durante el trimestre bajo análisis. Lo anterior, tras la reducción de 2,07 puntos porcentuales en el incremento de los precios observada entre enero y julio del 2017.

A pesar de lo anterior, se espera que para el término del presente año la inflación se encuentre dentro del rango meta fijado por el Banco de la Republica, es decir, entre el 2% y 4%, con el fin de preservar el poder adquisitivo de la moneda y anclar las expectativas de inflación de los empresarios. Por ello, el banco central continua con una política monetaria expansiva gradual que inició a partir del 19 de diciembre del 2016 hasta alcanzar un valor de 5,25% el 1 de septiembre, lo cual tiene como objetivo reactivar la demanda de consumo e inversión para impulsar el crecimiento económico y propiciar la recuperación del sector productivo nacional.

En cuanto a la tasa de cambio con respecto al dólar, esta presentó un valor promedio de \$2.939 pesos/dólar entre enero y septiembre del presente año, con un comportamiento relativamente estable que ha permitido que el efecto pass-through de la variación del tipo de cambio sobre los precios de los productos y servicios de la canasta





básica de los hogares colombianos se haya visto reducido a lo largo del 2017 tras los procesos de indexación de precios ejecutados por los empresarios entre 2015 y 2016 como resultado del incremento de los bienes e insumos importados, dada la fuerte devaluación del peso provocada por la caída de los precios del petróleo a nivel internacional.

## ● **Crecimiento económico nacional**

Durante el tercer trimestre la economía colombiana presentó un crecimiento anual del 2%, el cual resultó ser superior en 0,8 y 0,7 puntos porcentuales al desempeño de los dos primeros trimestres del año. Por su parte, los macro sectores de mayor crecimiento durante dicho periodo fueron: el de Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca que presentó un crecimiento del 7,13%; el de Actividades de servicios sociales, comunales y personales que alcanzó un incremento porcentual de 3,18%; y los establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios empresariales que presentó un crecimiento anual del 3,17%.

Por su parte, el nivel de actividad económica del subsector de hoteles, restaurantes, bares y similares superó el nivel de crecimiento de la economía colombiana en 1,1 puntos porcentuales, es decir, presentó un incremento porcentual de 3,11% en el tercer trimestre del año. Ello refleja la recuperación que ha presentado el subsector a lo largo del 2017, desde crecer a una tasa negativa en el primer trimestre del año (-1,06%), pasando por una leve recuperación reflejada en un incremento anual del 1,62% en el segundo trimestre, hasta alcanzar el desempeño mencionado.

## ● **Crecimiento económico departamental**

A nivel departamental, según estimaciones del Indicador Mensual de la Actividad Económica (IMAE), la economía del Valle del Cauca alcanzó un crecimiento anual del 1,0% durante el tercer trimestre del año, lo cual resultó ser inferior al desempeño alcanzado por la economía nacional, lo cual también se refleja en el crecimiento económico año corrido, en el que la economía del Valle del Cauca presentó un crecimiento del 1,4%, mientras el crecimiento de la economía nacional alcanzó una tasa del 1,5%.





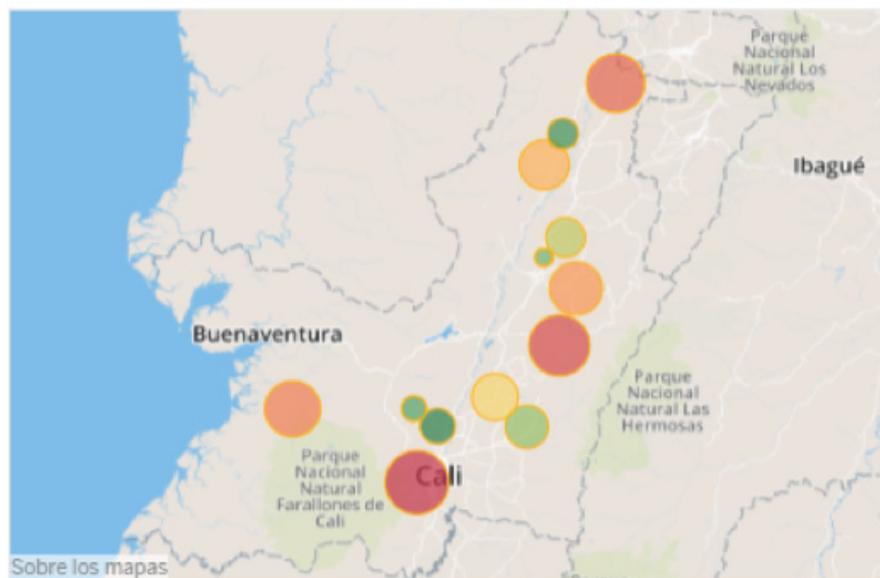
# ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE



## Ocupación

El 62,02% de los establecimientos de alojamiento encuestados durante el mes de septiembre se ubican en la ciudad de Cali (ver Figura No 1).

### Ubicación del establecimiento



**Figura No 1.**

Distribución espacial de los establecimientos de alojamiento y hospedaje encuestados





## ● Tipo y modalidad de alojamiento

El 71,8% de los establecimientos de alojamiento y hospedaje del Valle del Cauca resultaron ser hoteles, el 13,6% resultaron ser apartahoteles, el 10,8% resultaron ser hostales, el 1,05% fueron alojamientos rurales, el 1,39% fueron viviendas turísticas y el 1,4% fueron centros vacacionales o albergues. De estos establecimientos, el 94% ofrecieron habitaciones como modalidad de alojamiento, el 2,8% ofrecen el servicio de alojamiento a través de apartamentos y el 0,8% ofrecen cabañas o camping (ver Figura No 2).



En Cali, el 62,4% de los establecimientos encuestados resultaron ser hoteles, el 20,8% apartahoteles, el 14,6% hostales y el 2,3% restante fueron alojamientos rurales, viviendas turísticas o centros vacacionales. De estos establecimientos, el 96% ofrecieron habitaciones como modalidad de alojamiento y el 4,6% ofrecen el servicio de alojamiento a través de apartamentos (ver Figura No 2).

## ● Tasa de Ocupación y Tarifa promedio

En orden de caracterizar su desempeño, puede decirse que en el mes de septiembre la tasa de ocupación de los establecimientos del Valle del Cauca que ofrecen habitaciones fue del 40% (ver Figura No 3) con una tarifa promedio del \$94.669; aquellos que ofrecen apartamentos alcanzaron una ocupación del 41,4% con una tarifa promedio de \$345.840; mientras aquellos que ofrecen el servicio de cabañas presentaron una ocupación del 18,9% con una tarifa promedio de \$260.000.



En cuanto al desempeño de los establecimientos ubicados en la ciudad de Cali, aquellos que ofrecen habitaciones como modalidad de alojamiento alcanzaron una ocupación del 42,7% y una tarifa promedio de \$111.339, mientras aquellos que ofrecen apartamentos ocuparon un 43% de su capacidad instalada durante el mes bajo análisis (ver Figura No 3) y trabajaron una tarifa promedio de \$375.378.





**Figura No 2.**  
Modalidad de alojamiento para Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha)



**Figura No 3.**  
Tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento de la ciudad Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha)





## Ocupación Plazas-Cama

---

En cuanto a la ocupación por camas, se encontró que los establecimientos que ofrecen habitaciones alcanzaron una ocupación del 47,6%; aquellos que tienen apartamentos como modalidad de alojamiento presentaron una tasa de ocupación del 34,3% y quienes ofrecen cabañas presentaron una ocupación promedio del 6,9%. Por lo anterior, puede decirse que los hoteles fueron aquellos que tuvieron el mayor aprovechamiento de la capacidad de alojamiento durante el mes de septiembre (ver Figura No 4).

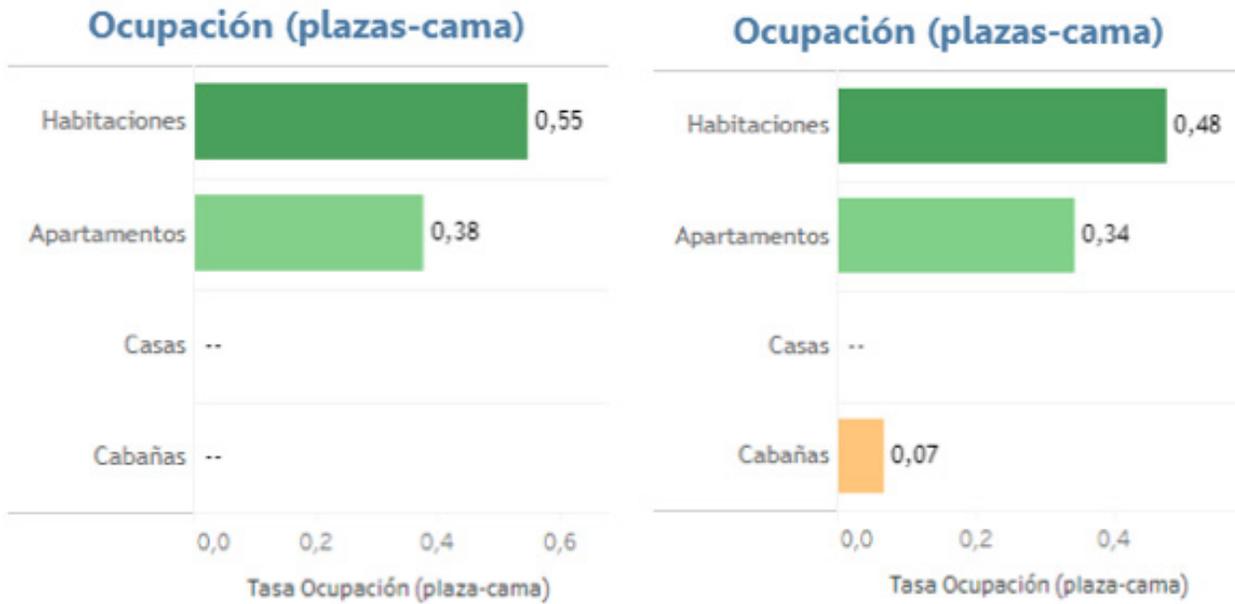
En cuanto a los establecimientos que operan en la ciudad de Cali, se encontró que aquellos que presentan habitaciones como modalidad de alojamiento alcanzaron una tasa de ocupación del 55%, mientras aquellos que ofrecen apartamentos ocuparon en promedio el 38% de su capacidad de alojamiento (ver Figura No 4).

## Estancia de los huéspedes

En el Valle del Cauca, los huéspedes que permanecen en el destino en establecimientos de alojamiento que ofrecen apartamentos fue de 9,9 días en el mes de septiembre, mientras aquellos que se hospedan en habitaciones fue de 2,1 días (ver Figura No 5). De forma ponderada, en dicho mes, la duración de la estancia general fue de 2,4.

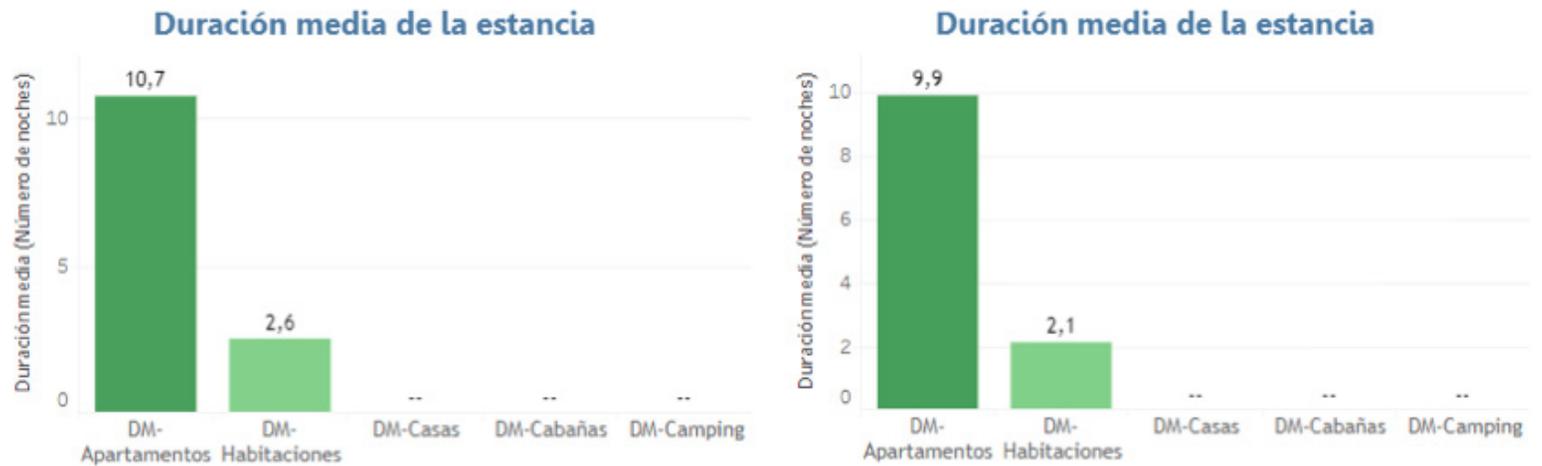
Para la ciudad de Cali, en aquellos establecimientos que tienen apartamentos como modalidad de alojamiento los huéspedes alcanzan una estancia promedio de 10,7 días, mientras los huéspedes que se alojaron en los hoteles de la ciudad permanecieron en promedio 2,6 noches (ver Figura No 5). En general, la estancia promedio de los huéspedes de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de Cali fue de 3 noches.





**Figura No 4.**

Tasa de ocupación plazas-cama de los establecimientos de hospedaje de la ciudad Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).



**Figura No 5.**

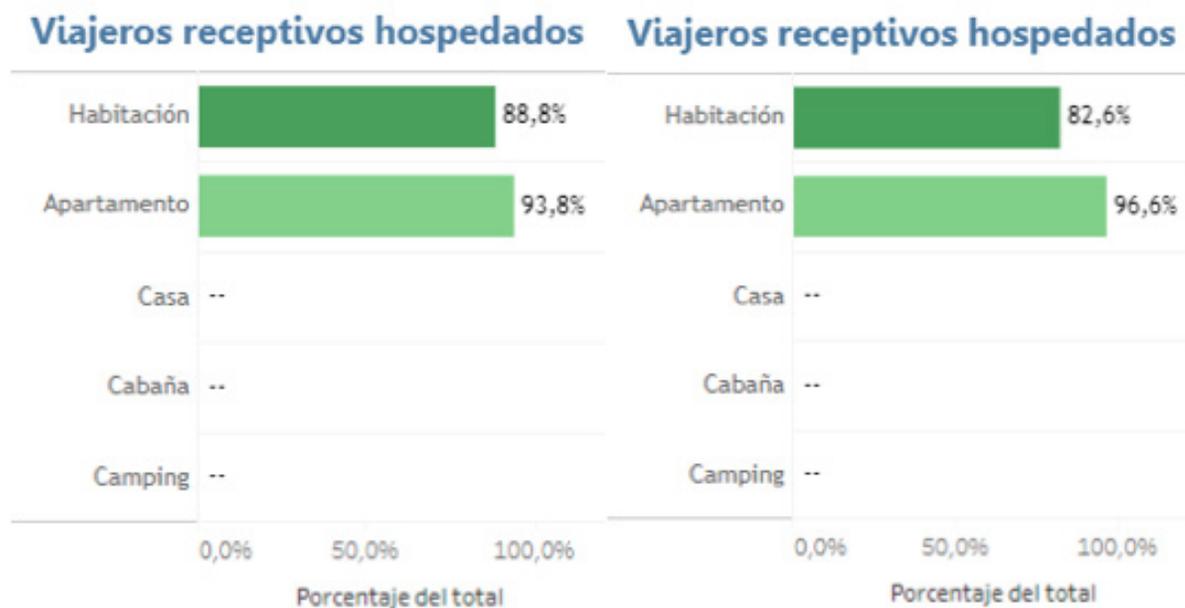
Duración media de la estancia de los huéspedes de los establecimientos de alojamiento de la ciudad Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).



## Huéspedes

En cuanto al origen de los huéspedes, se encontró que el 82,6% de aquellos que se hospedaron establecimientos que ofrecen servicios de habitaciones provinieron de fuera del Valle del Cauca, mientras en los establecimientos que ofrecen apartamentos fue del 96,6% (ver Figura No 6).

Para la ciudad de Cali se encontró que el 88,8% de los huéspedes que se alojaron en establecimientos de hospedaje, que cuentan con habitaciones como modalidad de alojamiento, resultaron ser de fuera del Valle del Cauca (ver Figura No 6). Mientras que el 7,2% aquellos que se hospedaron en apartamentos (hospedaje no permanente) resultaron ser de origen valluno.



**Figura No 6.** Duración media de la estancia de los huéspedes de los establecimientos de alojamiento de la ciudad Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).









## AGENCIAS DE VIAJES



En el Valle del Cauca se realizaron 288 encuestas a las agencias de viaje y operadores turísticos, los cuales se ubican principalmente en Cali (245) (ver Figura No 7).

### Destino Valle del Cauca

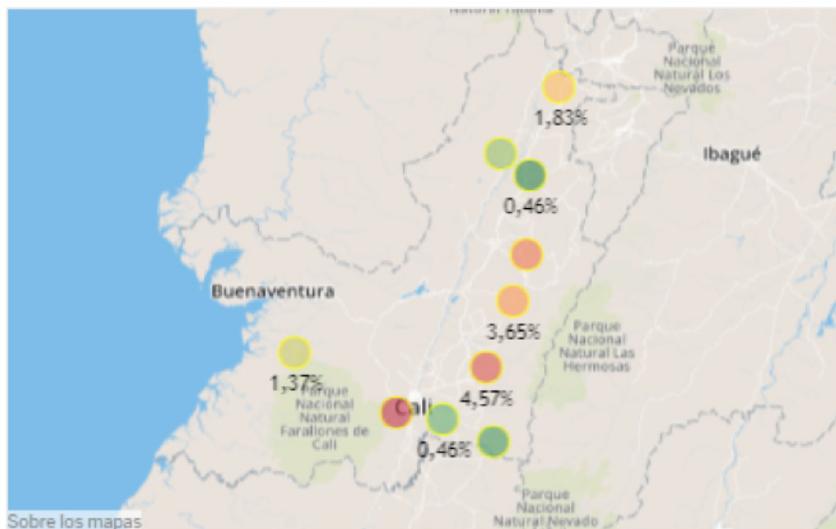


El 66,21% de las agencias de viaje del Valle del Cauca tienen a la región como destino dentro de sus planes turísticos, mientras que el 68,72% de aquellos establecimientos que operan desde la ciudad de Cali incorporan destinos regionales dentro de su portafolio (ver Figura No 8). En el mes de septiembre, el 62% de los paquetes turísticos con destino Valle del Cauca comercializados por las agencias de viaje de la ciudad de Cali fueron comprados por personas residentes del departamento; el 22% de estos planes fueron adquiridos por nacionales no residentes en la región, y el 16% restante fue vendido a visitantes internacionales.

Por su parte, en el consolidado departamental, puede decirse que el 62% de los planes turísticos con destino Valle del Cauca fueron comprados por vallecaucanos, el 21% fue adquirido por nacionales y el 17% por visitantes internacionales.

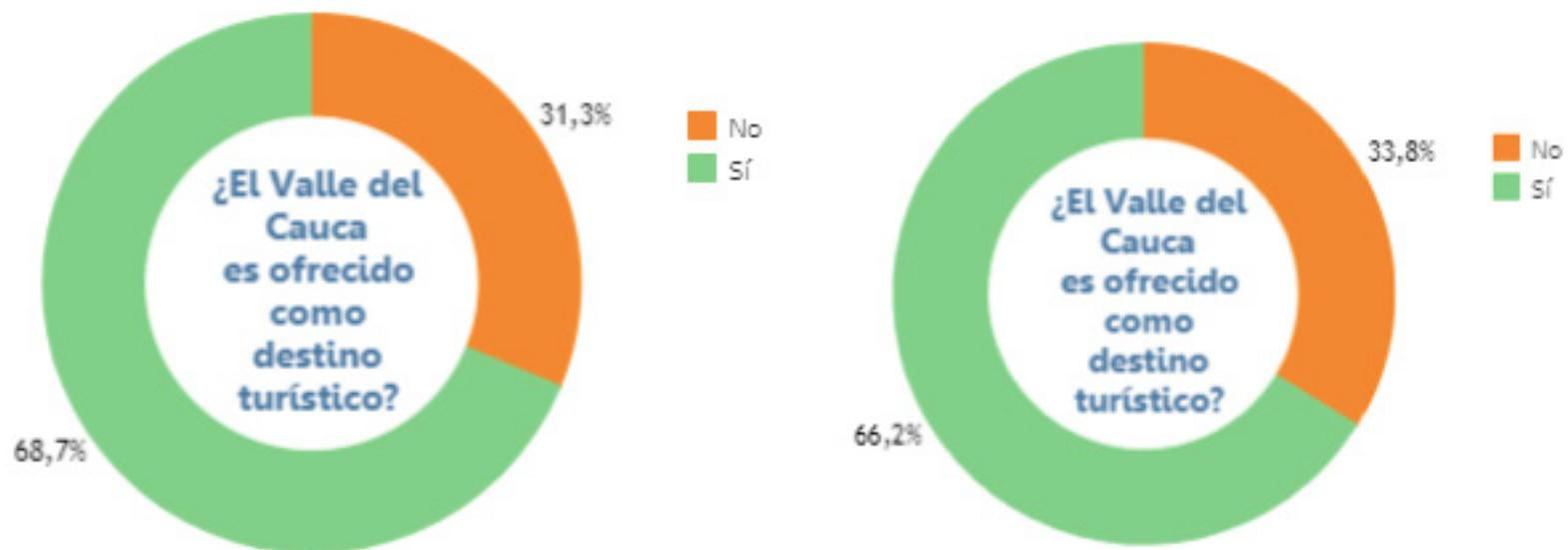


### Ubicación de la agencia



**Figura No 7.**

Distribución espacial de agencias de viaje encuestados en el Valle del Cauca.



**Figura No 8.**

Planes con destino Valle del Cauca ofrecidos por las agencias de viaje de la ciudad Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).



## Destino Nacional e Internacional

Por otro lado, el 86% de los planes de viaje con destino nacional vendidos por las agencias de viaje en Cali fueron adquiridos por personas residentes de la región, mientras que el 14% restante fue comercializado a personas no residentes del Valle del Cauca, es decir, fueron adquiridos por extranjeros o colombianos que no habitan en el departamento (ver Figura No 9.1). En cuanto a los planes con destino internacional, se observa que los paquetes comercializados por las agencias de viaje que operan en Cali el 89% fueron adquiridos por vallunos mientras que aproximadamente el 11% fue comprado por personas no residentes de la región.

En el consolidado departamental, puede indicarse que el 87,5% de los paquetes turísticos con destino nacional vendidos por las agencias del Valle del Cauca fueron adquiridos por vallunos, mientras el 12,5% restante fue comprado por personas no residentes de la región (ver Figura No 9). De igual forma, el 89,3% de los planes turísticos internacionales fueron comercializados a personas residentes, mientras el 10,7% fue adquirido por no residentes.

### Figura No 9.

Numero personas a las que las agencias de viaje del Valle del Cauca ofrecieron planes con destino Valle del Cauca, nacional e internacional.

### Figura No 9.1.

Numero personas a las que las agencias de viaje de Cali ofrecieron planes con destino Valle del Cauca, nacional e internacional.



Personas que viajaron con plan turístico a un destino internacional



- Prom. PI-Residentes del Valle del Cauca
- Prom. PI-Residentes fuera del Valle del Cauca

Personas que viajaron con plan turístico a un destino del Valle del Cauca



- Prom. PN-Residentes del Valle del Cauca
- Prom. PN-Residentes de Colombia no Vallecaucanos

Personas que viajaron con plan turístico a un destino del Valle del Cauca



- Prom. PV-Residentes del Valle del Cauca
- Prom. PV-Residentes Colombianos
- Prom. PV-Residentes Extranjeros

Personas que viajaron con plan turístico a un destino internacional



- Prom. PI-Residentes del Valle del Cauca
- Prom. PI-Residentes fuera del Valle del Cauca

Personas que viajaron con plan turístico a un destino del Valle del Cauca



- Prom. PN-Residentes del Valle del Cauca
- Prom. PN-Residentes de Colombia no Vallecaucanos

Personas que viajaron con plan turístico a un destino del Valle del Cauca



- Prom. PV-Residentes del Valle del Cauca
- Prom. PV-Residentes Colombianos
- Prom. PV-Residentes Extranjeros



## ¿QUÉ TIPO DE SERVICIOS PRESTAN LAS AGENCIAS DE VIAJE QUE OPERAN EN CALI Y VALLE DEL CAUCA?

Los resultados permiten indicar, tal como se observa en la Figura No 10, que:

- El 97,2% de las agencias de viaje que operan en la ciudad de Cali, prestaron el servicio de venta de planes turísticos. Mientras en el consolidado departamental, el 97,7% de las agencias de viaje del departamento venden planes turísticos.
- El 48,6% de las agencias entrevistadas en Cali prestaron el servicio de tramites de visado. Mientras en el Valle del Cauca, el 51,6% de las agencias de viaje ofrecen este servicio.
- El 27,9% de las agencias de viaje de Cali ofrecen el servicio de guianza turística, mientras el 25,6% de las agencias de la región ofrecen este servicio.
- El 89,4% de las agencias de viaje de Cali ofrecen el servicio de compra de pasajes aéreos. Mientras en el consolidado departamental, el 90,4% de estas empresas ofrecen la compra de pasajes aéreos dentro de su paquete de servicios.
- Solo el 12,8% de este tipo de establecimientos que operan en Cali ofrecen otro tipo de servicios distintos a los anteriores. Mientras en el consolidado del Valle del Cauca, el 11,9% ofrecen servicios adicionales a los mencionados anteriormente.





**Figura No 10.**  
 Servicios ofrecidos por las agencias de viaje de la ciudad Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).



## AGENCIAS OPERADORAS

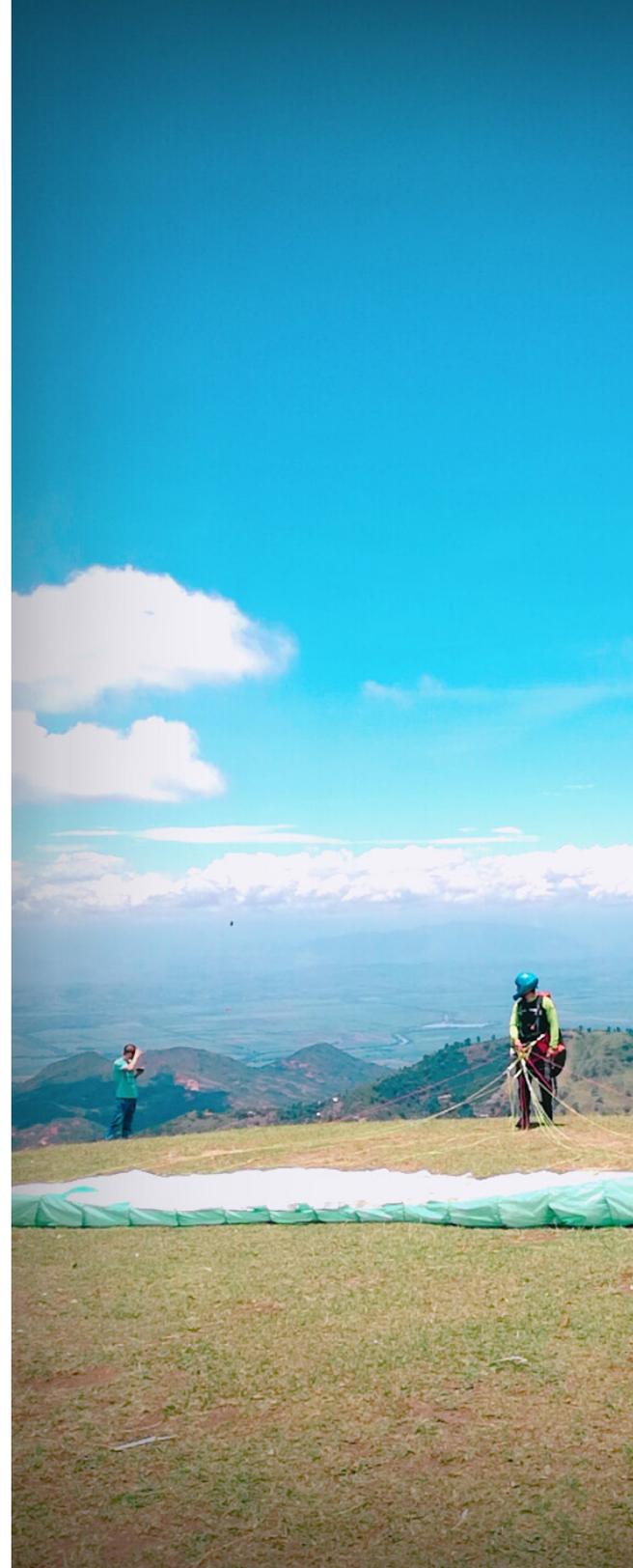


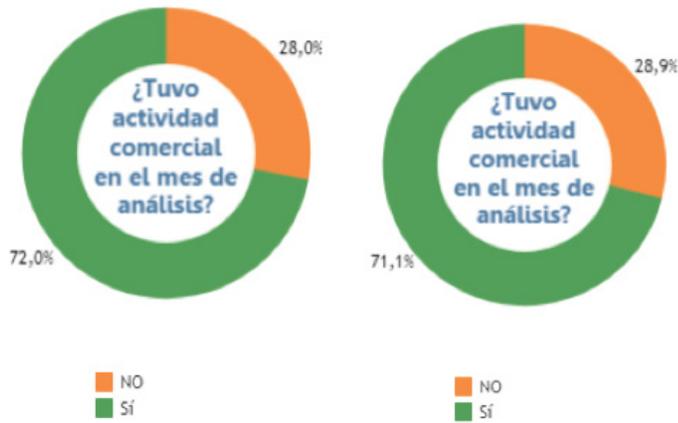
En el mes de septiembre, el 71,05% de las agencias operadoras del Valle del Cauca y el 72% de las ubicadas en Cali operaron en el mes de septiembre (ver Figura No 11).

En el mes de septiembre, el 62,8% de los servicios prestados por las agencias operadoras en la ciudad de Cali fueron recibidos por personas residentes en el Valle del Cauca; el 25,2% fue ofrecido a personas residentes en el resto de Colombia y el 25,2% de estos servicios fue adquirido por visitantes provenientes del extranjero (ver Figura No 12).

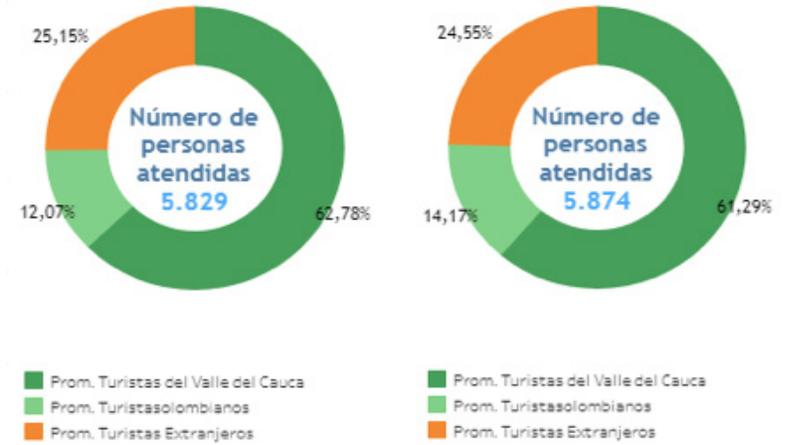
En el consolidado departamental, el 61,29% de los servicios ofrecidos por las agencias operadoras fueron adquiridos por vallunos, el 24,5% por visitantes internacionales y el 14,2% fue comprado por visitantes del resto del país.

Por otro lado, se encontró que el 54,8% de las agencias operadoras de la ciudad de Cali y el 54,05% del Valle del Cauca ofrecen 10 o más tipos de planes turísticos. Tal que el 17,7% de Cali y el 18,92% del Valle del Cauca ofrecen menos de 4 tipos de estos planes, tal como se observa en la Figura No13.



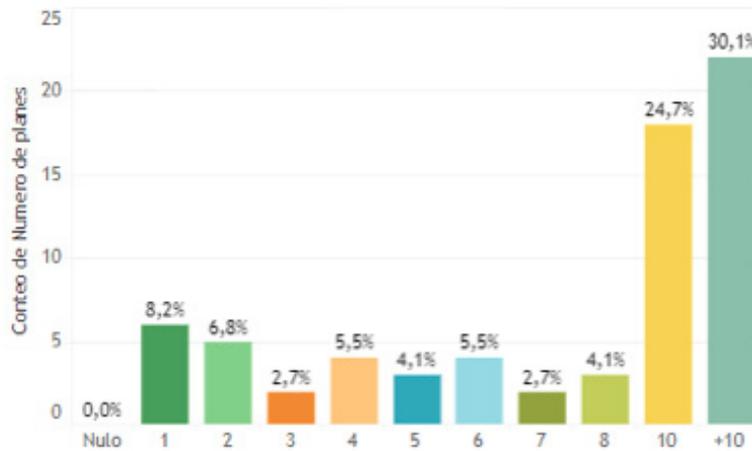


**Figura No 11.**  
Actividad comercial de las operadoras turísticas de la ciudad Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).

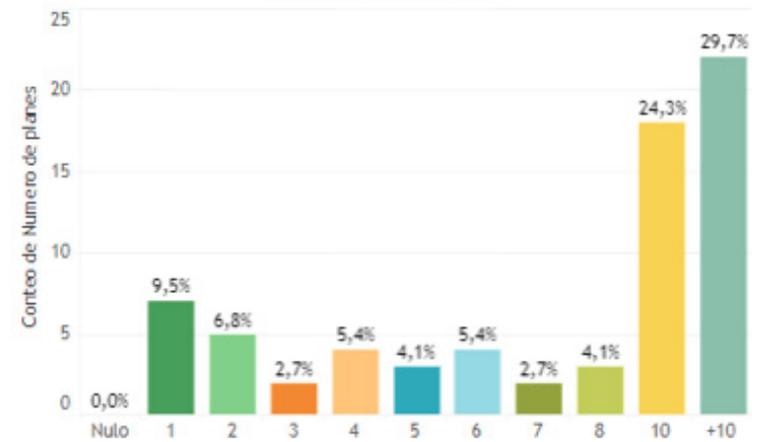


**Figura No 12.**  
Numero personas a las que las agencias operadoras de la ciudad Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha) les prestaron sus servicios

**Número de planes turísticos que ofrecen los establecimientos**



**Número de planes turísticos que ofrecen los establecimientos**

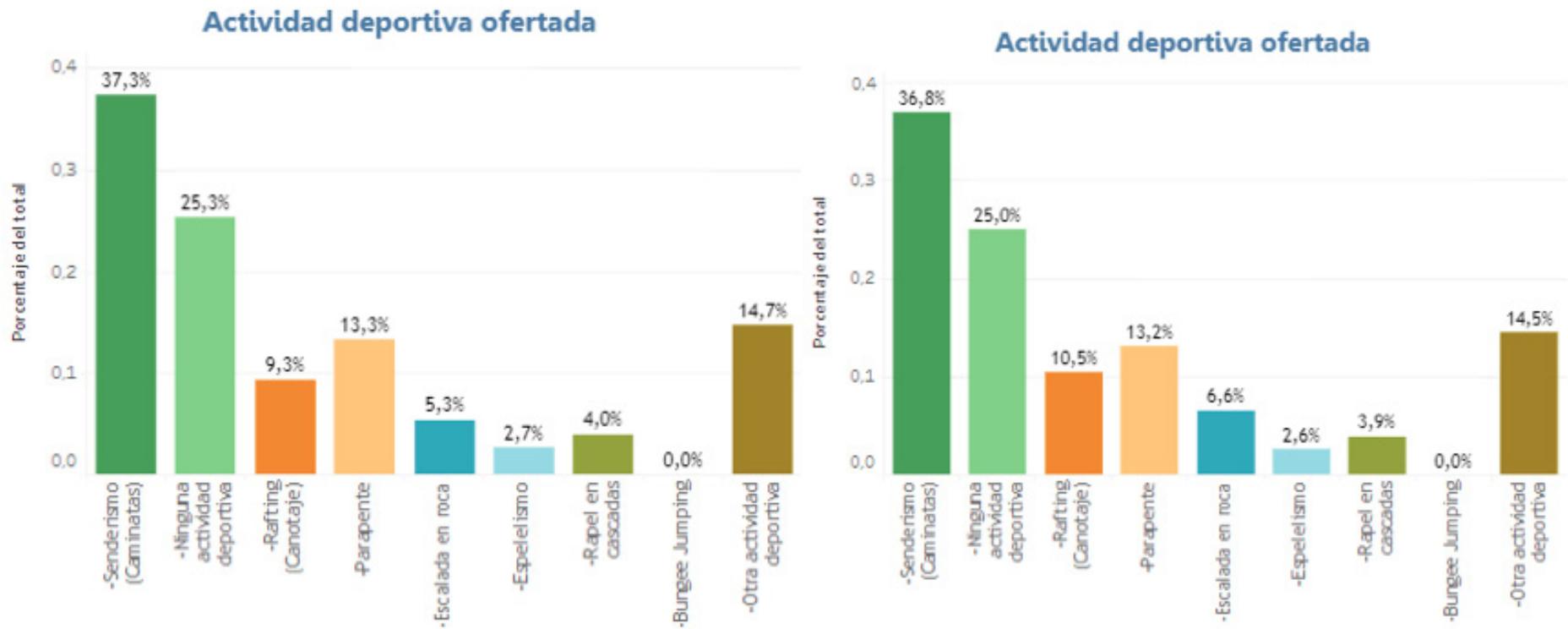


**Figura No 13.**  
Numero planes turísticos ofrecidos por las agencias operadoras de la ciudad Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha)

## TIPO DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS QUE OFRECEN LAS EMPRESAS OPERADORAS DE LA CIUDAD DE CALI Y EN EL VALLE DEL CAUCA (VER FIGURA No 14)

- El 9,3% de las agencias operadoras de Cali prestan servicios de rafting. En el Valle del Cauca, el 10,5% de estas agencias ofrece este tipo de servicios.
- El 2,7% de dichos establecimientos de Cali ofrecen servicio de espelelismo. En el consolidado departamental, el 2,6% de las operadoras ejecutan este tipo de servicio.
- El 4% de las empresas operadoras de Cali prestan el servicio de rappel. A nivel departamental, el 3,9% de las agencias operadoras ofrecen este tipo de actividad turística.
- El 13,3% de las agencias operadoras de Cali comercializan el servicio de parapente. En el Valle del Cauca, el 13,2% de las operadoras ofrecen este servicio.
- El senderismo es una de las actividades deportivas que más ofrecen las empresas operadoras en Cali, ello se debe a que el 37,3% de ellas prestan este servicio. Mientras en el Valle del Cauca el 36,8% de las agencias operadoras ofrecen este servicio.
- El 5,3% de las operadoras de Cali ofrecen el servicio de escalada, mientras el 6,6% de este tipo de establecimientos del departamento ofrecen este servicio.
- El 14,7% de estas empresas ofrecen la operación de otro tipo de actividades deportivas, mientras el 14,5% de las agencias del Valle del Cauca ofrecen servicios adicionales a los mencionados
- El 25,3% de las agencias operadoras de Cali no ofrecen algún servicio de actividad deportiva en especial, mientras en el Valle del Cauca resultan ser el 25%.





**Figura No 14.**

Actividades deportivas ofrecidas por las agencias operadoras de la ciudad Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).

El mercado de las actividades deportivas ofrecidas por las operadoras turísticas en el Valle del Cauca está orientado al senderismo, el parapente y rafting, ello puede deberse principalmente a la riqueza natural de la región y a la existencia de zonas propicias para la realización de las últimas actividades. Por ello, este es un segmento de mercado que puede ser explotado en mayor medida en tanto se visibilicen los atractivos del turismo de aventura existentes en la región tanto a turistas locales como nacionales e internacionales.



## PROVISIÓN DE ALIMENTOS



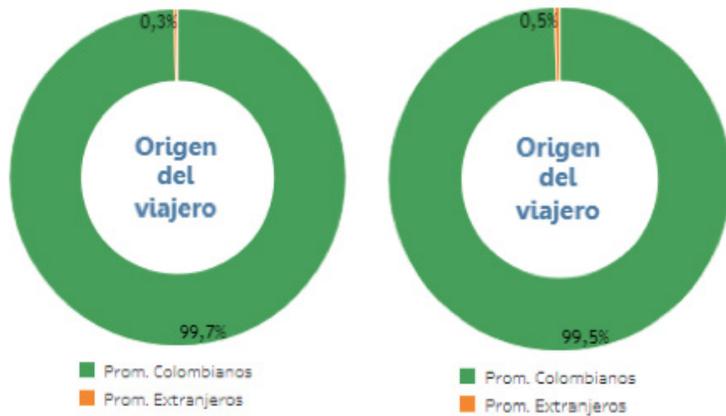
En el mes de septiembre, los establecimientos gastronómicos encuestados del Valle del Cauca contaron con 1.828 mesas disponibles para la atención de sus clientes y 6.174 asientos, tal que el 76,2% y el 76,8% de las mismas, respectivamente, se encuentran en la ciudad de Cali. En estos restaurantes, en promedio, el 99,7% de los clientes atendidos por en la ciudad de Cali fueron residentes de la región, al igual que el resultado obtenido a nivel del Valle del Cauca, donde se observó que el 99,52% de los comensales atendidos fueron de origen valluno (ver Figura No 15).

El 68,6% de los restaurantes de Cali sirven principalmente platos de comida, mientras el 31,4% restante sirven unidades de comida (ver Figura No 16). En cuanto a los primeros, puede decirse que el aprovechamiento de su capacidad instalada fue del 4,4%, mientras los segundos alcanzaron un aprovechamiento del 3,1% (ver Figura No 17). Durante dicho mes, los primeros manejaron una tarifa promedio de \$ 23.650 pesos para el plato más vendido, mientras los segundos comercializaron en promedio alrededor de presentaron una tarifa media de \$17.127 pesos para la unidad de comida más vendida durante el periodo bajo análisis (ver Figura No 18). Esto indica que los servicios gastronómicos que hubieran podido servir los establecimientos gastronómicos con la mano de obra con la que contaron resultaron ser mayores en gran medida a los efectivamente vendidos.

En el consolidado departamental, el 75% de los establecimientos de provisión de alimentos ofrecen platos de comida, mientras el 25% restante trabajan con unidades de comida (ver Figura No 16). En cuanto a los primeros, puede decirse que el aprovechamiento de su capacidad instalada fue del 4,15%, mientras los segundos alcanzaron

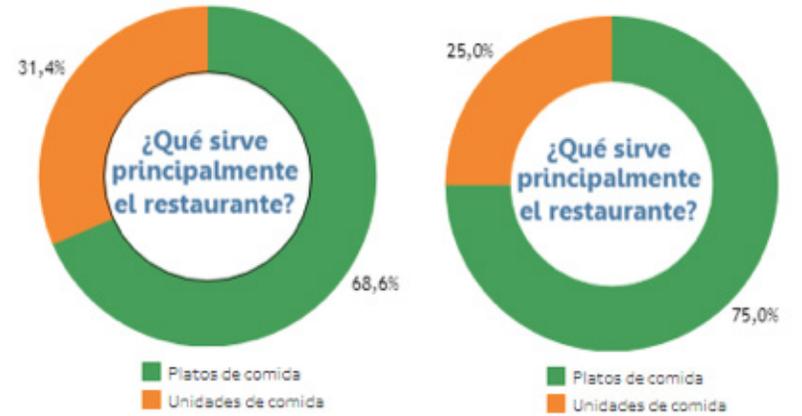


un aprovechamiento del 3,07% (ver Figura No 17.1). Además, en cuanto a los precios, se observa que el valor del plato más vendido por los restaurantes en el Valle del Cauca fue de \$17.000 pesos, mientras la tarifa de la unidad de comida más vendida fue de \$15.407 pesos (ver Figura No 18).



**Figura No 15.**

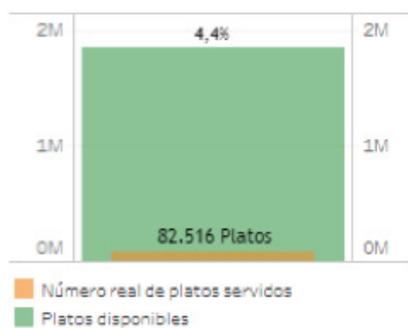
Origen de los viajeros atendidos por las empresas de provisión de alimentos de la ciudad Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).



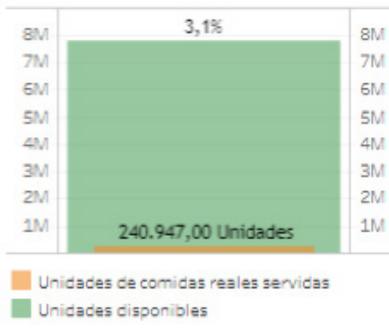
**Figura No 16.**

Tipo de servicio ofrecido por los establecimientos de provisión de alimentos.

**Capacidad utilizada en platos de comida**



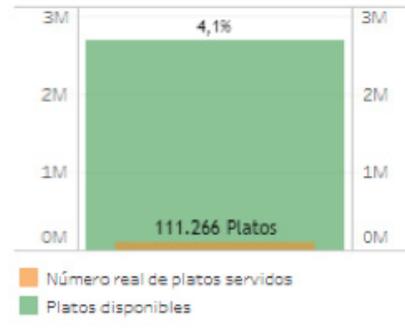
**Capacidad utilizada en unidades de comida**



**Figura No 17.**

Aprovechamiento de la capacidad instalada de las empresas de provisión de alimentos en la ciudad de Cali.

**Capacidad utilizada en platos de comida**



**Capacidad utilizada en unidades de comida**



**Figura No 17.1.**

Aprovechamiento de la capacidad instalada de las empresas de provisión de alimentos en el Valle del Cauca.





**Figura No 18.**

Tarifa promedio del plato y unidad de comida más vendida por los restaurantes de Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).

## Especialidad

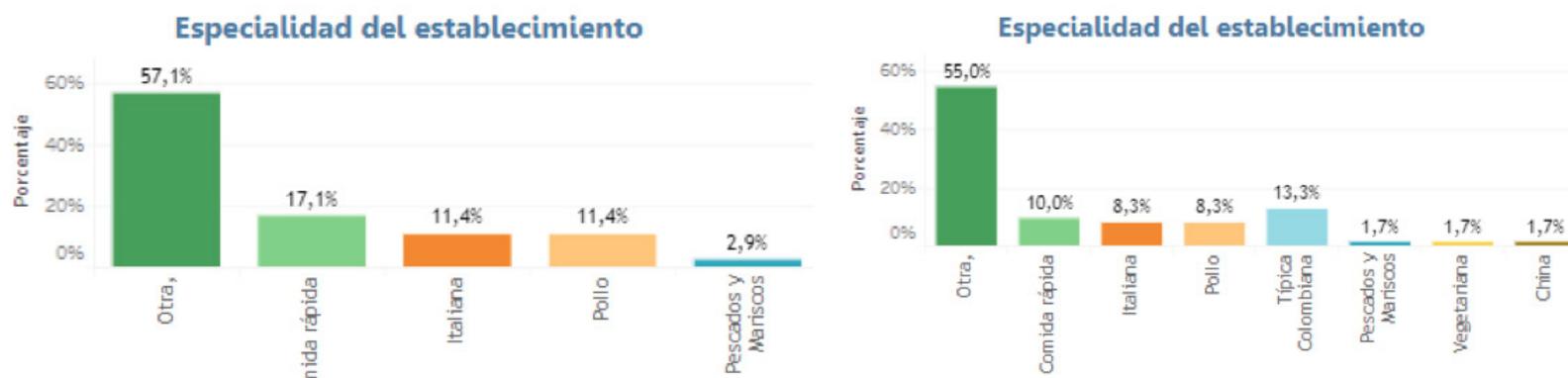
De los establecimientos de provisión de alimentos que operan en Cali, el 17,1% tienen como especialidad la venta de comida rápida, los cuales presentaron una tarifa promedio de \$19.667 pesos en el mes de septiembre; estos son seguidos por aquellos que se especializan en la preparación de comida italiana (11,4%) y en la venta de pollo (11,4%) (ver Figura No 19) que alcanzaron una tarifa promedio de \$23.925 pesos y \$21.725 pesos (ver Figura No 20), respectivamente. Solo el 2,9% tiene como especialidad la preparación de pescados y mariscos, los cuales presentaron una tarifa promedio de \$37.000 pesos en sus servicios de comida más vendidos durante el periodo bajo análisis. Además, cabe destacar que el 57% de los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Cali presentan otro tipo de especialidad a las mencionadas anteriormente, como los que pueden observarse en la Figura No 21, cuyos servicios de comida más vendidos durante el mes tuvieron un valor de \$22.021 pesos.

A nivel Valle del Cauca, el 13,3% se especializa en la preparación de comida típica colombiana con una tarifa promedio de \$7.714 pesos; el 10% tienen como especialidad la venta de comida rápida con una tarifa promedio de \$19.666 pesos; el 16,66% se especializa en la preparación de pollo o comida italiana con una

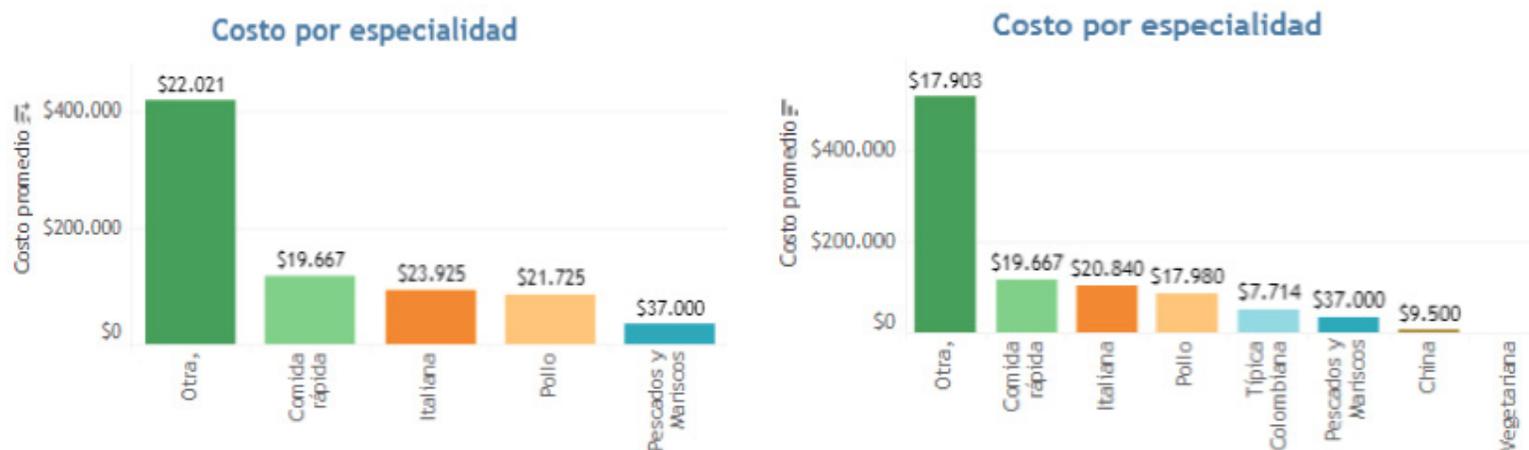




tarifa promedio de \$17.980 pesos y \$20.840 pesos, respectivamente; el 3,3% se especializa en la preparación de comida china o pescados y mariscos, los cuales trabajaron con una tarifa promedio de \$9.500 pesos y \$37.000 pesos, de forma respectiva. Tal como sucede en Cali, en el Valle del Cauca predominan los establecimientos gastronómicos con una especialidad diferente a la mencionada (55%), como pueden observarse en la Figura No21, los cuales vendieron sus servicios de comida más demandados con una tarifa promedio \$17.903 pesos.



**Figura No 19.** Especialidad de los restaurantes de Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).



**Figura No 20.** Especialidad de los restaurantes de Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).



### Otras especialidades



### Otras especialidades



**Figura No 21.**

Otras especialidades ofrecidas por los restaurantes de Cali (izquierda) y Valle del Cauca (derecha).







Las fotografías utilizadas para  
la realización de este informe  
fueron recopiladas de:

**@bitacora.de.viajes**



