



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

Abril 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 Roza, 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, así como el alojamiento utilizado, y finalmente determinar el transporte utilizado y tipo de alojamiento.





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 lo 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; 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 puede tener sobre el sector en análisis.



Precios y tasas de interés

Tras culminar el año 2016 con una tasa de inflación anual del 5,75%, por encima del límite superior del rango meta de inflación planteado por el Banco de la República, puede indicarse que durante el primer trimestre del año la economía nacional presentó una reducción de 1,06 puntos porcentuales en la inflación anual al mes de marzo (4,69%). Esto es obtenido, entre otras cosas, gracias a que la inflación año corrido a dicho mes resulta ser inferior en 50 puntos básicos al resultado alcanzado durante el mismo periodo en el año anterior. Por su parte, la ciudad de Cali presentó una tasa de inflación del 4,14% en el mes de marzo, no solo inferior al indicador exhibido por la economía nacional sino también al de otras ciudades principales como Bogotá (4,73%), Medellín (5,65%) y Bucaramanga (4,61%). Por lo anterior, se evidencia un menor detrimento del poder adquisitivo de los hogares que habitan la ciudad y de sus visitantes, nacionales y extranjeros, en comparación al resultado de aquellas ciudades. Además, puede decirse que esta reducción progresiva de la inflación se debe al menor impacto de los choques de oferta, principalmente de alimentos y a la reducción de las expectativas de inflación de corto y mediano plazo, lo cual fue considerado por la Junta directiva del Banco de la República para reducir la Tasa de Intervención de forma acompasada durante el año hasta alcanzar al mes de marzo un valor del 6,50%, inferior en 1 punto porcentual a la tasa que rigió en el último mes del año anterior. Ello, no solo pretende incentivar el crecimiento de la demanda a través de una política monetaria expansiva sino también revertir el comportamiento decreciente de la confianza del consumidor.





● Tipo de cambio

Para el mes de marzo, el tipo de cambio promedio fue de \$2.942 peso/dólar levemente por encima del promedio de los primeros dos meses del año, pero un 6,4% inferior a la cotización promedio alcanzada en el mismo periodo del año anterior. De esto puede decirse que, aunque se mantenga un peso devaluado con respecto al dólar, se reduce el impacto del efecto pass-through de la tasa de cambio nominal al índice de precios al consumidor, especialmente a través de la estructura de costos de los empresarios que demandan insumos importados y la demanda de bienes de consumo de la misma índole.

● Nivel de actividad económica

Durante el primer trimestre del año, el nivel de actividad económica de Colombia alcanzó un crecimiento del 1,1%, el cual presenta una fuerte desaceleración en comparación al resultado del mismo periodo del año anterior, en el que la economía alcanzó un incremento porcentual del 2,7%.

Por ello, puede evidenciarse que solo cuatro de las nueve grandes ramas de la actividad productiva del país tuvieron un desempeño superior al de la economía nacional. En este periodo, el sector de mayor crecimiento resultó ser el de "Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca" al alcanzar una tasa de crecimiento anual del 7,7%. Por su parte, a pesar de que el sector "Hoteles, restaurantes, bares y similares" se contrajo un 1,35% en comparación al primer trimestre de 2016, este representó el 3% del PIB y el 23% del macro sector "Comercio, reparación, restaurantes y hoteles" durante este periodo. Mientras a nivel departamental, según estimaciones del Indicador Mensual de la Actividad Económica (IMAE), la economía del Valle del Cauca creció alrededor del 2,7% durante el primer trimestre en comparación al año anterior, lo cual resultó ser superior al desempeño alcanzado por la economía nacional.

De lo anterior puede afirmarse que, a lo largo del presente año, se evidencia un mejoramiento en el poder adquisitivo de la moneda debido a la reducción progresiva de la presión de la inflación sobre el presupuesto nominal de los hogares colombianos. Ello, en conjunto con el estímulo que el Banco de la República espera generar en la demanda interna a través de la reducción pausada de la tasa de intervención, puede presentarse una fase de crecimiento superior a la observada hasta ahora, en la cual la economía nacional ha estado expuesta a diversos aunque cada vez menos fuertes choques de exógenos, tales como el aumento de los precios de los alimentos derivado de los efectos del fenómeno del niño, la reducción en el ingreso de divisas al país como resultado de la reducción en los precios del petróleo, el aumento del costo de los bienes y servicios importados, y la indexación de precios como resultado de unas expectativas de inflación desancladas de la meta de inflación objetivo.



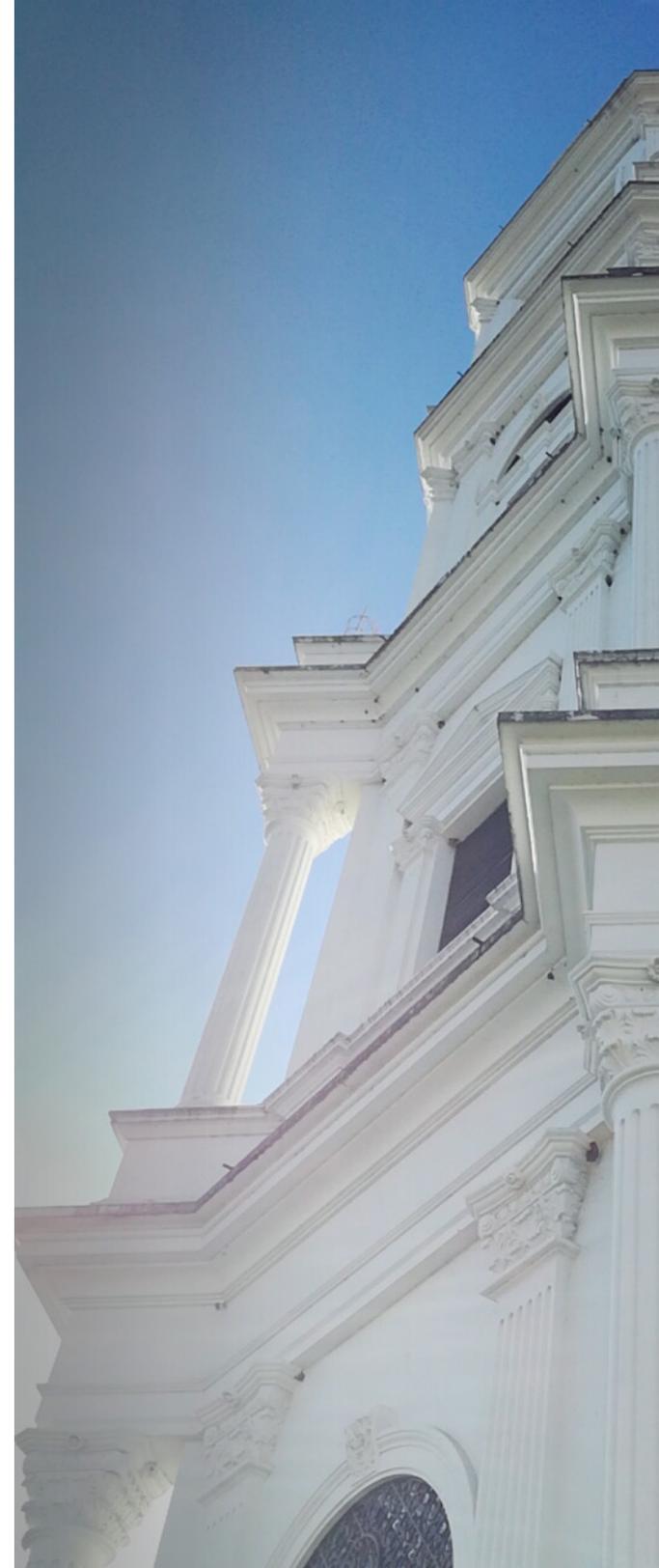


EL SECTOR TURÍSTICO



Una vez considerado el contexto en el que se encuentra la economía Colombia es posible analizar el estado del sector turístico, tanto a nivel nacional como a nivel departamental, en este caso del Valle del Cauca. En primer lugar, es posible afirmar que en el año 2016, tal como se observa en el Barómetro del turismo mundial de la OMT, se evidencia un crecimiento en los gastos en la demanda de turismo mundial, especialmente de los principales mercados de salida, siendo estos: China, EE. UU, Alemania y Reino Unido. De esta forma, y como resultado de lo anterior, Colombia tuvo un crecimiento de dos dígitos en la recepción de turistas en el año 2016 (11%), lo cual fue favorecido por la fuerte devaluación del peso y el proceso de paz en curso. De igual forma, según la OMT, se espera que para el año 2017, se incremente en un 3% o 4% la llegada de turistas en comparación al desempeño del año 2016, según la actual tendencia que sigue esta actividad.

En el mes de marzo del presente año, según Migración Colombia, el 74,5% de los visitantes extranjeros que arribaron al país tuvieron como motivo principal de visita hacer turismo, el 13% vinieron a realizar una visita temporal y solo el 0,22% vinieron por algún tipo de negocios. En este mismo periodo, el 18% fueron de origen estadounidense, seguido por aquellos provenientes de Venezuela (16%) y por los visitantes de Argentina (8%). A pesar de que nuestro principal grupo de visitantes son oriundos de uno de los países que presentó mayor crecimiento en el nivel de gasto destinado al turismo, también han arribado turistas de Alemania (2,7%), Reino Unido (1,8%) y China (0,6%), que se encuentran en el conjunto mencionado anteriormente.





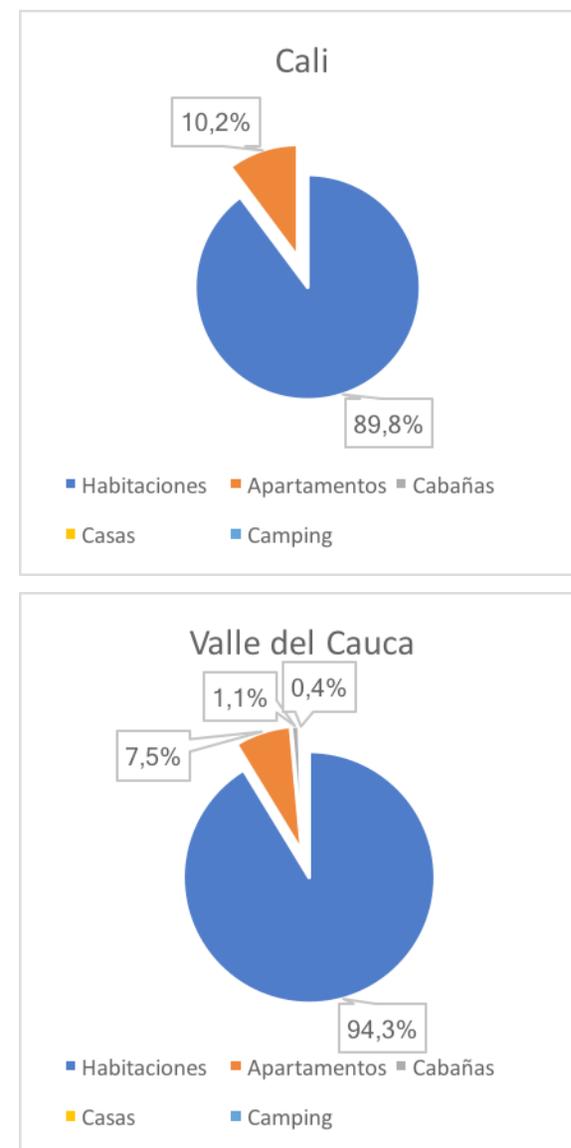
Durante el primer trimestre del año, el Valle del Cauca fue el cuarto departamento que más recibió visitantes extranjeros, Mientras Cali fue la cuarta ciudad del país que más fue visitada por estos turistas. De este modo, al Valle del Cauca llegaron 15.427 turistas internacionales en el mes de marzo, un 4,6% superior al recibido en el mismo periodo del año anterior, lo cual representó el 6,24% del total visitantes extranjeros que llegaron al país (247.198). Por su parte, Cali recibió el 5,78% de aquellos visitantes, un 4,2% mayor que el año anterior, y absorbió 92,7% del total de turistas internacionales que visitaron el departamento. Además de lo anterior, en el mes de marzo, el aeropuerto Alfonso Boinilla Aragón movilizó un total de 62.145 viajeros (entradas y salidas), en el que el 72% de los mismos fueron colombianos y el 28% restante fueron extranjeros. Una vez expuesto un contexto del estado de la economía y del sector turismo a nivel nacional, departamental y municipal, es posible analizar los resultados derivados del levantamiento de información de los prestadores de servicios turísticos encuestados en Cali y Valle del Cauca con el fin de caracterizar su perfil, tipo de servicios que prestan, su desempeño económico y su capacidad para generar empleo, tal como se realiza a continuación:

ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE



De los 281 establecimientos encuestados en la región, el 64,1% de ellos se ubica en la ciudad de Cali y el 35,9% en el resto del Valle del Cauca. El 94,3% de los establecimientos que prestan servicios de hospedaje en la región cuentan con habitaciones como modalidad de alojamiento, el 7,5% con apartamentos, el 1,1% ofrecen cabañas, y el 0,4% cuenta con casas (ver Figura No1). En orden de caracterizar su desempeño, puede decirse que en el mes de marzo la tasa de ocupación general de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la región fue del 45,6% con una tarifa promedio de \$87.608 pesos. A nivel desagregado, es posible indicar que los establecimientos encuestados que hacen parte de la categoría apartahotel fueron aquellos que presentaron la mayor tasa de ocupación durante el mes de marzo, pues alcanzaron una tasa media del 66,9%. Los hostales, por su parte, presentaron una ocupación promedio del 50,2%; los hoteles, una tasa de ocupación promedio del 45,7% y los apartamentos una tasa media del 42,4%. El desempeño de estos establecimientos fue seguido por el de los alojamientos rurales (20,8%) y los hostales campestres (18,6%).

Figura No 1. Distribución de establecimientos de hospedaje por modalidad de alojamiento en Cali y Valle del Cauca en el mes de marzo de 2017





En la ciudad de Cali, el 89% de los establecimientos de alojamiento y hospedaje ofrecen habitaciones como modalidad de alojamiento, mientras el 10,2% restante ofrece apartamentos (ver Figura No 1). De su desempeño, puede afirmarse que los apartahoteles alcanzaron una tasa de ocupación media del 60,7%, los hoteles una tasa de ocupación promedio del 52%, hostales una tasa media del 50,2% y los apartamentos una tasa del 42,4% (ver Figura No 2). Por su parte, en el resto del Valle, de los establecimientos encuestados, el 94,2% ofrecen habitaciones como servicio de alojamiento, el 1,9% apartamentos, el 2,9% cabañas y el 1% restante ofrecen servicio de camping como modalidad de alojamiento. En cuanto al desempeño de la actividad comercial de los establecimientos encuestados en el resto del Valle del Cauca puede decirse que aquellos que prestan servicios de alojamiento rural alcanzaron en promedio una tasa de ocupación del 20,8%, apartahoteles una tasa media del 33,5%, los hostales campestres una ocupación promedio del 18,6% y los hoteles una ocupación media del 32,5% (ver Figura No 2).

En términos generales, puede decirse que el desempeño de los establecimientos de alojamiento y hospedaje que operan en la ciudad de Cali, a nivel general, alcanzaron una la tasa de ocupación promedio del 52,5% con una tarifa promedio de \$126.297 pesos, mientras la tasa de ocupación promedio para los establecimientos encuestados en el resto del Valle del Cauca fue del 31,5% con una tarifa promedio de \$18.741 pesos (ver Figura No3). Como dato interesante, puede indicarse que el 61,5% de los huéspedes que estuvieron alojados en el Valle del Cauca durante el mes de marzo no fueron provenientes de la región, mientras para Cali fue del 64,6%. Ello indica que el departamento resultó ser un destino llamativo para los visitantes, sea extranjeros o de otras zonas de colombiana, tanto para el turismo de negocios como vacacional durante el mes de marzo, en comparación al flujo de turistas provenientes de la región.



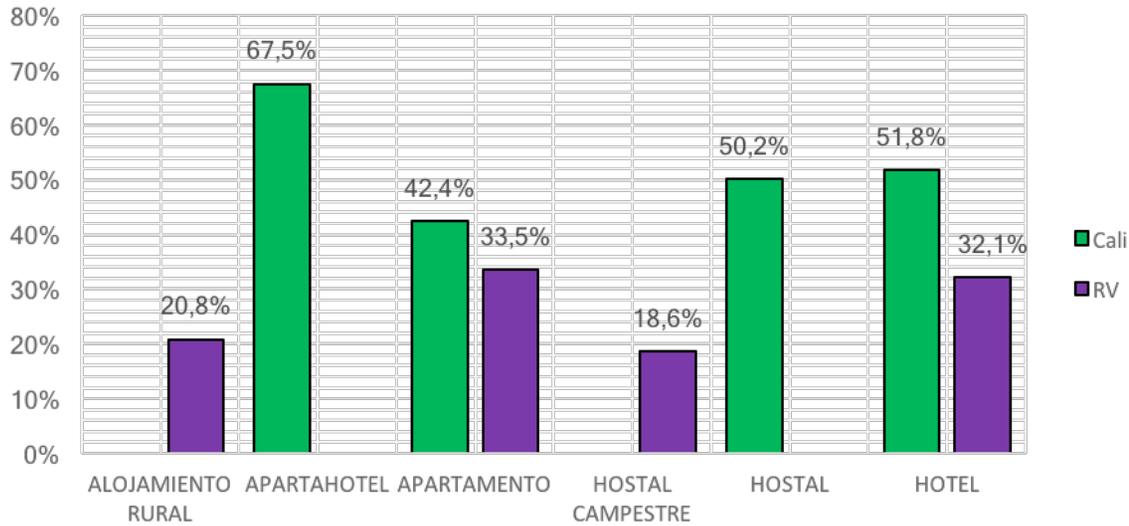
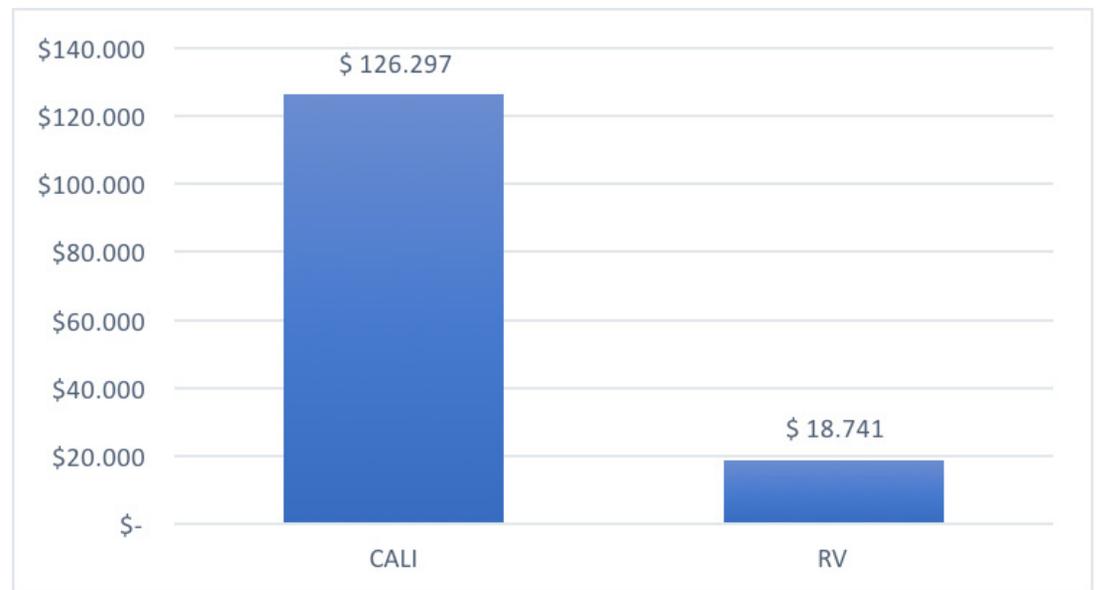


Figura No2. Tasa de ocupación de los establecimientos de hospedaje, por modalidad de alojamiento, en Cali y en el resto del Valle del Cauca (RV) en el mes de marzo de 2017.

Figura No3. Tarifa promedio de los establecimientos de hospedaje y alojamiento en Cali y en el resto del Valle del Cauca (RV) en el mes de marzo de 2017.





AGENCIAS DE VIAJES



En el mes de marzo, el 57,8% 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 27,2% de estos planes fueron adquiridos por nacionales no residentes en la región, y el 14,5% restante fue vendido a visitantes internacionales (ver Figura No 4.1).

Por su parte, para las agencias de viaje encuestadas que operan en el resto del Valle del Cauca, el 67,4% de los planes turísticos ofrecidos fueron adquiridos por residentes de la región, el 16,3% de los paquetes fueron adquiridos por residentes del resto del país, y el 16,3% restante fue comprado por turistas internacionales. En el consolidado departamental, puede decirse que el 58,7% de los planes turísticos con destino Valle del Cauca fueron comprados por vallecaucanos, el 25,5% fue adquirido por nacionales y el 14,2% por visitantes internacionales (ver Figura No 4).





Figura No 4. Distribución de planes turísticos vendidos por las agencias de viajes del Valle del Cauca por origen de visitantes.

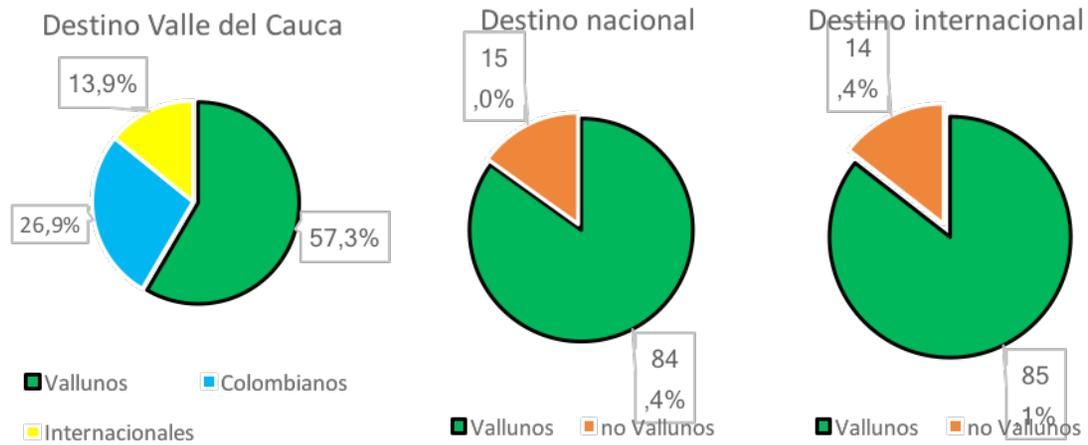


Figura No 4.1. Distribución de planes turísticos vendidos por las agencias de viajes de Cali por origen de visitantes.



Por otro lado, el 85% 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 15% 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 No4.1). Es posible observar que el comportamiento de los paquetes comercializados con destino nacional e internacional por las agencias de viaje que operan en Cali presentan un desempeño similar pues, en el mes de marzo, el 85% de dichos planes fueron adquiridos por vallunos mientras que aproximadamente el 15% fue comprado por personas no residentes de la región (ver Figura No4.1). De igual forma, los paquetes con destino internacional ofrecidos por agencias encuestadas del resto del Valle del Cauca fueron adquiridos en mayor medida por residentes de la región, representando el 81,4% de los planes vendidos, mientras el 18,6% restante fueron ofrecidos a personas no residentes (nacionales o extranjeros).

En el consolidado departamental, puede indicarse que el 85,4% de los paquetes turísticos con destino nacional vendidos por las agencias del Valle del Cauca fueron adquiridas por vallunos, mientras el 14,1% restante fue comprado por personas no residentes de la región. De igual forma, el 84,5% de los planes turísticos internacionales fueron comercializados a personas residentes, mientras el 15,1% fue adquirido por no residentes (ver Figura No4).

¿Qué tipo de servicios prestan las agencias de viaje que operan en la ciudad de Cali?

Los resultados permiten indicar que (ver Figura 5):

El 97,6% de las agencias de viaje que operan en la ciudad de Cali, prestaron el servicio de venta de planes turísticos. Mientras el 100% de las agencias encuestadas que operan en el resto del Valle del Cauca ofrecen este servicio. En el consolidado departamental, el 98.1% de las agencias de viaje del departamento venden planes turísticos.

El 52,4% de las agencias entrevistadas en Cali prestaron el servicio de tramites de visado. Por su parte, el 54% de las agencias encuestadas del resto del Valle ofrecen este servicio. En el consolidado departamental, el 52,7% de las agencias de viaje del Valle del Cauca ofrecen este servicio.



El 39,2% de las agencias de viaje de Cali ofrecen el servicio de guianza turística, mientras solo el 10% de las agencias encuestadas del resto de la región ofrecen este servicio. Por otro lado, puede decirse que el 33.6% de las agencias de viaje del Valle del Cauca ofrecen este servicio de guianza turística.

El 86,3% de las agencias de viaje de Cali ofrecen el servicio de compra de pasajes aéreos. Por su parte, el 90% de las agencias de viaje encuestadas del resto del Valle del Cauca ofertan este servicio. En el consolidado departamental, el 87% de estas empresas ofrecen la compra de pasajes aéreos dentro de su paquete de servicios.

Solo el 3,3% de estos establecimientos que operan en Cali ofrecen otro tipo de servicios distintos a los anteriores. Mientras que el 8% de las que fueron encuestadas en el resto de la región ofrecen otros servicios distintos de los anteriores. En el consolidado del Valle del Cauca, el 4,2% de las agencias de viaje ofrecen servicios adicionales a los mencionados.

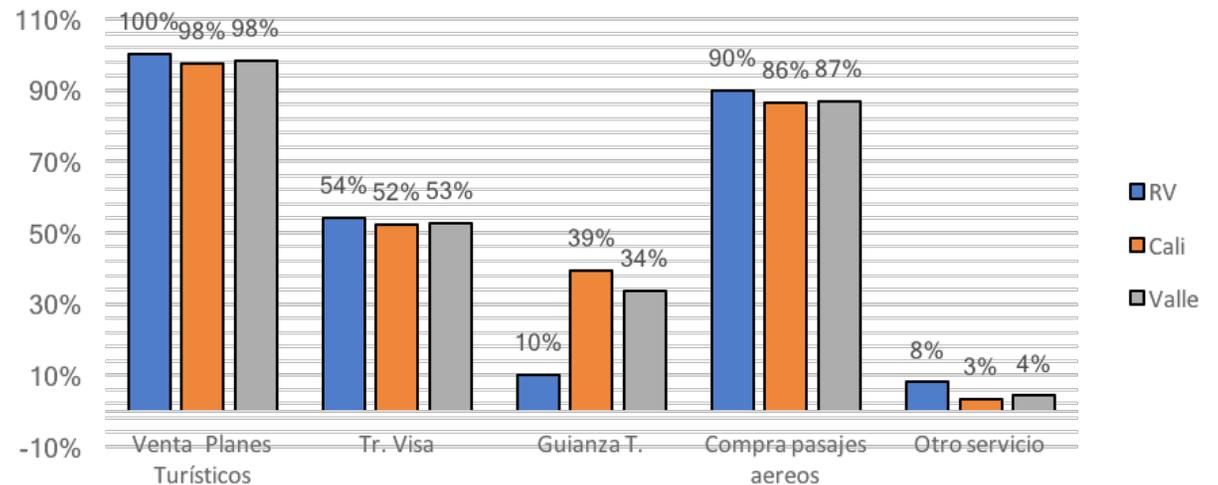


Figura No 5. Porcentaje de agencias de viaje en Cali, resto del Valle y consolidado Valle del Cauca que ofrecen determinados servicios.



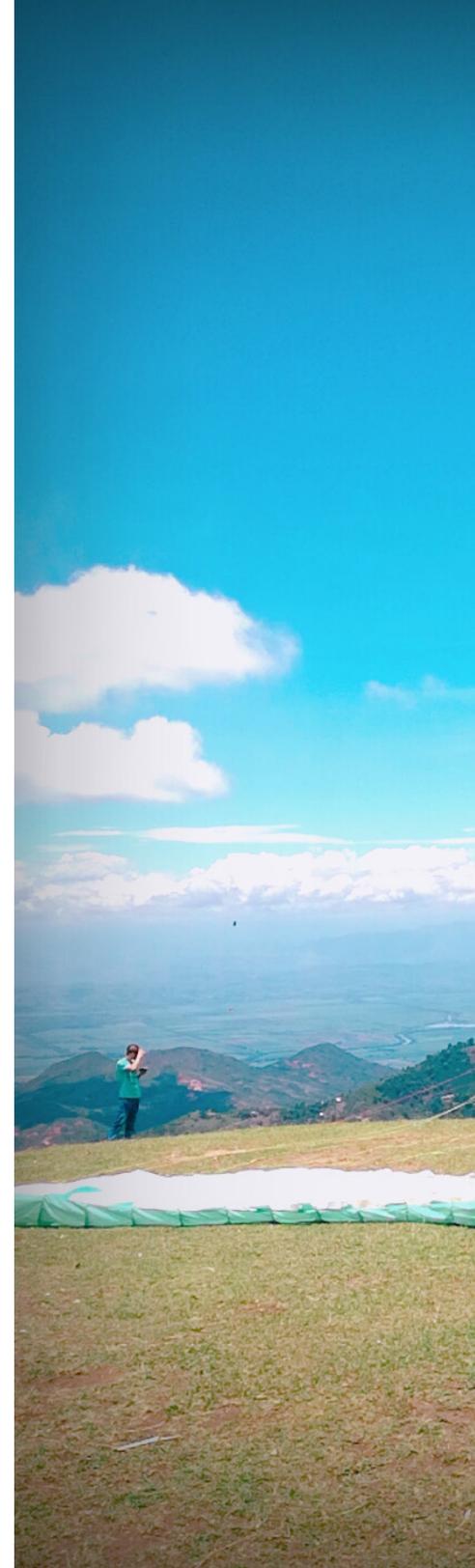




AGENCIAS DE OPERADORAS



En el mes de marzo, el 61,6% de los servicios prestados por las agencias operadoras en la ciudad de Cali fueron recibidos por personas residentes en el Valle del Cauca; el 18,9% fue ofrecido a personas residentes en el resto de Colombia y el 19,3% de estos servicios fue adquirido por visitantes provenientes del extranjero. Lo anterior indica que, aunque en su mayor proporción los vallunos adquirieron los servicios de las operadoras de Cali en el mes de marzo, los turistas extranjeros superaron la demanda de los visitantes nacionales en un 0,4 puntos porcentuales (ver Figura No 6). Por otro lado, para las agencias operadoras encuestadas del resto de la región, estas proporciones resultaron ser distintas durante el mismo periodo de análisis, pues el 46% de los servicios ofrecidos fueron adquiridos por vallunos, el 25,3% fueron adquiridos por colombianos no residentes del Valle del Cauca y el 28,3% restante fueron adquiridos por visitantes extranjeros. En el Valle del Cauca, en el consolidado departamental, el 58,65% de los servicios ofrecidos por las agencias operadoras fueron adquiridos por vallunos, el 20,3% fue recibido por visitantes internacionales y aproximadamente el 20% fue comprado por visitantes del resto del país (ver Figura No 6).





Por otro lado, se encontró que el 21,1% de las empresas operadoras encuestadas en la ciudad de Cali no ofrece planes turísticos, es decir, no ejecutan la comercialización de algún conjunto de servicios asociados a su actividad económica. Sin embargo, el 10,5% de dichos establecimientos ofrecen un plan turístico que involucra un conjunto de servicios complementarios, mientras el 68,4% de las agencias operadoras de la ciudad ofrecen entre 2 y 50 planes paquetes turísticos. Para el Valle del Cauca, el 38% de las agencias operadoras encuestadas ofrecen entre cero y dos planes plan turístico (ver Figura No7).

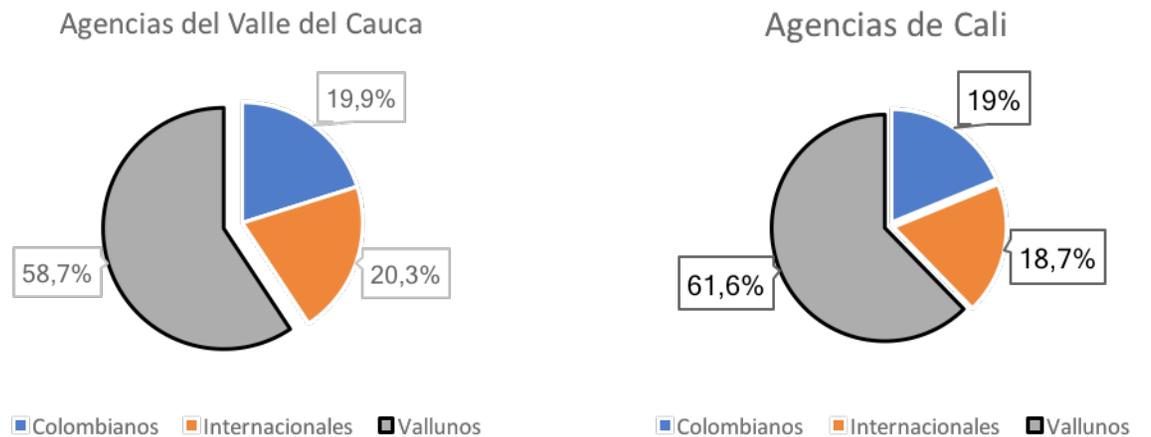
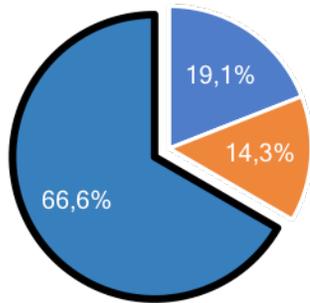


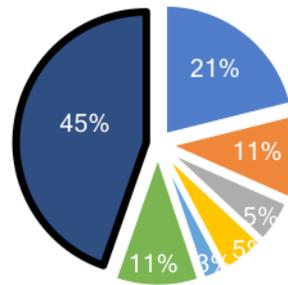
Figura No 6. Servicios prestados por las agencias operadoras de Cali y Valle del Cauca por origen de los turistas.

Valle del Cauca



■ 0 ■ 1 ■ Mas de 5

Cali



■ 0 ■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ Mas de 5

Figura No7. Porcentaje de Agencias Operadoras que ofrecen determinados planes turísticos en Cali y Valle del Cauca.

¿Qué tipo de actividades deportivas ofrecen las empresas operadoras encuestadas en la ciudad de Cali y en el Valle del Cauca? (ver Figura No8)

- El 5,1% de las agencias operadoras de Cali prestan servicios de rafting. En el Valle del Cauca, el 4,8% de estas agencias ofrece este tipo de servicios.
- El 2,6% de dichos establecimientos de Cali ofrecen servicio de espelelismo. En el consolidado departamental, el 2,4% de las operadoras ejecutan este tipo de servicio.
- El 5,1% de las empresas operadoras de Cali prestan el servicio de rappel. A nivel departamental, el 4,8% de las agencias operadoras ofrecen este tipo de actividad turística.
- El 15% de las agencias operadoras de Cali comercializan el servicio de parapente. En el Valle del Cauca, el 16,7% 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 43,6% de ellas prestan este servicio. Mientras en el Valle del Cauca el 42,9% de las agencias operadoras ofrecen este servicio.

El 5,2% de las operadoras de Cali ofrecen el servicio de escalada y bugge, porcentaje que coincide con el consolidado departamental.

El 2,6% de estas empresas ofrecen la operación de otro tipo de actividades deportivas como el buceo, mientras el 2,4% de las agencias operadoras del Valle del Cauca ofrecen este tipo de actividad deportiva.

De lo anterior puede afirmarse que el 51,3% de las agencias operadoras de Cali no ofrecen algún servicio de actividad deportiva en especial, mientras en el Valle del Cauca resultan ser el 50% (ver Figura No 8.1). Por su parte, en el resto del Valle del Cauca, el 25% de las encuestadas ofrecen el servicio de parapente como actividad deportiva al igual que para el senderismo, mientras el 50% de las encuestadas aseguraron no ofrecer ningún tipo servicio de actividad deportiva. Lo anterior puede indicar que este es un mercado que no está siendo explotado en gran medida, sea por falta de conocimiento en el tema o por la debilidad de la demanda de este tipo de servicios que genera pocos incentivos para impulsar este tipo de actividad turística.





Parapente
310 4719248
Vuelo libre Baldanillo

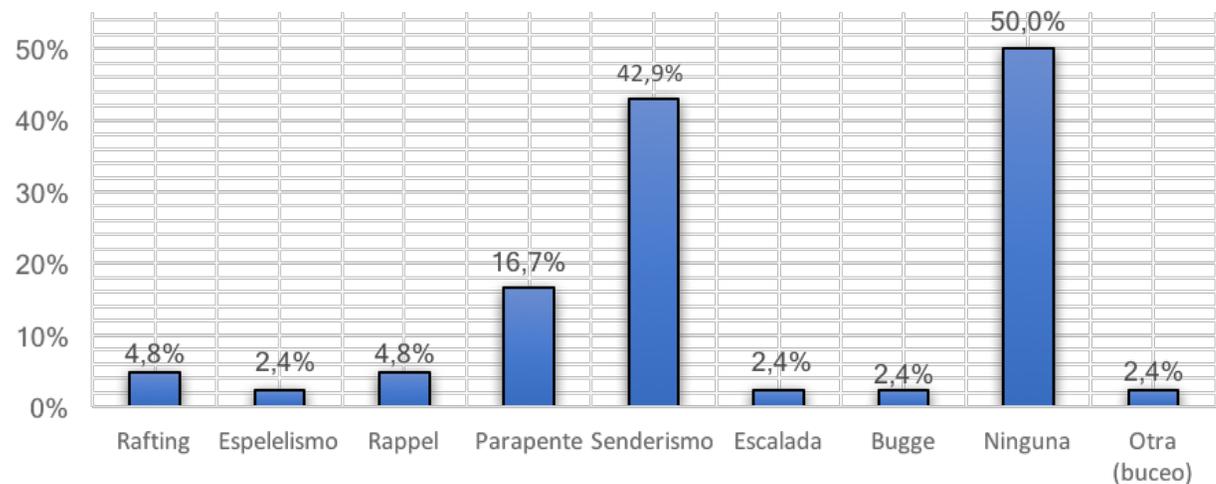


Figura No8. Porcentaje de agencias operadoras del Valle del Cauca que ofrecen actividades deportivas.

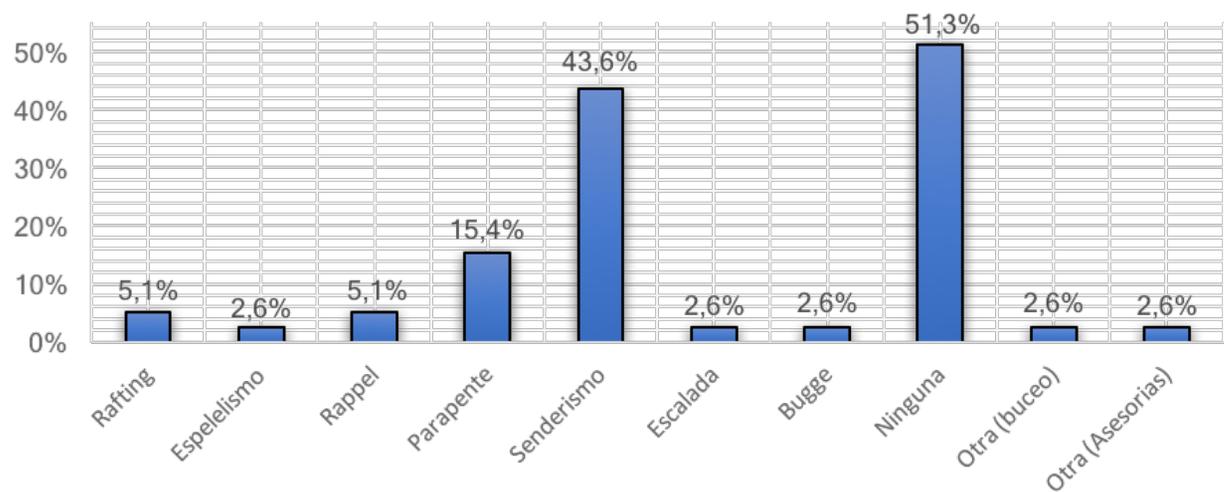


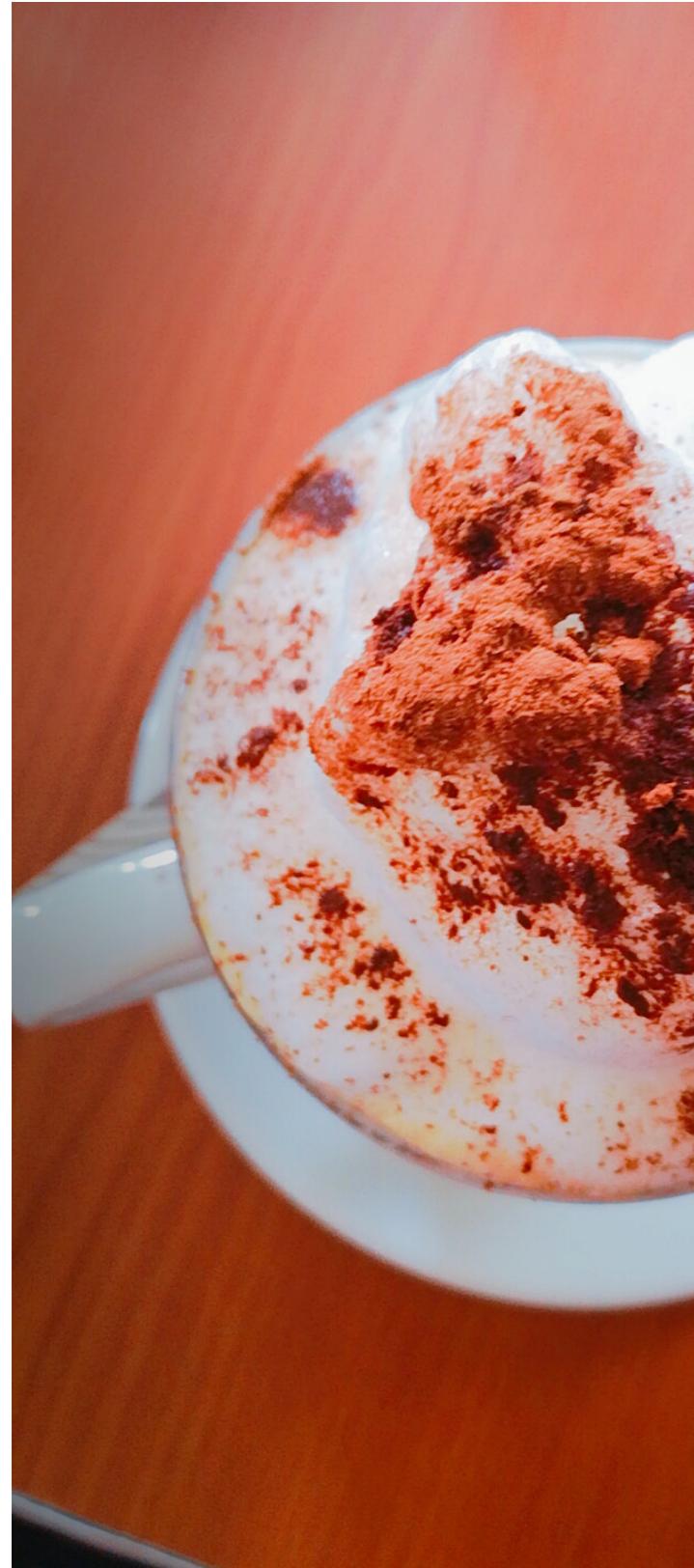
Figura No 8.1. Porcentaje de agencias operadoras de Cali que ofrecen actividades deportivas.



PROVISIÓN DE ALIMENTOS



En el mes de marzo, en promedio, el 83% de los clientes atendidos por los establecimientos de provisión de alimentos de la ciudad de Cali fueron residentes del Valle del Cauca, es decir, el 17% fueron oriundos de otras regiones de Colombia o del extranjero. Por su parte en los establecimientos encuestados en el resto del Valle del Cauca, el 67% de los clientes atendidos en el mes de marzo no fueron Vallunos, por lo que fueron turistas del resto de Colombia y extranjeros los que visitaron en mayor proporción los restaurantes encuestados del resto de la región en el mes de marzo, en comparación a sus propios habitantes. Para el consolidado departamental puede decirse que el 20,2% de los clientes atendidos por los restaurantes del Valle del Cauca en el mes de marzo fueron personas no residentes de la región, los cuales representan la quinta parte de los comensales totales que atendieron las empresas de provisión de alimentos de la región.





El 97,7% de los establecimientos de provisión de alimentos ubicados en Cali estuvieron en funcionamiento en el mes de marzo. El 67,4% de los restaurantes de Cali sirven principalmente platos de comida, mientras el 32,6% restante sirven unidades de comida (ver Figura No9). En cuanto a su desempeño, puede decirse que la tasa de ocupación promedio general de estos establecimientos en el mes de marzo fue del 62,4%, ello indica que la capacidad potencial de la oferta del servicio de alimentos fue aprovechada en gran medida. Para el caso de las empresas encuestadas que ofrecen platos de comida, su tasa de ocupación en el mes de marzo fue del 60,5%, mientras aquellas que ofrecen unidades de comida alcanzaron una tasa del 66,7%, un desempeño superior al de aquellas (ver Figura No 10). Durante dicho mes, las primeras vendieron en promedio 1.137 platos de comida y manejaron una tarifa promedio de \$ 26.352 pesos, mientras las segundas comercializaron en promedio alrededor de 130.280 unidades de comida con una tarifa media de \$28.531 pesos. De forma más detallada, es posible afirmar que el 75% de los establecimientos que ofrecen platos de comida manejaron una tarifa igual o inferior a \$ 29.900 pesos en el mes de marzo, mientras el 75% de aquellos que comercializan unidades de comida operaron con una tarifa igual o inferior a 26.900.

La totalidad de los establecimientos de provisión de alimentos encuestados en el resto del Valle del Cauca estuvieron en funcionamiento en el mes de marzo. El 66,7% de los establecimientos de provisión de alimentos encuestados en el resto del Valle del Cauca ofrecen platos de comida, mientras el 33,3% de ellos consideran que el tipo de servicio que ofrecen se contabiliza en unidades de comida. Para los primeros, el aprovechamiento de la capacidad potencial de la oferta de servicios de alimentación resultó ser completa, es decir, presentaron una ocupación del 100%, mientras el desempeño de los últimos les permitió alcanzar una tasa de ocupación del 70,16%. Por otro lado, los restaurantes del resto del Valle del Cauca que ofrecen platos de comida ofrecieron un promedio de 1.300 platos y manejaron una tarifa promedio de \$ 19.000 pesos, mientras los establecimientos que venden unidades de comida ofrecieron un promedio de 2.900 unidades con una tarifa promedio de \$ 8.900 pesos en el mes de marzo.

En el consolidado departamental, la totalidad de los restaurantes de la región estuvieron en funcionamiento durante el mes de marzo. De estos, el 67,4% de los establecimientos de provisión de alimentos ofrecen platos de comida, mientras el 32,6% restante ofrecen unidades de comida. Estas empresas en general alcanzaron una tasa de ocupación media del 64,3%, tal que los primeros tuvieron un nivel de aprovechamiento de su recursos del 63,1%, mientras los segundos alcanzaron una ocupación promedio del 66,9% (ver Figura No10). Por otro lado, puede decirse que el plato de mayor valor vendido por los restaurantes en el Valle del Cauca fue de \$46.000, donde la tarifa promedio fue de \$25.880 pesos; por su parte, la tarifa de la unidad de comida de mayor valor vendida fue de \$90.000 pesos, mientras la tarifa promedio a este respecto de estos establecimientos fue del \$27.130 pesos (ver Figura No10.1).

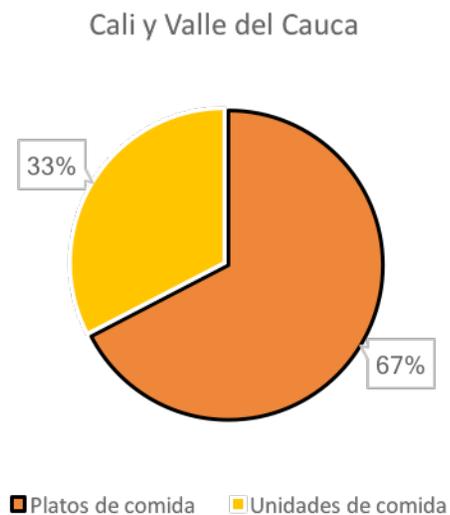


Figura No9. Distribución de restaurantes por tipo de servicio en Cali y en el Valle del Cauca



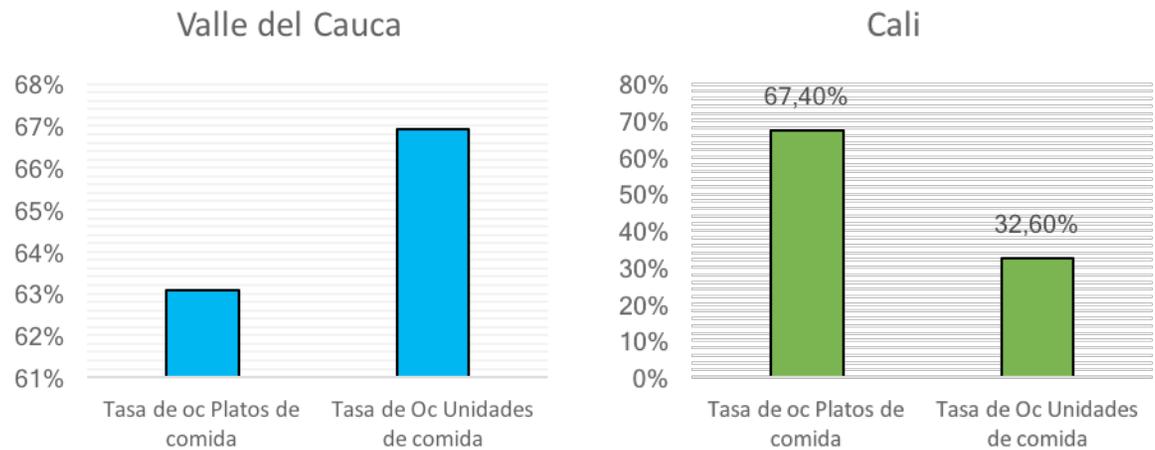


Figura No10. Tasa de ocupación de empresas de provisión de alimentos por tipo de servicio en Cali y Valle del Cauca.

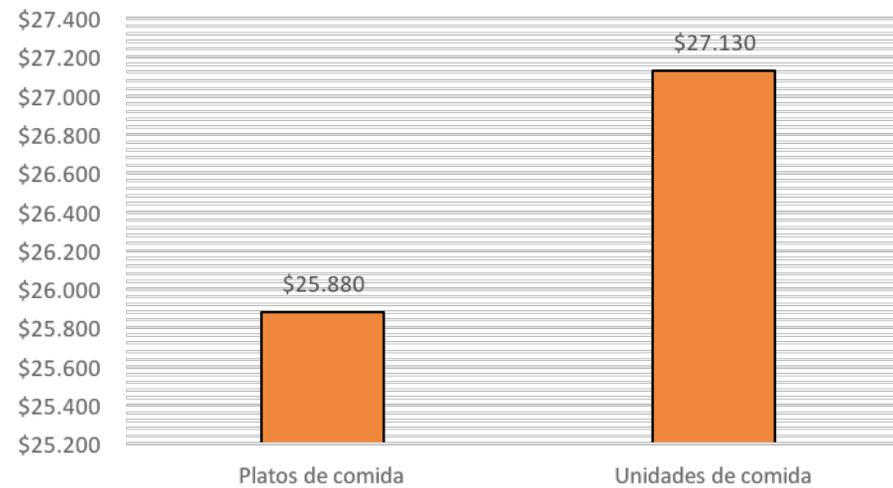


Figura No10.I. Tarifa promedio de empresas de provisión de alimentos por tipo de servicio en el Valle del Cauca.



De los establecimientos de provisión de alimentos que operan en Cali, el 43,2% tienen como especialidad la venta de comida rápida, los cuales son seguidos por aquellos que se especializan en la preparación de carnes, que representan el 13,6%, y posteriormente por aquellos que se especializan en la venta de Pollo (11,4%) y comida italiana (11,4%), (ver Figura No 11.1).

Mientras en el resto del Valle del Cauca, 33,3% de los establecimientos entrevistados tienen como especialidad la venta de comida típica valluna, al igual que los restaurantes que se especializan en comida rápida y, en pescados y mariscos. Por último, puede decirse que en el Valle del Cauca, el 41,3% de los establecimientos presenta como especialidad el servicio de comida rápida, los cuales son seguidos de los establecimientos que se especializan en carnes, que representan el 13%, mientras solo el 2,2% de los restaurantes de la región se especializan en la preparación de comida típica valluna (ver Figura No 11).

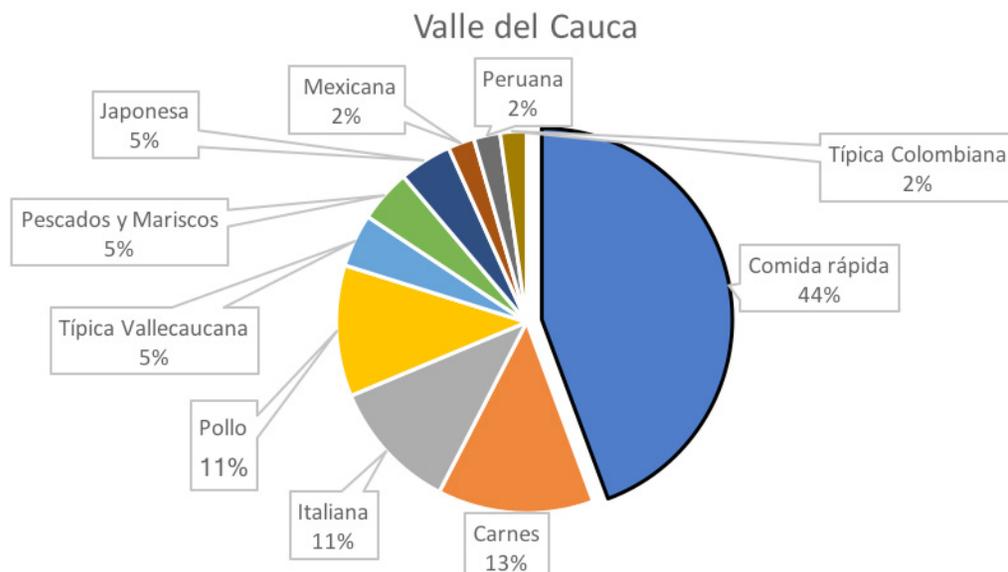
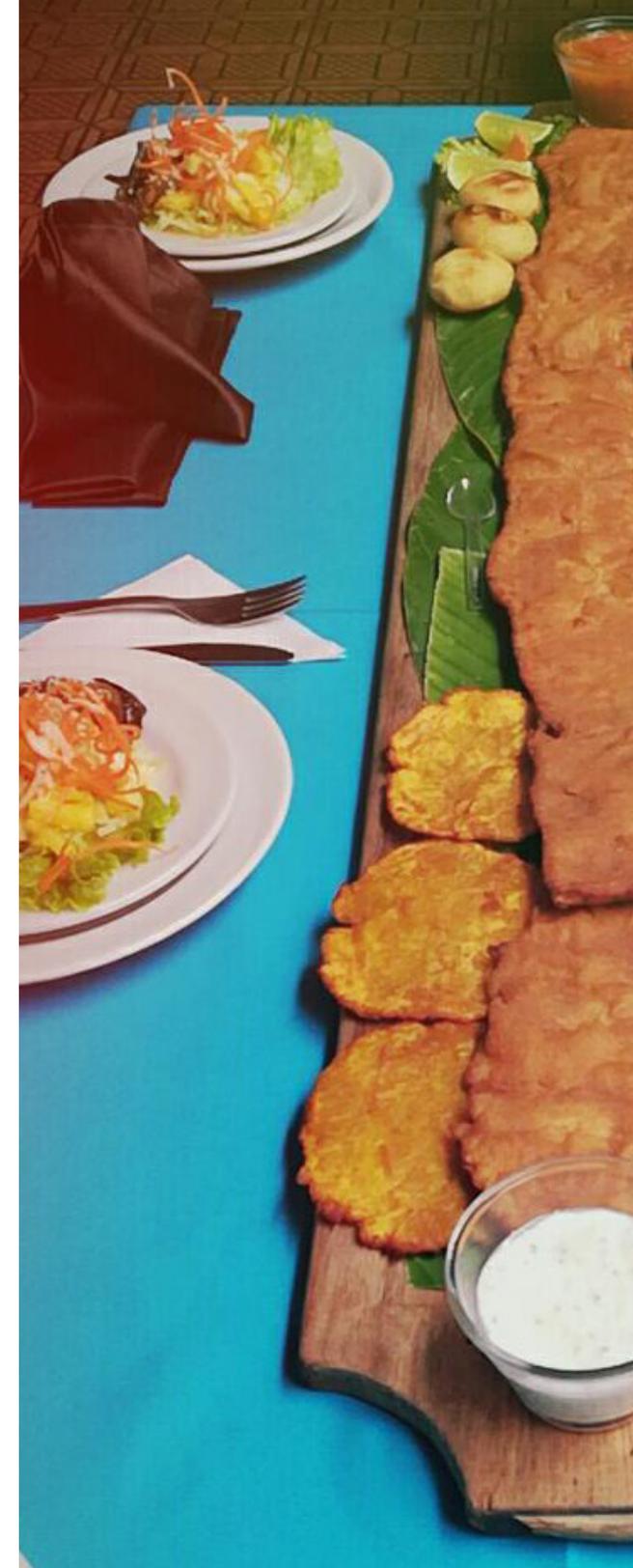


Figura No 11. Distribución de restaurantes en el Valle del Cauca por especialidad.



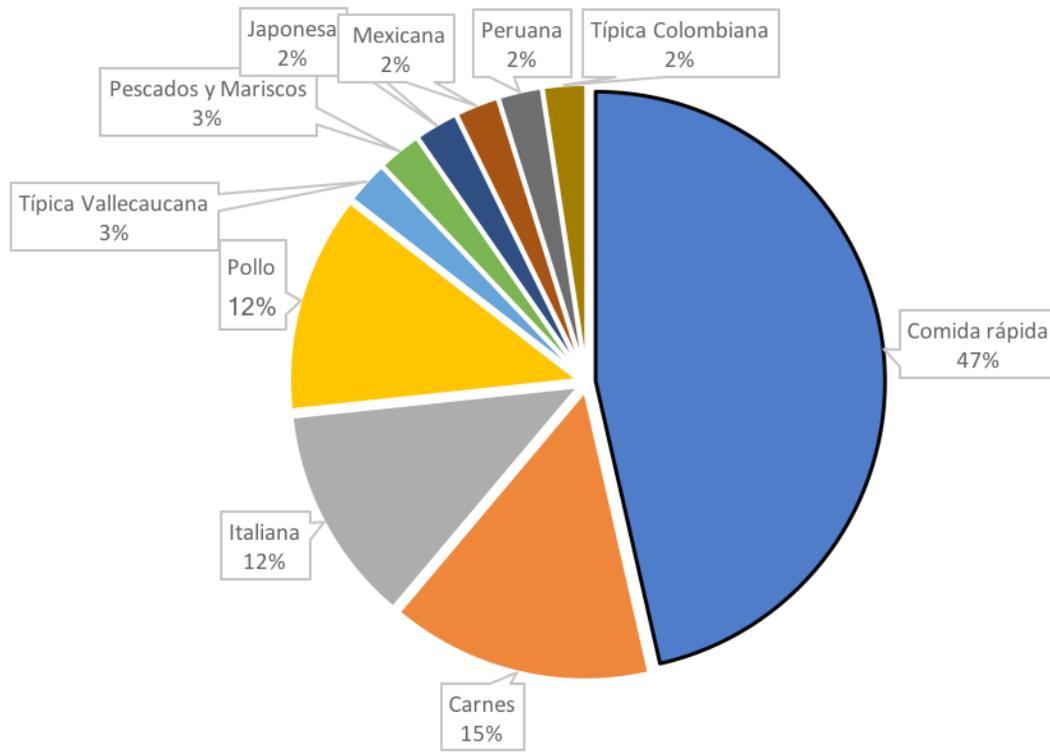


Figura No 11.1. Distribución de restaurantes en Cali por especialidad.





TRANSPORTE

El 93% de las empresas de transporte de la ciudad de Cali estuvieron en actividad comercial en el mes de marzo. El 65,5% de estos establecimientos contaron con Registro Nacional de Turismo (RNT), mientras el 35% de ellas no contó con este registro, ello a pesar de que todas las empresas encuestadas hayan contado con registro en la Cámara de Comercio de Cali. En la ciudad, el 44,4% de los prestadores de servicios turísticos de esta categoría ofrecen un servicio de transporte terrestre intermunicipal, el 30,6% ejecuta actividades de transportes especiales y el 5,6% de las empresas ofrecen un tipo de servicio de transporte empresarial (ver Figura No 12). Durante dicho mes, las primeras operaron con una tarifa promedio aproximada de \$114.906 pesos y movilizaron en promedio 11.742 personas en el mes de marzo, las segundas manejan una tarifa de \$96.182 pesos y movilizaron en promedio 2.235 pasajeros, y las terceras trabajaron con una tarifa promedio de \$69.000 pesos y movilizaron en promedio 500 personas (ver Figura No13). En general, estas empresas registraron una tarifa promedio de \$104.638 pesos para el mes en análisis y movilizaron en promedio 7.360 pasajeros en el mes en cuestión.

Teniendo en cuenta otras variables de desempeño, puede afirmarse que la tasa de ocupación alcanzada por las empresas de transporte de Cali resultó ser en promedio del 47,3% en el mes de marzo. Mientras que, por tipo de servicio de transporte, es posible decir que el transporte terrestre municipal alcanzó una tasa de ocupación del 55,1% y las empresas de transportes especiales una tasa del 40,3%.



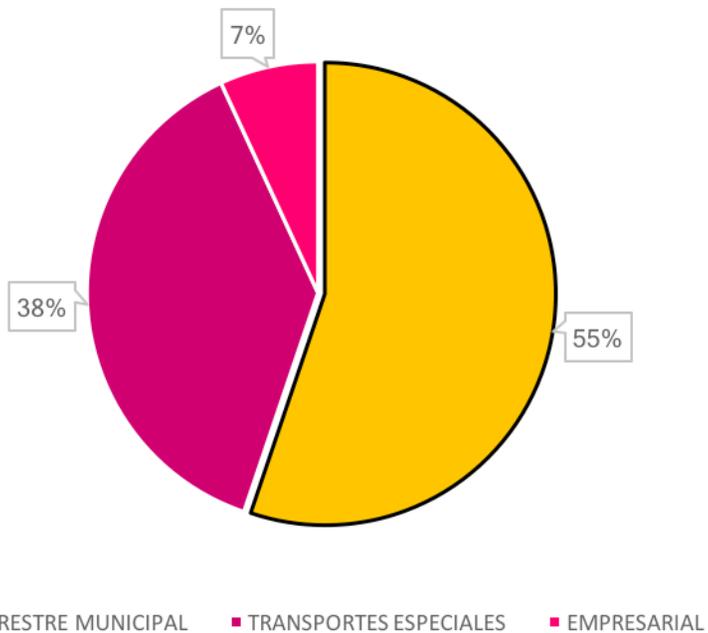


Figura No 12. Distribución de empresas de transporte por tipo de servicio en Cali.

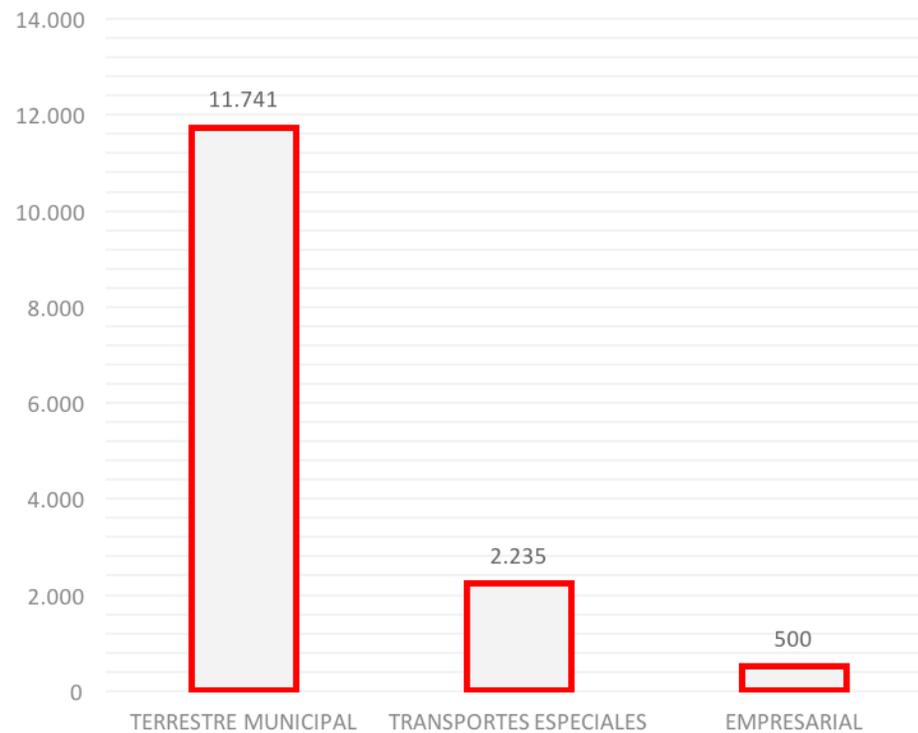
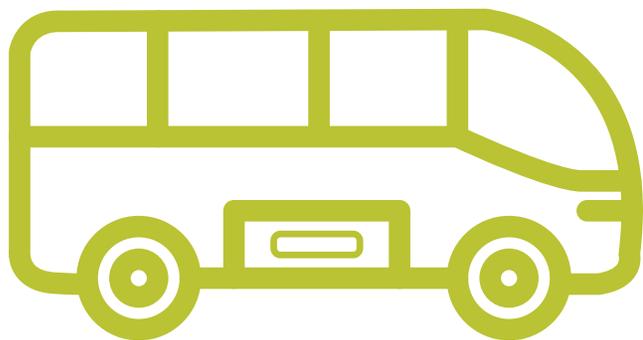


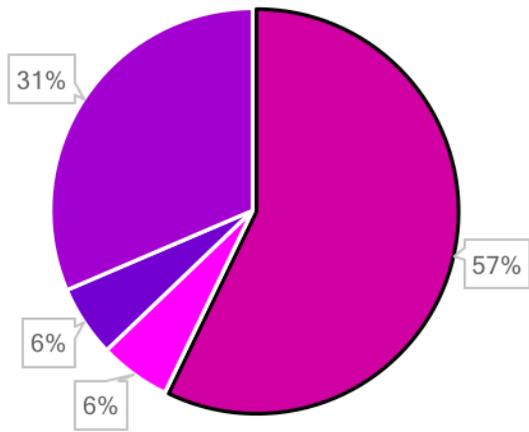
Figura No 13. Promedio de pasajeros movilizados por empresas de transporte de Cali



Por otro lado, es posible indicar que la totalidad de las empresas de transporte encuestadas que se ubican en el resto del Valle estuvieron en funcionamiento en el mes de marzo y cuentan con registro en la cámara de comercio correspondiente a su jurisdicción, mientras solo el 66,7% de ellas cuentan con Registro Nacional de Turismo (RNT). De estas empresas transportadoras que operan en el resto de la región, el 66,7% de ellas ofrecen transporte terrestre municipal, mientras el 33,3% de ellas ofrece servicios de transporte marítimo. Durante el mes de marzo, estas empresas encuestadas movilizaron en promedio 507 y 241 pasajeros, respectivamente. Ello llevó a que estas empresas alcanzaran una tasa de ocupación media de 25,6%, que de forma desagregada se refleja en el desempeño promedio de los tipos de transporte que prestan estas empresas, de este modo aquellas que operan servicios de transporte terrestre municipal tuvieron una tasa de ocupación promedio del 29,4%, mientras que aquellas que ofrecen servicios de transporte marítimo alcanzaron una ocupación media del 18%. Además, puede decirse que estas empresas encuestadas, en general, registraron una tarifa promedio de \$45.200 por el servicio de transporte prestado a lo largo del mes.

En el mes de marzo, el 94,3% de las empresas de transporte del Valle del Cauca estuvieron en funcionamiento. Del total de empresas que operan el departamento, el 65,7% cuentan con Registro Nacional de Turismo (RNT), a pesar de que la totalidad cuentan con registro en cámara de comercio. Aproximadamente, el 57% de las transportadoras prestan un servicio terrestre municipal, el 31,4% el servicio de transportes especiales y el 5,7% ofrecen un servicio de transporte empresarial al igual que aquellas que prestan servicios de transporte marítimo (ver Figura No 12.1). En términos de su desempeño, estas empresas manejaron una tarifa promedio, a nivel general, de \$ 95.897 pesos y una tasa de ocupación media de 43,2%. Además, a nivel desagregado puede decirse que las empresas de transporte terrestre municipal de las empresas de transporte del Valle del Cauca movilizaron en promedio 9.494 personas, las empresas de transporte marítimo 241 pasajeros, las de transporte empresarial 500 y las de transportes especiales 2.235 (ver Figura No 13.1).





■ TERRESTRE MUNICIPAL ■ Marítimo ■ EMPRESARIAL ■ TRANSPORTES ESPECIALES

Figura No 12.1. Distribución de empresas de transporte por tipo de servicio en el Valle del Cauca.

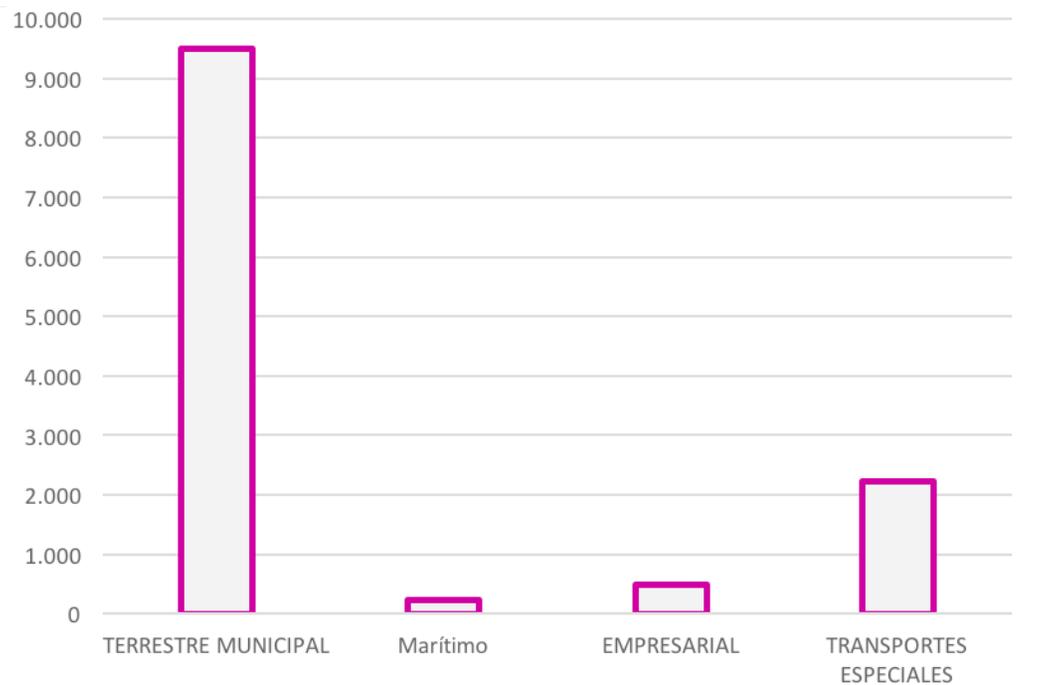


Figura No 13.1 Promedio de pasajeros movilizados por empresas de transporte del Valle del Cauca.





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

[@bitacora.de.viajes](https://www.instagram.com/bitacora.de.viajes)



