

INFORME TURISMO RECEPTIVO:

Cali



SITUR
Sistema de Información Turística
Valle del Cauca



cotelco

Asociación Hotelera y Turística de Colombia

— CAPÍTULO —
— VALLE DEL CAUCA —



**El Valle
está en
vos**



**GOBERNACIÓN
VALLE DEL CAUCA**

Secretaría de Turismo

**ASOCIACIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA DEL VALLE DEL CAUCA
COTELVALLE**

**CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS EN EL
VALLE DEL CAUCA**

SANTIAGO DE CALI

2017 - 2018

**SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA REGIONAL
SITUR VALLE DEL CAUCA**

CALI, NOVIEMBRE DE 2018

EQUIPO PROFESIONAL SITUR VALLE DEL CAUCA

Asociación Hotelera y Turística del Valle del Cauca- COTELVALLE
Calle 3 # 24C - 33 Barrio San Fernando 485 57 53- 54 315 5783432
Cali- Colombia

Harold Humberto Rivas Cano
Director General

Juan Camilo Escandón Wittsack
Analista Económico

Leydi Lourido
Coordinadora administrativa

Maira Alejandra Arias
Auxiliar Contable

Jhon Edison López León
Analista Estadístico

Maira Alejandra Hurtado
Coordinadora de Comunicaciones

Juan José Ortiz
Director de arte

EQUIPOS PROFESIONALES DE CAMPO

Jair Alfredo Valencia

Jorge Hernán Tangarife

Ayling Mosquera López

Alejandra Yahaira Zea

Emerson Cortez

Rodrigo Reyes Torres

Jhon Orrego

Ledwin Bravo

Jessica Bolaños

Vladimir Cuervo

ANALISTAS Y ASESORES

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

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

Informe Técnico: Turismo Receptivo Cali

Este documento fue financiado por la secretaría de turismo de la gobernación del Valle del Cauca entre septiembre y noviembre de 2018.

Dilian Francisca Toro
Gobernadora
Valle del Cauca

Julián Felipe Franco
Secretario de turismo
Gobernación del Valle del Cauca

Contenido

1. OBJETIVOS.....	6
1.1 OBJETIVO GENERAL.....	6
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
2. METODOLOGÍA.....	6
3. CONTEXTO.....	8
3.1 SECTOR TURÍSTICO: CONTEXTO MUNDIAL.....	8
3.2 SECTOR TURÍSTICO: CONTEXTO COLOMBIANO.....	9
3.3 SECTOR TURÍSTICO: DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA.....	10
4. RESULTADOS MEDICIÓN	13
4.1 CARACTERÍSTICAS DEL VISITANTE.....	13
4.2 CARACTERIZACIÓN DEL VIAJE	25
4.3 PERCEPCIÓN.....	39
4.4 RECOMPRA.....	45
4.5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	47

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Conocer el perfil y las características del turismo receptor para la ciudad de Cali y el departamento del Valle del Cauca en el mes de abril de 2018.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar las características básicas de los flujos de visitantes, conocer los motivos de viaje, conocer los lugares y actividades realizadas, estimar la duración media de la estancia, conocer el tipo de transporte y alojamiento utilizado, y estimar los gastos promedio.

2. METODOLOGÍA

Estudio basado en cuestionario estructurado.

Población objetivo:

La población de interés de este estudio está conformada por residentes de Colombia y extranjeros, de turismo receptor durante el mes de abril de 2018, para la ciudad de Santiago de Cali y 3 municipios de vocación Turística (Cali, Buga, Calima y Buenaventura).

Tipo de muestra:

- Octubre de 2018

Muestra de 514 casos (ciudad de Cali: 418; Valle sin incluir Cali: 96). las encuestas se aplicaron a los turistas que estaban próximos a regresar a su lugar de residencia durante el mes de octubre 2018.

- Año 2018 (enero – octubre)

Muestra de 4.535 casos (ciudad de Cali: 3.796; Valle sin incluir Cali: 739). las encuestas se aplicaron a los turistas que estaban próximos a regresar a su lugar de residencia durante el periodo enero - octubre 2018.

- Año: 2017 y 2018 (enero – octubre)

Muestra de 8.136 casos (ciudad de Cali: 6.653; Valle sin incluir Cali: 1.483). Las encuestas se aplicaron a los turistas que estaban próximos a regresar a su lugar de residencia entre abril de 2017 y octubre 2018.

Nomenclatura:

- **M:** gráficos con información estadística del mes de octubre de 2018
- **AC:** gráficos con información estadística entre los meses de enero y octubre de 2018
- **A:** gráficos con información estadística acumulada entre el año 2017 y octubre de 2018.

3. CONTEXTO

3.1 SECTOR TURÍSTICO: CONTEXTO MUNDIAL

En el año 2017, según información de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la industria turística ha evolucionado hasta el punto de concentrar 1 de cada 10 empleos en el mundo, y generar ingresos por orden de 1.6 billones de dólares, lo cual equivale al 7% de las exportaciones mundiales y al 30% del valor de las exportaciones de servicios del mercado mundial. En consecuencia, la industria turística llegó a representar el 10% del PIB¹ mundial en el año en cuestión.

Durante el año en cuestión, se registraron 1.323 millones de llegadas de turistas internacionales que generaron ingresos por un valor de 1,34 billones de dólares a nivel mundial. De manera desagregada, se registró que Europa fue el continente que más ingresos generó debido a esta actividad, alcanzando un volumen total de USD\$ 519.00 millones, el cual fue seguido por el continente asiático que generó USD\$ 390.000 millones y el continente americano, cuyos países generaron USD\$ 326.000 millones. Mientras que, en cuanto al volumen total de turistas, los continentes mencionados, Europa, Asia y América fueron los principales destinos de los viajeros internacionales, en su orden, pues estos recibieron un total de 671 millones, 323 millones y 209 millones, de forma respectiva, durante el año en cuestión.

Lo anterior es el resultado del fuerte crecimiento que ha presentado el volumen de turistas que han llegado a todos los países el mundo, pues en el año 1950 arribaron 25 millones de turistas a los diferentes destinos del mundo, mientras que en el año 2012 se registró la llegada de mil millones de turistas internacionales a nivel mundial. Por esta razón, la OMT estima que al año 2030, el número de turistas internacionales ascenderá a un total de 1,8 miles de millones de visitantes internacionales, tras alcanzar un valor estimado de 1,4 miles de millones en el año 2020. Ello muestra el crecimiento exponencial que se espera dentro del sector turístico internacional, que cada vez alcanza mayor relevancia dentro de las economías nacionales.

¹ Directo, indirecto e inducido

3.2 SECTOR TURÍSTICO: CONTEXTO COLOMBIANO

En el caso de la República de Colombia se ha presentado un incremento del 32,9% en el volumen de ingresos obtenidos como resultado de la exportación de servicios de viajes y transporte de pasajeros entre el año 2012 y el 2017, al pasar de generar USD\$ 4.364 millones a un total de USD\$ 5.801 millones en el último año mencionado. Ello estuvo correlacionado con el incremento del 96,7% en la llegada de visitantes internacionales entre los años en cuestión, al pasar de recibir un volumen de 1.698.366 visitantes extranjeros en 2012 hasta alcanzar un total de 3.344.816 en el 2017. Ello es una muestra de la relevancia que ha adquirido el sector turístico en el sector externo colombiano, aunque su desarrollo turístico aun sea incipiente, ya que los visitantes extranjeros solo representan un 6,8% de su población estimada en 2017. Este indicador es relativamente bajo en comparación a otros destinos del mundo, como:

- Francia, cuyo volumen poblacional fue de 67,12 millones en el año 2017, que recibió un total de 87 millones de visitantes durante este periodo. Es decir, el volumen total de turistas recibidos superó en un 29% su población.
- España, que recibió un flujo turístico que fue mayor a su población en un 76%, recibió un total de 82 millones de visitantes en el año 2017, mientras su población fue estimada en 46,57 millones de personas.
- Estados Unidos, que recibió un total de 76 millones de visitante en el 2017, mientras su población fue de 325,7 millones. Por ello, dicho volumen fue superior en un 23,3% a su volumen poblacional.

A pesar de ello, Colombia ha presentado avances que pueden verse reflejados en:

Capacidad de alojamiento

En cuanto a su capacidad instalada, en el año 2017 Colombia contó con 17.083 establecimientos de alojamiento y hospedaje con capacidad para alojar un total de 499.170 de personas en 294.028 habitaciones por noche². Tal que, al considerar solamente establecimientos hoteleros,

² Mientras que, a septiembre de 2018, el país contó con un total de 19.189 establecimientos formales con capacidad para alojar 517.373 personas en 303.594 habitaciones

el país contó con 9.269 hoteles con capacidad para alojar por noche un total de 357.782 personas en 222.684 habitaciones en el primer año mencionado.

En este periodo de tiempo, la oferta hotelera del país alcanzó una ocupación promedio del 55,12%, cuyas habitaciones fueron comercializadas a una tarifa promedio de \$ 233.752, tal que los capítulos de la Asociación hotelera y Turística de Colomba – COTELCO que registraron las más altas tasas de ocupación resultaron ser: Cartagena (61,72%), Bogotá (58,56%), Antioquia (63,23%), Magdalena (55,15%) y Valle del Cauca (53,7%).

Transporte Aéreo

Al considerar la oferta de transporte aéreo en Colombia, que resulta fundamental a la hora de garantizar la conectividad de los destinos nacionales e internacionales, se registró que en el año 2017 se realizaron 355.907 vuelos internos con capacidad para 31.161.330 pasajeros, los cuales fueron ocupados en un 83,75%. Esto demuestra un desarrollo con respecto al año 2012 pues, a pesar de que se realizaran menor cantidad de vuelos en comparación a este año, la capacidad de los mismos se ha incrementado en un 28,9%, ya que solo se podían movilizar un total de 24.185.868 pasajeros en 362.176.

Por otro lado, en cuanto a la oferta de transporte aéreo internacional receptivo, en el año 2017 se registraron un total de 60.569 vuelos de origen internacional con destino nacional con capacidad para 8.413.951 pasajeros, los cuales presentaron una ocupación promedio del 80,85%. En comparación al año 2012, se registró un incremento del 30% en el número de vuelos recibidos y de un 49,2% en la capacidad de los mismos, ya que en este se movilizaron 46.520 vuelos internacionales provenientes del exterior con capacidad para 5.639.740 pasajeros.

3.3 SECTOR TURÍSTICO: DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA

En el caso del departamento del Valle del Cauca, puede indicarse que entre 2012 y 2017 el número de visitantes extranjeros recibidos se ha incrementado en un 69,9%, ya que se pasó de un flujo total de 122.922, en el primer año, a un valor 208.791 en el último año mencionado. En este último periodo, los visitantes provinieron principalmente de Ecuador (22,7%), Estados Unidos (21,8%), España (6,1%), Perú (4,2%) y México (4,1%). Estos visitantes arribaron

principalmente por motivos turísticos (75,6%), de negocios (6,4%) y eventos (4,3%), tras haber arribado principalmente por vía aérea (69,8%).

En relación a esto último, entre 2012 y 2017 el número de vuelos de origen internacional que aterrizaron en el Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón de la ciudad de Cali se incrementó en un 19%, al pasar de 3.178 hasta alcanzar un total de 3.782, tal que la capacidad de los vuelos en términos de sillas se incrementó en un 21,7%, al pasar de un total de 387.534 sillas a un 471.6782. Estos vuelos mencionados provinieron principalmente de Panamá (41%), Estados Unidos (21%), Ecuador (12,8%) y España (9,2%). Mientras que los vuelos nacionales con destino Valle del Cauca, que han arribado a través de la ciudad de Cali, se han incrementado en un 13% entre 2012 y 2017, al pasar de recibir 18.552 a un total de 20.981, con una capacidad de acomodación mayor en un 23,7%, pues en el último año se ofrecieron 2.492.106 sillas con dicho destino.

En cuanto a su capacidad de alojamiento, en el año 2017 el Valle del Cauca contó con 825 establecimientos de alojamiento con capacidad para alojar 30.919 personas en 19.338 habitaciones por noche. De este volumen, 490 establecimientos fueron hoteles, los cuales contaron con 22.316 habitaciones para alojar 14.485 huéspedes diariamente.

Por lo anterior, el departamento del Valle del Cauca tiene amplias posibilidades de expansión, lo cual es evidenciado a través de su conectividad aérea y el ritmo de crecimiento de visitantes internacionales que cada vez se interesan más en el destino y oferta turística. Además de ello, el departamento cuenta con 7 ciudades principales interconectadas, 5 aeropuertos comerciales y 1 uno militar, además de 4 terminales de transporte terrestre y 7.600 km de vías que permiten garantizar las conexiones terrestres necesarias para comunicarse con el resto del país y permitir el turismo nacional. En cuanto a su capacidad portuaria, en el año 2017 el puerto de Buenaventura movilizó el 53% de las exportaciones del país, siendo una de las mejores plataformas portuarias de Colombia y el número 16 en el top 20 de los puertos de América Latina, lo cual permite que exista turismo corporativo nacional y extranjero en la región.

En este sentido, a continuación, se presentan las características de los visitantes que arribaron al Valle del Cauca en octubre de 2018 y de aquellos que han visitado la región en los últimos años, lo cual permite crear un perfil de turista según las actividades que realiza, los gastos que ejecuta,

edad, percepción, entre otros. Esto les permitirá a los gestores de destino formular objetivos de mercado y planes de acción para satisfacer las necesidades de los visitantes que arriban a los diferentes destinos de la región, además de planes de marketing y focalización de inversiones en las actividades que buscan los viajeros en el departamento.

4. RESULTADOS MEDICIÓN

4.1 CARACTERÍSTICAS DEL VISITANTE

Tipo de viajero

En el mes de octubre de 2018, se encontró que el 88,52% de los visitantes que llegaron a la ciudad de Cali fueron turistas, mientras solo el 11,48% restante resultaron ser excursionistas. Esto es importante debido a que la mayor porción de las personas que visitaron a la ciudad de Cali, por más de 6 horas, permanecieron al menos una noche este. En lo corrido del año, el 89,28% de los visitantes que ha recibido el Valle del Cauca han sido turistas, por lo que solo el 10,72% fueron excursionistas. Cabe destacar que la tendencia en los últimos años ha mostrado que el 89,28% de los visitantes que ha recibido la ciudad de Cali han sido turistas, mientras el 10,72% han sido excursionistas.

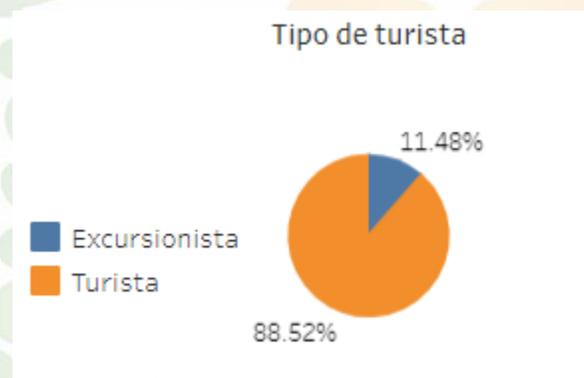


Figura N°M1. Tipo de turista recibido por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018

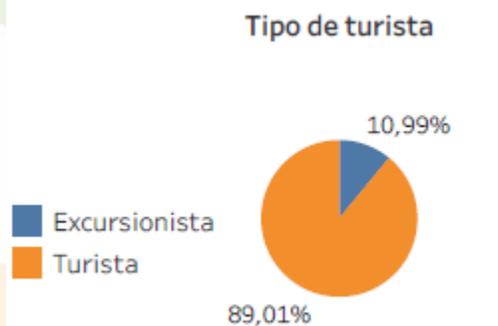


Figura N°AC1. Tipo de turista recibido por la ciudad de Cali. Periodo: enero-octubre. Año: 2018



Figura N°A1. Tipo de turista recibido por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

Origen de viajeros

Los visitantes que arribaron a la ciudad de Cali durante el mes de octubre del 2018 provinieron en su gran mayoría del resto del país, dado que el 92,82% resultaron ser de origen colombiano, principalmente de ciudades como Bogotá D.C (36,12%) y de departamentos como Antioquia (10,77%), Cauca (4,78%) y Nariño (7,89%). Mientras solo el 7,18% fueron de origen extranjero, los cuales provinieron principalmente de Estados Unidos (1,44%).



Figura N°M2. Procedencia de visitante recibido por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre.

Año: 2018

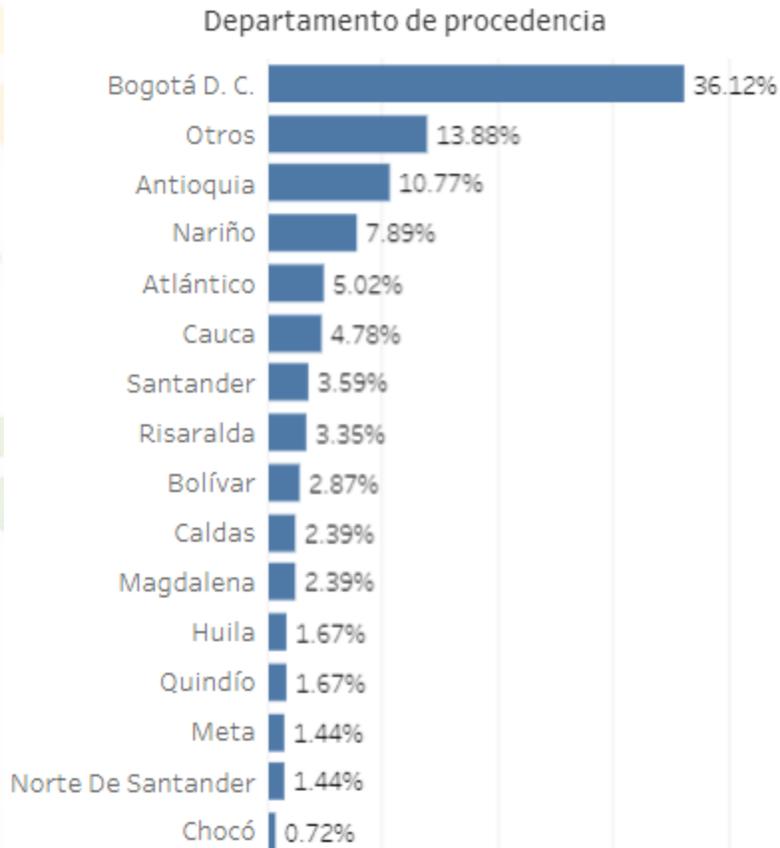


Figura N°M3. Departamentos de origen de visitantes nacionales recibido por la ciudad de Cali.

Periodo: mes octubre. Año: 2018

A lo largo del año 2018, la porción de visitantes nacionales fue del 84,35% mientras que los visitantes extranjeros fueron el 15,65% restante. Ello indica que el mes de octubre ha sido uno de los meses en los que el departamento recibió una mayor porción de visitantes nacionales y una menor proporción de visitantes extranjeros en comparación a la tendencia del año.

Procedencia del viajero

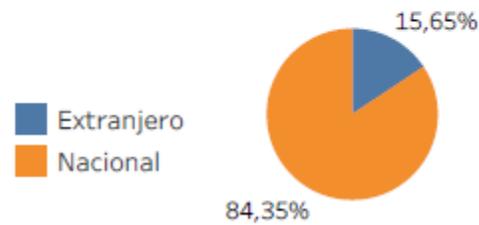


Figura N^oAC2. Procedencia de visitante recibido por la ciudad de Cali. Periodo: enero-octubre.

Año: 2018

Departamento de procedencia

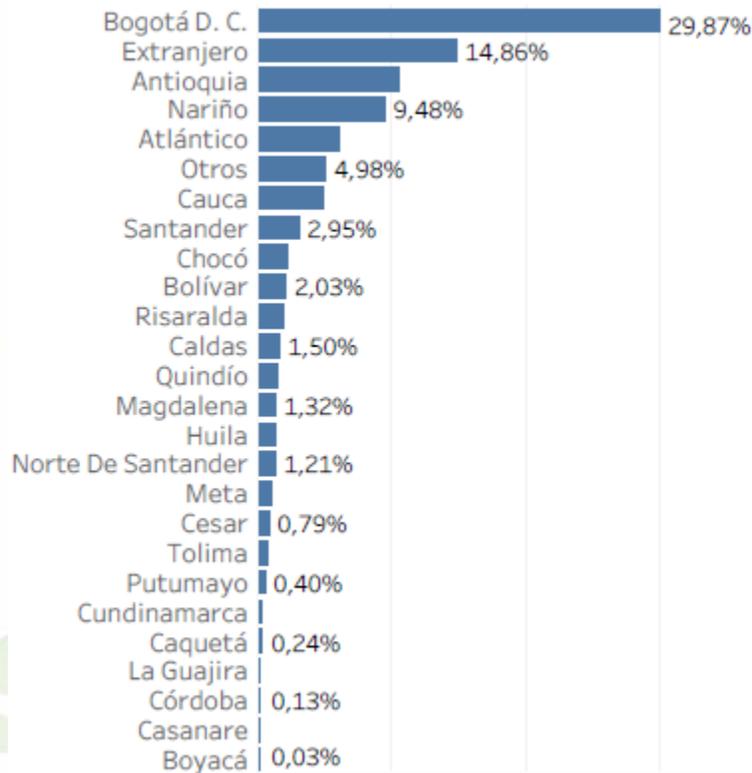


Figura N^oAC3. Departamentos de origen de visitantes nacionales recibido por la ciudad de Cali.

Periodo: enero-octubre. Año: 2018

La tendencia de los últimos años muestra que al igual que el departamento del Valle del Cauca, la ciudad de Cali está fuertemente orientada al mercado nacional, pues el 80,13% de los visitantes

que arribaron en los últimos años han sido de origen colombiano, ya que solo el 19,87% han sido de origen extranjero. Principalmente de departamentos de departamentos como Bogotá D.C (26,32%), Nariño (10,46%), Antioquia (9,5%) y Cauca (5,5%).



Figura NªA2. Procedencia de visitante recibido por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

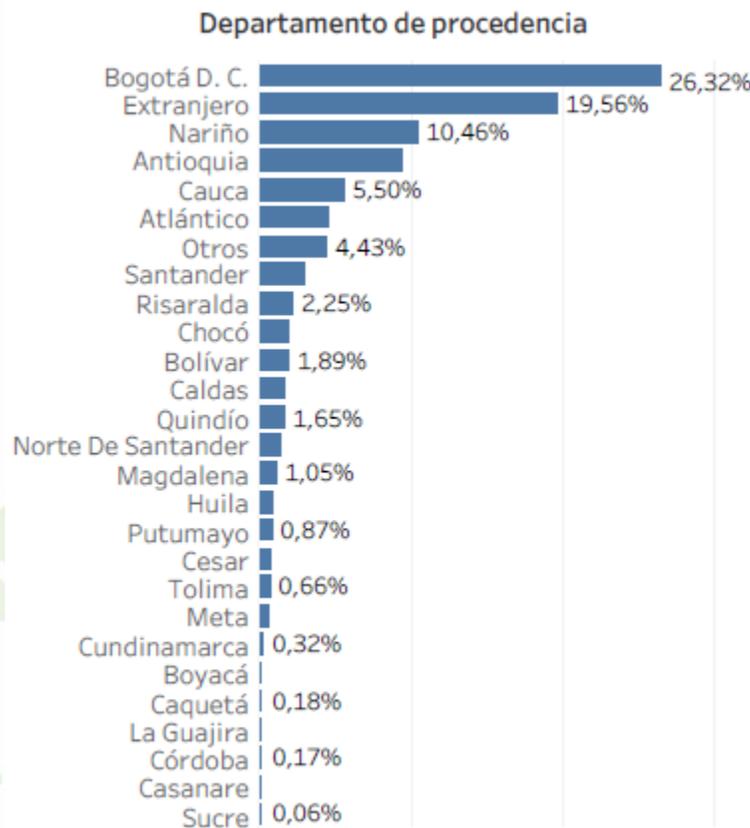


Figura NªA3. Departamentos de origen de visitantes nacionales recibido por la ciudad de Cali.

Periodo: 2017-2018

Asociación Hotelera y Turística del Valle del Cauca- COTELVALLE
Calle 3 # 24C - 33 Barrio San Fernando 485 57 53- 54 315 5783432
Cali- Colombia

Sexo

Durante el mes de octubre de 2018, el 53,59% de los visitantes que arribaron a la ciudad de Cali fueron de sexo femenino, mientras que el 46,41% restante fueron de sexo masculino. Mientras que, a lo largo del año, el 53,74% de los visitantes recibidos por la ciudad capital del departamento del Valle del Cauca fueron de sexo femenino y el 46,26% de sexo masculino. Estos resultados son acordes con el comportamiento de los últimos años, pues el 50,95% de los visitantes que ha recibido Cali entre 2017 y 2018 han sido de sexo femenino, mientras el 47,05% resultaron ser de sexo masculino.

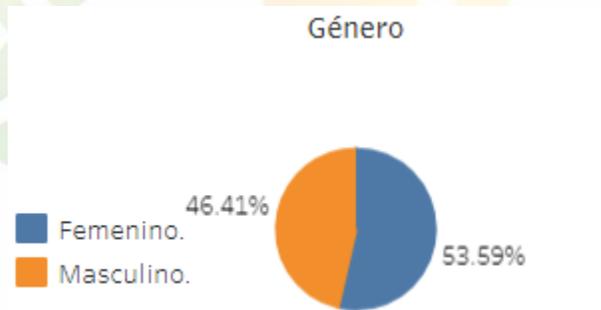


Figura N°M4. Sexo de visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018

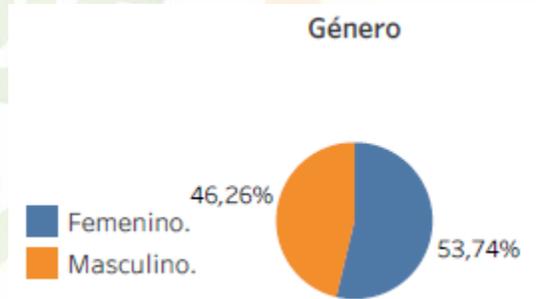


Figura N°AC4. Sexo de visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: enero-octubre. Año: 2018

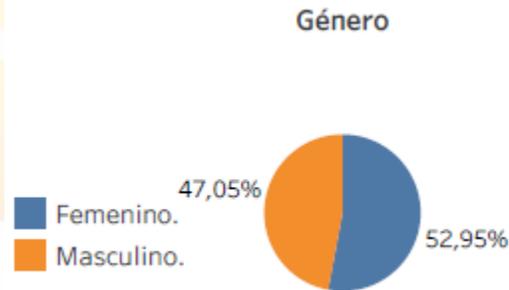


Figura N°A4. Sexo de visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

Rango de Edad

En el mes de octubre de 2018, Se encontró que el 73,21% de los visitantes que arribaron al departamento presentaron una edad entre los 26 y los 50, los cuales fueron seguidos por los visitantes con edad entre los 16 y los 25 años (13,64%) y por los mayores de 50 años (12,92%).

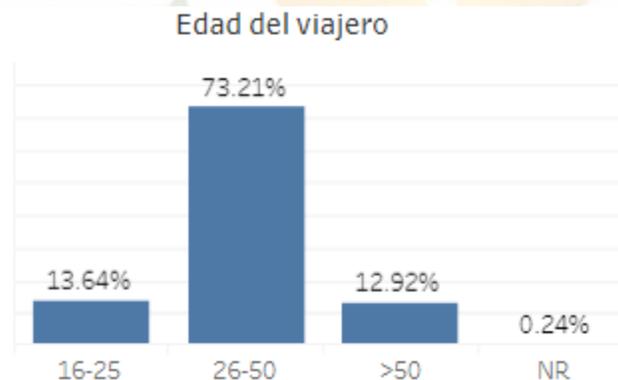


Figura N°M5. Rango de edad de visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre.
Año: 2018

La tendencia de los últimos años ha mostrado que el 64,02% de los visitantes que arribaron a la ciudad de Cali han presentado una edad entre los 26 y los 50 años, el 19,46% presentaron una edad entre los 16 y los 25 años y el 16,29% han presentado una edad superior a los 50 años. Ello indica que en el mes de octubre arribaron 9,19% más visitantes con edad entre los 26 y los 50 años en comparación al comportamiento del año 2017 y lo corrido de 2018.

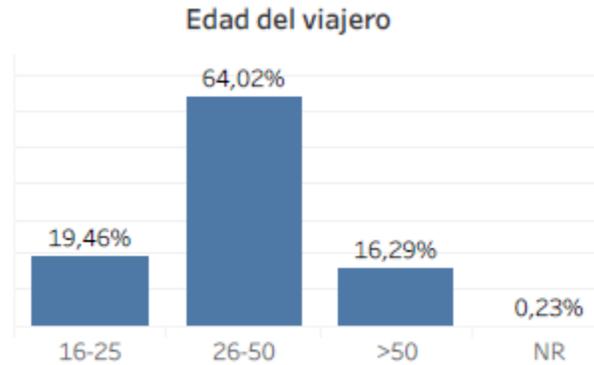


Figura N°A5. Rango de edad de visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

Tamaño promedio del grupo

En el mes de octubre de 2018, se identificó que el 36,84% de ellos arribaron al destino sin compañía alguna, el 51,67% visitaron la región en compañía de una persona y el 9,09% restante lo hicieron en grupos de tres personas o más personas. Por lo anterior, el tamaño de grupo de los viajes con destino la Ciudad de Cali fue de 1,83 personas en promedio en el mes en cuestión. Los principales tipos de acompañantes de viaje de los visitantes que arribaron a la ciudad de Cali durante el mes de octubre fueron las parejas (18,94%), otros familiares (26,14%), amigos (5,04%), hijos (10,55%), compañeros de trabajo (8,15%), entre otros. A pesar de ello, el 36,93% de los visitantes recibidos por la ciudad, en el periodo mencionado, viajaron solos.

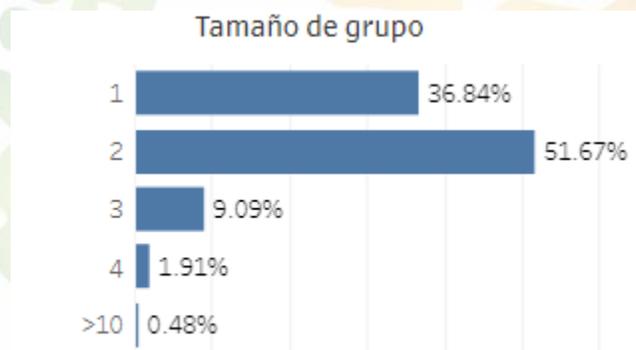


Figura N°M6. Tamaño de grupo de viajes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre.

Año: 2018

Cabe destacar que, en los últimos años, los viajes receptivos realizados a la ciudad de Cali han estado compuestos en promedio por 2,76 personas por grupo de viaje, aunque para el 50% de los viajes con destino la ciudad de Cali ha estado compuestos por 2 personas. De estos viajeros, entre 2017 y lo corrido de 2018, el 19,48% visitaron la región junto a su pareja, el 12,76% lo hicieron en compañía de sus amigos, el 13,15% junto a sus hijos, y el 31,78% lo hicieron junto a otros familiares. Mientras el 29,54% afirmaron haber viajado solos al destino mencionado.

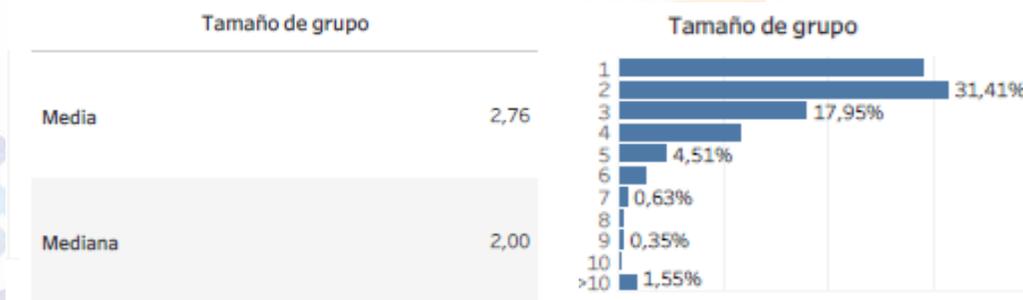


Figura NªA6. Tamaño de grupo de viajes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

Motivo del viaje:

En el análisis del comportamiento del turismo es muy importante conocer las razones o motivos que tuvieron los visitantes a la hora de elegir la ciudad de Cali como destino turístico. A este respecto, en el mes de octubre de 2018, se encontró que los motivos personales tienden a superar los motivos de negocios, profesionales u otros, pues el 80,58% de los viajeros afirmaron haber arribado al departamento debido al primer tipo, mientras solo el 19,42% restante arribaron a causa del segundo tipo.

En el mes de octubre, los motivos personales más relevantes fueron principalmente la visita a familiares y/amigos (42,9%), actividades asociadas a vacaciones, recreo y ocio (39,35%), estar en tránsito hacia otros destinos (13,23%) y motivos de salud y atención médica (2,58%). En tanto que los motivos de negocios o profesionales más frecuentes estuvieron asociados con realizar inversiones y/o asistir a reuniones de negocios (73,15%), asistir a conferencias, congresos o ferias comerciales (11,11%) y participar en investigaciones académicas o científicas (6,48%).

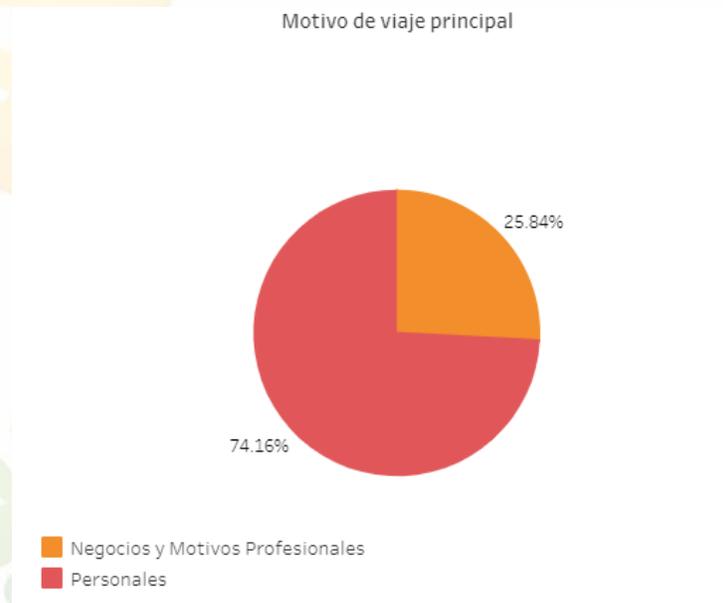


Figura N°M7. Motivo de viaje de visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018

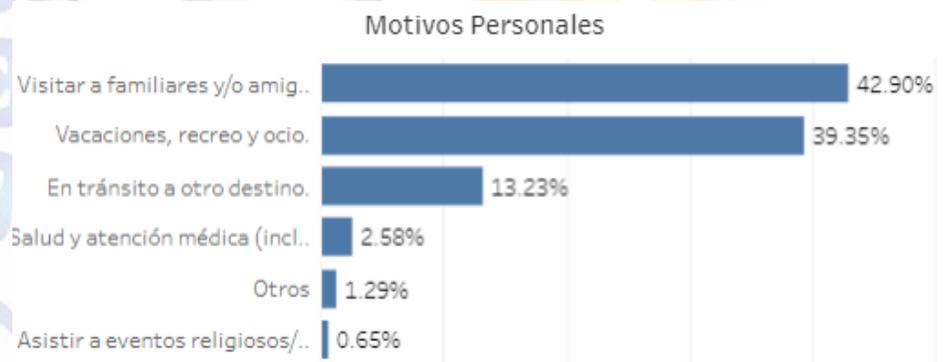


Figura N°M8. Motivo de viaje personal de visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018



Figura N°M9. Motivo de viaje profesional o de negocios de visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018

En los últimos años, entre 2017 y lo corrido de 2018, a este respecto se ha registrado que el 80,58% de los visitantes que arribaron a la ciudad de Cali lo hicieron por motivos personales, mientras el 19,42% de ellos lo hicieron por negocios y/o motivos profesionales. En esta medida, y de manera desagregada, se ha encontrado que los motivos personales más frecuentes han estado asociados a vacaciones, recreo y ocio (44,07%), y visitas a familiares y/o amigos (39,02%). Mientras que en el caso de los motivos profesionales las razones más frecuentes han sido, entre otros, la realización de inversiones y/o asistir a reuniones de negocios (36,6%), asistir a conferencias, congresos, ferias comerciales o exposiciones (12,13%) y competir en actividades deportivas (9,83%).

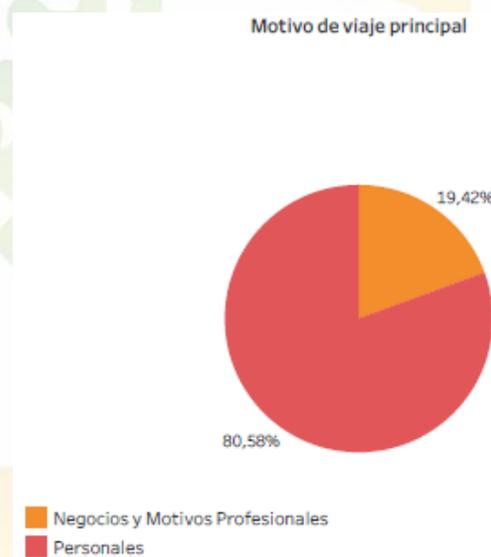


Figura N°A7. Motivo de viaje de visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

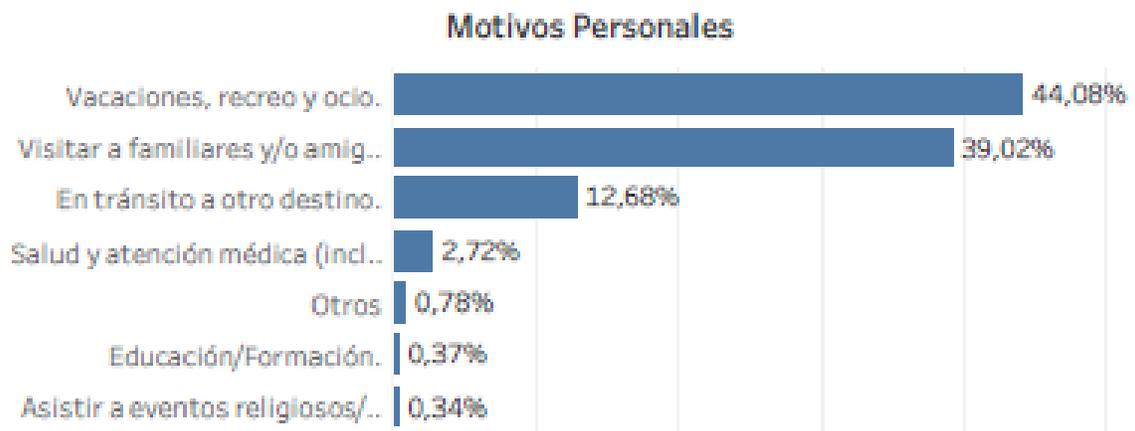


Figura N°A8. Motivo de viaje personal de visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018



Figura N°A9. Motivo de viaje profesional o de negocios de visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

4.2 CARACTERIZACIÓN DEL VIAJE

Tipo de Transporte

En el mes de octubre de 2018, El 72,25% de los viajeros que visitaron la ciudad de Cali se transportaron por vía aérea para arribar al destino, el 26,08% lo hizo a través del servicio de transporte terrestre de pasajeros, mientras el 1,68% lo hicieron por otros medios como el uso de vehículo propio, en vehículos de familiares o amigos, o alquiler de vehículos. Mientras que, para movilizarse dentro del destino, los visitantes utilizaron principalmente el servicio de transporte terrestre como principal modo de transporte (61,24%) y el uso de vehículos de amigos o familiares (36,36%).



Figura N°M10. Transporte utilizado para llegar al Valle del Cauca. Periodo: mes octubre. Año: 2018



Figura N°M11. Transporte utilizado para movilizarse dentro del Valle del Cauca. Periodo: mes octubre. Año: 2018

Al tener en cuenta la tendencia de los últimos años, es posible indicar que el 64,71% de los visitantes que han arribado a la ciudad de Cali se transportaron por vía aérea, el 31,58% lo hicieron a través del servicio de transporte terrestre de pasajeros y el solo el 7,39% lo hicieron en vehículo propio. En cuanto al transporte dentro del departamento, el 73,74% de los pasajeros que han arribado a la ciudad de Cali se han movilizadо en servicio de transporte terrestre de pasajeros, el 22,46% lo han hechos en vehículos de amigos y/o familiares, y el 3,8% lo han hecho por otros medios como con el uso de vehículo propio, transporte terrestre de excursionistas, alquiler de vehículos, servicio de transporte terrestre intermunicipal, entre otros.

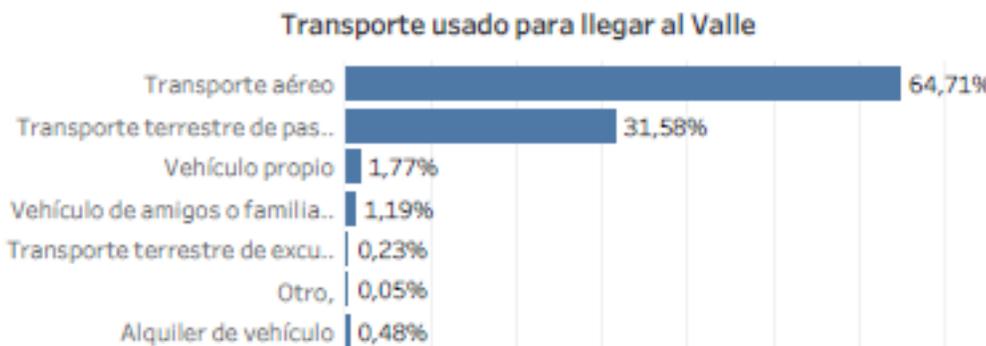


Figura N°A10. Transporte utilizado para llegar al Valle del Cauca. Periodo: 2017-2018

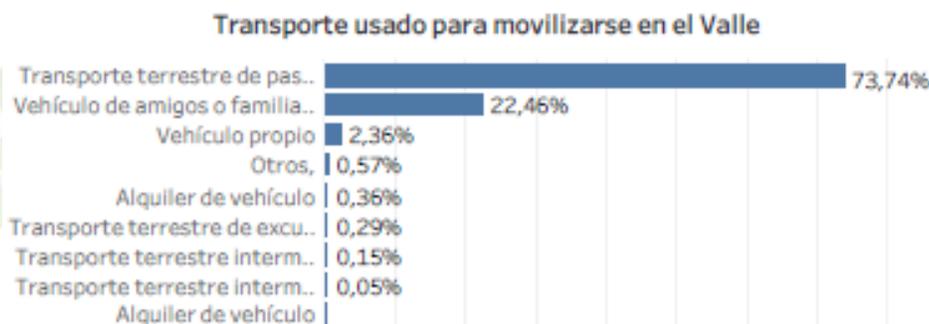


Figura N°A11. Transporte utilizado para movilizarse dentro del Valle del Cauca. Periodo: 2017-2018

Estancia

En el mes de octubre de 2018, la estancia promedio de los viajeros que visitaron la ciudad de Cali fue de 6,6 noches. Aunque se encontró que, en el mes de octubre de 2018, el 50% de los visitantes permanecieron durante su viaje 5 noches o menos en el destino.



Figura N°M12. Estancia promedio de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018



Figura N°M13. Estancia de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018

La tendencia de los últimos años indica que el número de noches promedio que permanecen los visitantes que han arribado a la ciudad de Cali ha sido de 9,02 noches, tal que el 50% de los visitantes han permanecido 6 noches o menos en el destino durante su estancia.

Estancia	
Mediana Estancia	6,00
Prom. Estancia	9,02

Figura N°A12. Estancia promedio de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018



Figura N°A13. Estancia de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

Alojamiento

El 33,78% de los turistas que arribaron a la ciudad de Cali durante el mes de octubre se hospedaron en establecimientos comerciales, mientras el 66,22% lo hicieron en establecimientos no comerciales. De manera detallada, se encontró que el 65,29% de los turistas que se alojaron principalmente en casa de familiares o amigos, el 29,48% lo hicieron en hoteles, y el 5,23% lo hicieron en hostales, albergues o refugios, en casas o apartamentos arrendados.

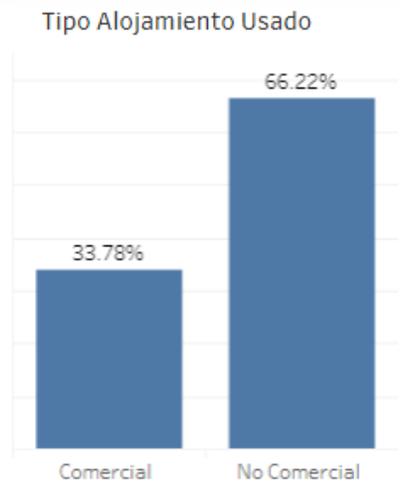


Figura N°M14. Tipo de alojamiento utilizado por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali.

Periodo: mes octubre. Año: 2018

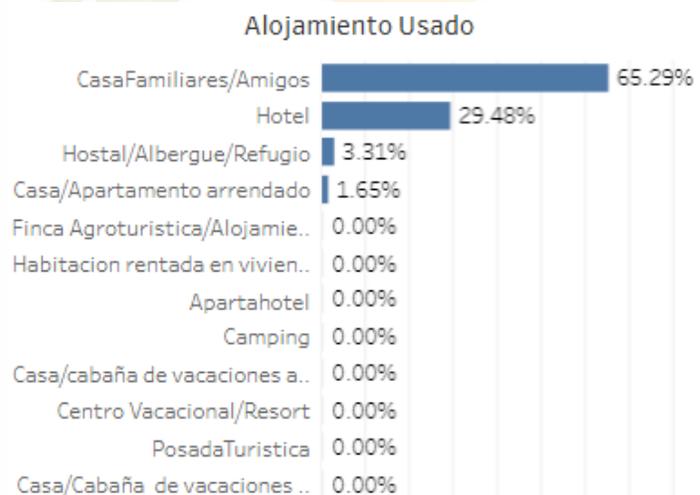


Figura N°M15. Tipo de alojamiento utilizado por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali.

Periodo: mes octubre. Año: 2018

En los últimos años, entre 2017 y lo corrido de 2018, el 37,88% de los visitantes que ha recibido la ciudad de Cali se han alojado en establecimientos comerciales, mientras el 62,12% lo hicieron en establecimientos no comerciales. En cuanto a la modalidad de alojamiento utilizada, se identificó que el 63,37% de los visitantes se alojaron en casa de familiares y/o amigos, el 31,33%

se hospedaron en hoteles y el 5,3% restante lo hicieron en otro tipo de alojamiento como hostales, casas, apartamentos arrendados u otros.

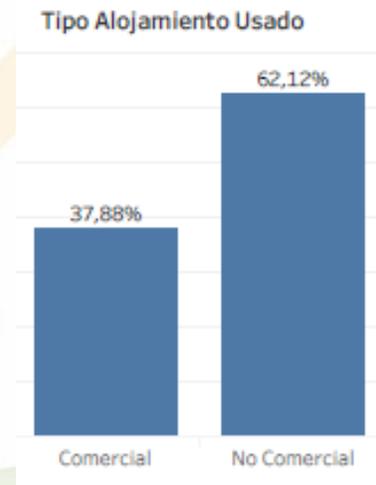


Figura N°A14. Tipo de alojamiento utilizado por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali.

Periodo: 2017-2018

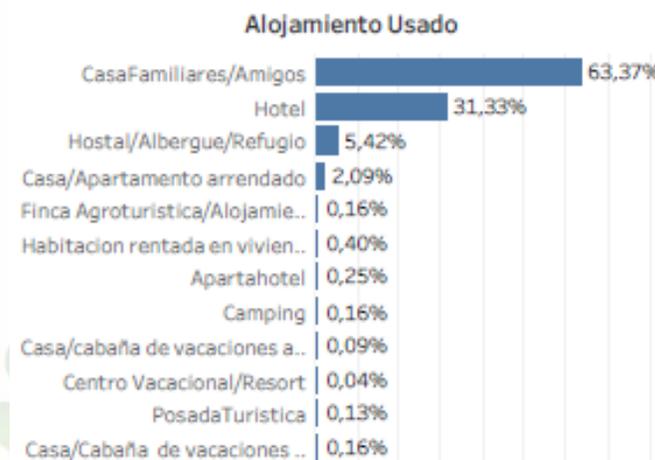


Figura N°A15. Tipo de alojamiento utilizado por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali.

Periodo: 2017-2018

Actividades

En el mes de octubre de 2018, el 87,32% de los visitantes que arribaron a la ciudad de Cali realizaron alguna actividad en el destino. De estos, el 66,85% visitó centros comerciales; el 67,4% recorrieron calles y parques del casco urbano; el 44,93% visitaron parques naturales, cascadas,

pozos, ríos y/o balnearios; y el 26,03% visitaron museos, casas de la cultura, iglesias, santuarios y/o museos.

De los turistas que visitaron parques naturales, el 67,07% de ellos recorrieron miradores paisajísticos; el 59,76% frecuentaron ríos, pozos y balnearios; el 25% visitaron zoológicos y el 9,76% visitaron cascadas. En cuanto a actividades deportivas, se encontró que el 71,43% de los que realizaron este tipo de actividad practicaron senderismo, mientras el 40% practicó otro tipo, diferente a rafting, escalada, rappel, bungee o espelelismo.

Por otro lado, cabe destacar que los parques temáticos más visitados durante el mes de octubre fueron: el Parque de la Caña (45,83%), el Acquaparque Tardes Caleñas (37,5%), el Ecoparque Pance (25%) y el Centro Vacacional Lago Calima (4,17%).



Figura N°M16. Visitantes recibidos por la ciudad de Cali que realizaron actividades. Periodo: mes octubre. Año: 2018

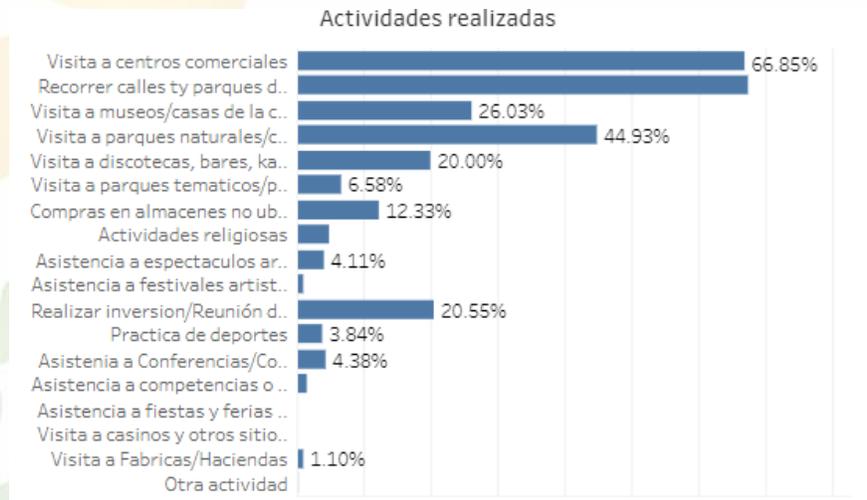


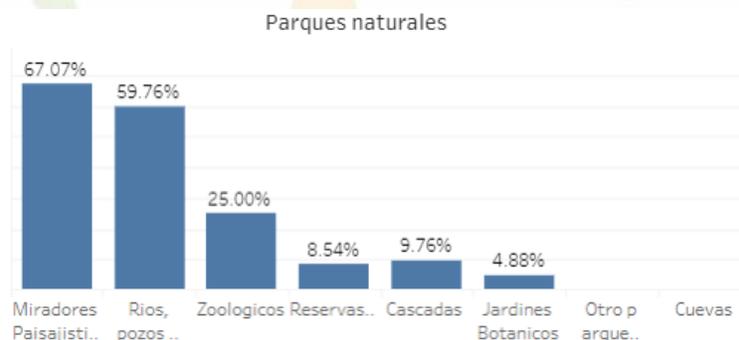
Figura N°M16.1. Actividades que realizaron los visitantes recibidos por la ciudad de Cali.

Periodo: mes octubre. Año: 2018



Figura N°M17. Actividades deportivas realizadas los visitantes recibidos por la ciudad de Cali.

Periodo: mes octubre. Año: 2018



Asociación Hotelera y Turística del Valle del Cauca- COTELVALLE

Calle 3 # 24C - 33 Barrio San Fernando 485 57 53- 54 315 5783432
Cali- Colombia

Figura N°M18. Parques naturales frecuentados por os visitantes recibidos por la ciudad de Cali.

Periodo: mes octubre. Año: 2018

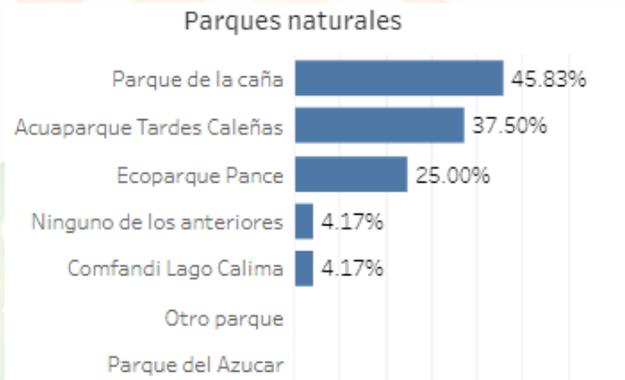


Figura N°M19. Parques temáticos frecuentados por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali.

Periodo: mes octubre. Año: 2018

Entre el año 2017 y lo corrido de 2018, se ha encontrado que, en cuanto a las actividades, los visitantes frecuentan principalmente centros comerciales propios de la ciudad (73,03%); recorren calles y parques del casco urbano (68,6%); visitan parques naturales, cascadas, ríos, pozos y balnearios (48,25%); y visitan museos, casas de la cultura, iglesias, santuarios y monumentos (42,44%); entre otras. De manera desagregada, en cuanto a actividades deportivas, puede indicarse que la actividad más practicada ha sido el senderismo (66,74%); en el caso de parques naturales, son los miradores turísticos los más concurridos por los visitantes que han arribado a la ciudad (66,18%); entre los parques temáticos que han atraído a los turistas receptivos ha sido el Ecoparque del Río Pance (45,87%), seguido por el Acquaparque Tardes Caleñas (37,5%) y el Parque de la caña (32,42%). Lo anterior, sin mencionar que las fábricas de dulces típicos son las más frecuentadas en la categoría de turismo de haciendas y centros de producción, al captar el 70,73% del mismo.

Realizó actividades

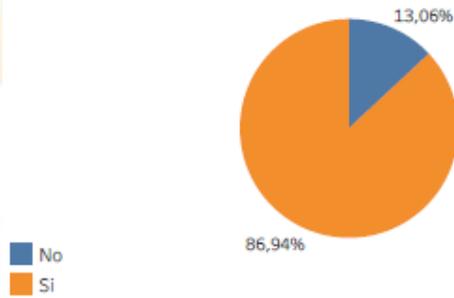


Figura NªA16. Visitantes recibidos por la ciudad de Cali que realizaron actividades. Periodo: 2017-2018

Actividades realizadas

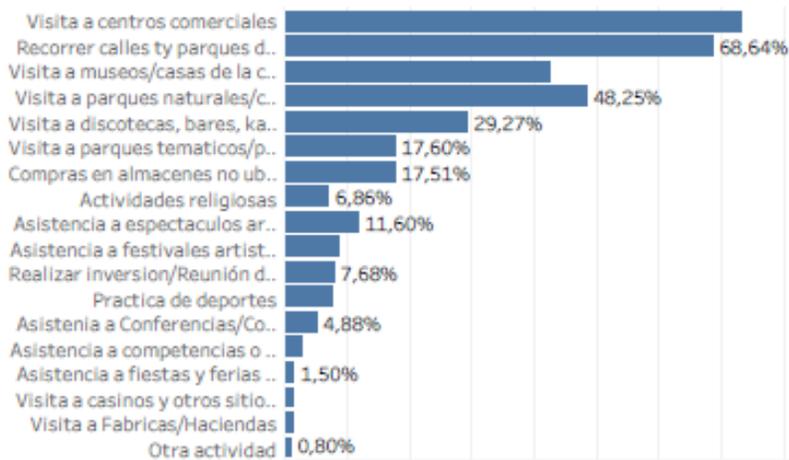


Figura NªA16.1. Actividades que realizaron los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018



Figura N°A17. Actividades deportivas realizadas los visitantes recibidos por la ciudad de Cali.

Periodo: 2017-2018



Figura N°A18. Parques naturales frecuentados por os visitantes recibidos por la ciudad de Cali.

Periodo: 2017-2018

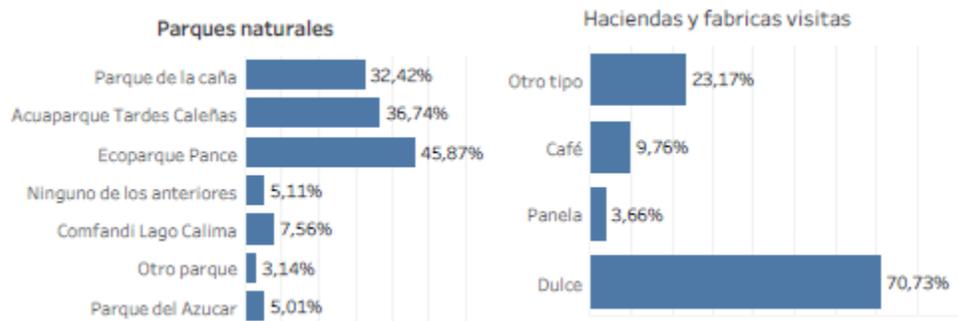


Figura N°A19. Tipos de fábricas y parques temáticos frecuentados por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

Gastos

Durante el mes de octubre de 2018, el costo de viaje promedio (incluyendo gastos de transporte) fue de \$ 578.515, mientras el gasto promedio receptivo, es decir, el realizado durante la estancia en el destino (sin incluir costos de transporte) fue de \$ 300.008. Al considerarlo de manera diaria, se encontró que el gasto promedio diario de los visitantes que arribaron a la ciudad de Cali Valle del Cauca durante el mes en cuestión fue de 60.002 (sin incluir gastos de transporte para arribar al destino), en tanto que fue de \$ 115.743 si se consideran los gastos incurridos para transportarse hasta este.



Figura N^oM20. Gasto promedio de viaje realizado por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018

En cuanto a los gastos por tipo, se identificó que los gastos de mayor volumen realizados por los turistas estuvieron asociados a los gastos de servicios médicos que alcanzaron un total de \$ 5.000.000, los cuales fueron seguidos por los gastos realizados en cursos o talleres de enseñanza, que alcanzaron un valor de \$ 1.000.000. En cuanto a los gastos de alojamiento, se identificó que el valor promedio pagado por los turistas en este servicio alcanzó un valor promedio de \$ 325.484. En cuanto a otro tipo de gastos, puede mencionarse que en compra de bienes duraderos los visitantes gastaron un promedio de \$ 288.792, \$200.000 en asistencia a conferencias y \$ 157.140 en actividades recreativas. Por otro lado, puede desatacarse que uno de los mayores

gastos en los que deben incurrir dichos viajeros es el de transporte aéreo, que fue en promedio de \$ 2.670.000 solamente durante el mes en cuestión.

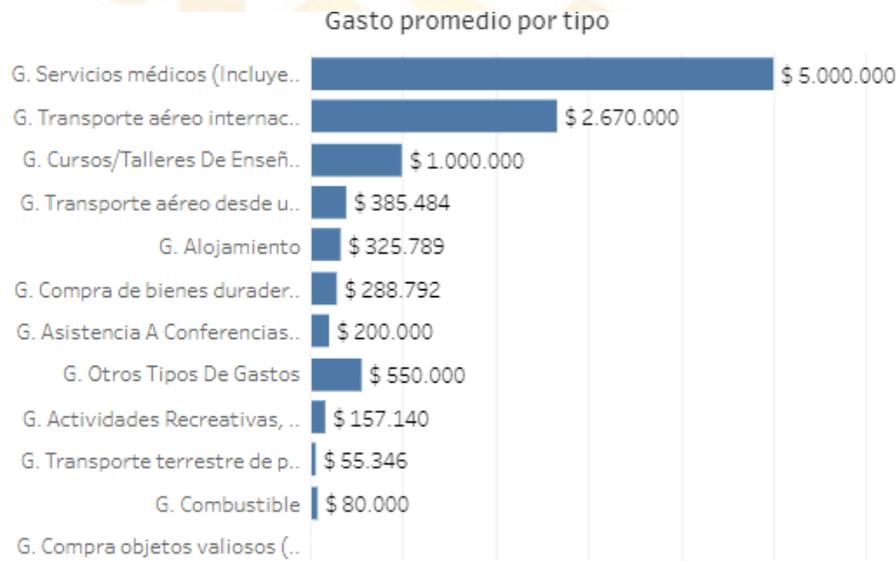


Figura N°M21. Gasto promedio de viaje por rubro realizado por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018

La tendencia histórica muestra que los visitantes gastan en promedio \$ 712.031 durante el viaje, y de \$ 340.102, en promedio, sin tener en cuenta gastos de viaje. desde la perspectiva diaria, los gastos promedio ha resultado ser en promedio de \$ 118.672, mientras que sin incluir gastos de transporte este valor resulta ser de \$ 57.360. En términos desagregados, los gastos incurridos en servicios médicos por parte de los visitantes que ha recibido la ciudad de Cali, entre 2017 y lo corrido de 2018, han resultado ser en promedio de \$ 2.105.263; los gastos en transporte aéreo han sido de \$ 1.979.082; los gastos por la participación en cursos y talleres de enseñanza han sido en promedio de \$ 1.000.000; y los gastos en alojamiento han sido en promedio de \$ 263.156.

En cuanto a los gastos de viaje costeados por terceros, se ha encontrado que entre 2017 y lo corrido de 2018, los principales rubros han sido: alimento y bebidas (48,16%), gastos de transporte aéreo nacional (32,07%), actividad recreativa o culturales (20,04%) y gastos en transporte terrestre nacional (14,71%).



Figura N^oA20. Gasto promedio de viaje realizado por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

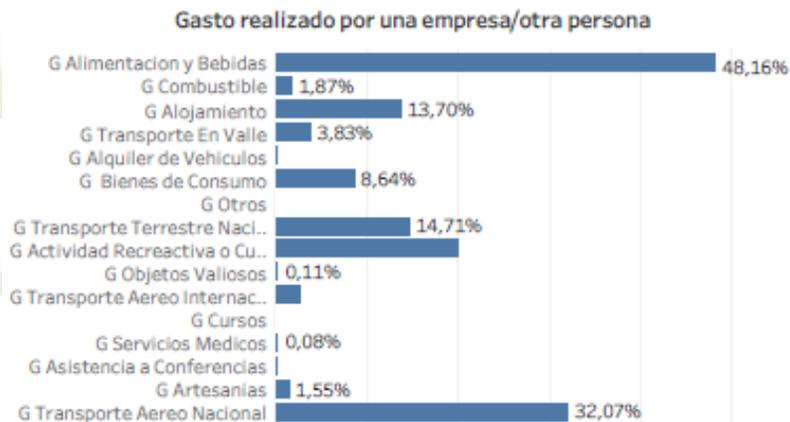


Figura N°A21. Gasto promedio de viaje por rubro realizado por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali y rubros financiados por terceros. Periodo: 2017-2018

4.3 PERCEPCIÓN

Calificación del servicio de alojamiento

En el mes de octubre de 2018, se encontró que los turistas que viajaron a la ciudad de Cali calificaron predominantemente como bueno: el estado del edificio en el que se alojaron (95,16%), la higiene y limpieza (95,15%), el estado de los muebles (95,16%), el estado de las sábanas (95,97%), el trato del personal (95,87%), el sabor de las comidas (95,18%) y precios (97,14%). En términos generales, el 95,16% de los turistas alojados en la ciudad de Cali calificaron como buena la experiencia del servicio de alojamiento recibido.

Estado del edificio		Higiene y limpieza		Estado de muebles		Estado sábanas	
Bueno	95,16%	Bueno	95,16%	Bueno	95,16%	Bueno	95,97%
Regular	4,84%	Regular	4,84%	Regular	4,84%	Regular	4,03%
Trato del personal		Sabor de las comidas		Precios		Valoración General	
Bueno	95,87%	Bueno	95,18%	Bueno	97,14%	Bueno	95,16%
Regular	4,13%	Regular	4,82%	Regular	2,86%	Regular	4,84%

Figura N°M22. Percepción sobre el servicio de alojamiento de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018

Mientras que, entre 2017 y lo corrido de 2018, los visitantes han calificado como bueno: el estado de los edificios (86,13%), la higiene y limpieza de los establecimientos (88,58%), el estado de los muebles (86,21%), estado de sábanas (88,97%), trato del personal (90,79%), sabor de las comidas (84,49%) y precios (86,76%). De este modo, la mayor porción de los visitantes ha calificado de manera general como bueno el servicio del alojamiento (86,13%).

Estado del edificio		Higiene y limpieza		Estado de muebles		Estado sábanas	
Bueno	86,13%	Bueno	88,58%	Bueno	86,21%	Bueno	88,97%
Regular	13,46%	Regular	11,06%	Regular	13,15%	Regular	10,81%
Malo	0,41%	Malo	0,37%	Malo	0,64%	Malo	0,23%
Trato del personal		Sabor de las comidas		Precios		Valoración General	
Bueno	90,79%	Bueno	84,49%	Bueno	86,76%	Bueno	86,13%
Regular	8,83%	Regular	13,13%	Regular	12,10%	Regular	13,46%
Malo	0,38%	Malo	2,39%	Malo	1,14%	Malo	0,41%

Figura N^oA22. Percepción sobre el servicio de alojamiento de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

Calificación servicio de provisión de alimentos

En el mes de octubre de 2018, se evidenció que los visitantes que recibió la ciudad de Cali calificaron principalmente como bueno en cuanto al servicio de provisión de alimentos: el sabor de los platos (93,09%), la variedad de restaurantes (93,75%), el trato del personal (92,08%), la higiene y limpieza (93,73%) y precios (90,79%). Debido a los resultados anteriores, el 93,09% de los visitantes calificaron como bueno el servicio general de provisión de alimentos, ya que solo el 6,91% lo calificaron como regular.

Sabor de los platos		Variedad de restaurantes		Trato del personal	
Bueno	93,09%	Bueno	93,75%	Bueno	92,08%
Regular	6,91%	Regular	6,25%	Regular	7,92%
Higiene y limpieza		Precios		Valoración general	
Bueno	93,73%	Bueno	90,79%	Bueno	93,09%
Regular	6,27%	Regular	9,21%	Regular	6,91%

Figura N^oM23. Percepción sobre el servicio de provisión de alimentos de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018

La tendencia de los últimos años, en cuanto al servicios de la oferta de provisión de alimentos, los visitantes calificaron como bueno: el sabor de los platos (89,91%), variedad de restaurantes (89,22%), trato del personal (91,56%), la higiene y limpieza (91,4%) y precios (87,68%). Por ello, en términos generales, el 89,91% de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali calificaron como bueno el servicio de provisión de alimentos.

Sabor de los platos		Variedad de restaurantes		Trato del personal	
Bueno	89,91%	Bueno	89,22%	Bueno	91,56%
Regular	9,75%	Regular	10,44%	Regular	8,31%
Malo	0,34%	Malo	0,34%	Malo	0,13%
Higiene y limpieza		Precios		Valoración general	
Bueno	91,40%	Bueno	87,68%	Bueno	89,91%
Regular	8,51%	Regular	11,83%	Regular	9,75%
Malo	0,09%	Malo	0,49%	Malo	0,34%

Figura N°A23. Percepción sobre el servicio de provisión de alimentos de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

Calificación del medio ambiente

En el mes de octubre de 2018, en cuanto a factores ambientales, la mayor proporción de los visitantes calificaron como bueno: la calidad del agua (98,58%), la limpieza y conservación de los lugares visitados (87,5%). Sin embargo, aunque el 95,01% de los visitantes calificaron de manera general como bueno los factores ambientales, se encontró que el 26,09% calificaron como regular la limpieza y aseo de los municipios visitados, en tanto que el 69,57% lo calificaron como bueno y el 4,35% como mala.

Limpieza y aseo de los municipios visitados		Calidad del agua		Limpieza y conservación de los lugares visitados		Valoración general	
Bueno	69,57%	Bueno	98,58%	Bueno	87,50%	Bueno	95,01%
Regular	26,09%	Regular	1,42%	Regular	11,25%	Regular	4,71%
Malo	4,35%	Malo		Malo	1,25%	Malo	0,28%

Figura N°M24. Percepción sobre los factores ambientales del destino por parte de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018

Cabe destacar que, en términos generales, el 75,24% de los visitantes que han arribado a la ciudad de Cali en los últimos años han calificado como buenos los factores ambientales propios. De manera detallada, los aspectos mejor calificados fueron la calidad del agua (98,58%), la limpieza y conservación de los lugares visitados (74,31%) y, por último, la limpieza y aseo de los municipios visitados (66,93%).

Limpieza y aseo de los municipios visitados		Calidad del agua		Limpieza y conservación de los lugares visitados		Valoración general	
Bueno	66,93%	Bueno	98,58%	Bueno	74,31%	Bueno	75,24%
Regular	30,54%	Regular	1,42%	Regular	23,36%	Regular	22,89%
Malo	2,53%			Malo	2,33%	Malo	1,87%

Figura N°A24. Percepción sobre los factores ambientales del destino por parte de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

Calificación de actividades de ocio

En cuanto al ocio, en el mes de octubre de 2018, los viajeros calificaron como bueno: la hospitalidad de los residentes (90%), las actividades deportivas (75%), las actividades culturales (70%), los parques (67,4%) y las discotecas (69,57%). De manera general, el 71,25% de los visitantes que arribaron a la ciudad de Cali, calificaron como buenas las actividades de ocio propias del destino.

Hospitalidad		Actividades deportivas		Actividades culturales	
Bueno	90,00%	Bueno	75,00%	Bueno	70,00%
Regular	10,00%	Regular	25,00%	Regular	30,00%
Parques		Discotecas		Valoración general	
Bueno	67,39%	Bueno	69,57%	Bueno	71,25%
Regular	32,61%	Regular	30,43%	Regular	28,75%

Figura N^oM25. Percepción de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali sobre las actividades de ocio del destino. Periodo: mes octubre. Año: 2018

En los últimos años, el 87,47% de los visitantes que arribaron a la ciudad de Cali calificaron como buenas, de manera general, las actividades o atractivos propios del destino. De manera desagregada, los mejor calificados fueron la hospitalidad (93,15%), discotecas (86,42%), parques (84,73%), actividades culturales (84,25%) y actividades deportivas (80,18%).

Hospitalidad		Actividades deportivas		Actividades culturales	
Bueno	93,15%	Bueno	80,18%	Bueno	84,25%
Regular	6,76%	Regular	18,55%	Regular	15,31%
Malo	0,09%	Malo	1,27%	Malo	0,44%
Parques		Discotecas		Valoración general	
Bueno	84,73%	Bueno	86,42%	Bueno	87,47%
Regular	14,99%	Regular	13,28%	Regular	12,43%
Malo	0,29%	Malo	0,31%	Malo	0,10%

Figura N^oA25. Percepción de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali sobre las actividades de ocio del destino. Periodo: 2017-2018

Calificación de valoración general e infraestructura

En el mes de octubre de 2018, el 93,1% de los visitantes que arribaron al Valle del Cauca calificaron este destino como bueno, tal que solo el 6,9% lo calificaron como regular. En este sentido, aunque el 87,21% de los visitantes calificaron como bueno el estado de las carreteras, tal que solo el 48,09% calificaron de dicha manera el transporte local y el 46,37% hizo lo propio frente al tema de seguridad. En cuanto a estos últimos, se encontró que el 41,7% calificaron como regular el servicio de transporte local y el 51,4% calificó como regular la seguridad del destino.

Transporte local		Estado de carreteras		Seguridad		Valoración general del destino	
Bueno	48,09%	Bueno	84,21%	Bueno	46,37%	Bueno	93,1%
Regular	41,70%	Regular	15,79%	Regular	51,40%	Regular	6,9%
Malo	10,21%	Malo		Malo	2,23%	Malo	

Figura N°M26. Percepción de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali sobre la infraestructura del destino. Periodo: mes octubre. Año: 2018

En los últimos años, el 95,3% de los visitantes han valorado como buena la infraestructura del destino, en términos generales. Tal que, de manera desagregada, el estado de carreteras ha sido el mejor calificado (68,92%), seguido por el tema de seguridad (59,17%) y el transporte local (59%).

Transporte local		Estado de carreteras		Seguridad		Valoración general del destino	
Bueno	59,00%	Bueno	68,92%	Bueno	59,17%	Bueno	95,3%
Regular	37,76%	Regular	28,88%	Regular	38,36%	Regular	4,6%
Malo	3,24%	Malo	2,20%	Malo	2,47%	Malo	0,2%

Figura N°A26. Percepción de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali sobre la infraestructura del destino. Periodo: 2017-2018

4.4 RECOMPRA

En cuanto a la potencial recompra del destino, en el mes de octubre de 2018 se encontró que el 99,28% de los viajeros volvería de nuevo al destino por distintos motivos. Además, cabe destacar que el 94,02% afirmaron que recomendarían la ciudad de Cali como destino turístico, lo cual resulta importante en la medida que se considera que el 72,4% han visitado el destino menos de dos ocasiones, es decir, que puede tenerse una alta tasa de recompra en la medida que se garantiza una amplia satisfacción del viajero y una buena experiencia dentro del destino, en el marco de su primera impresión. Con respecto a los demás visitantes, se encontró que solamente el 18,42% han visitado la ciudad de Cali entre 3 y 5 ocasiones, y el 7,18% afirmaron haber visitado la capital del Valle del Cauca en más de 5 ocasiones.

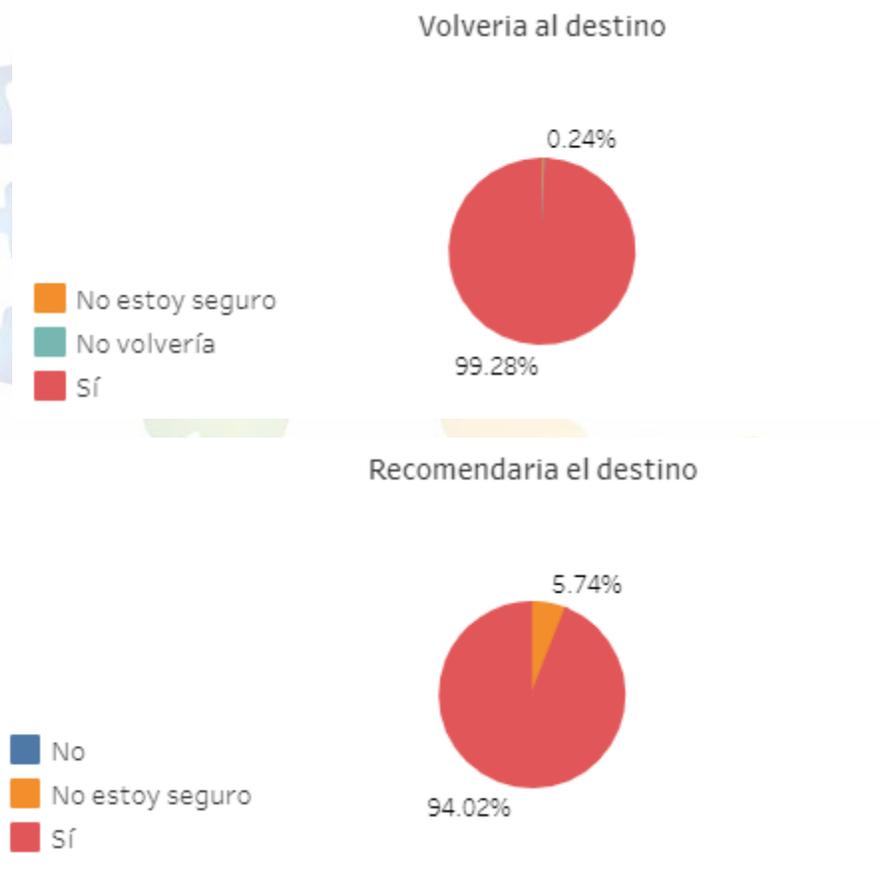


Figura N°M27. Recompra potencial del destino por parte de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: mes octubre. Año: 2018



Figura N°M28. Número de visitas realizadas por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali.

Periodo: mes octubre. Año: 2018

Al observar el promedio de los últimos años, es posible encontrar que el 94,06% de los viajeros receptivos que visitaron el destino afirmaron que volverían en otra ocasión, mientras el 91,93% lo recomendarían. Con respecto al número de visitas realizadas, cabe destacar que la ciudad de Cali no cuenta con una participación de recompra alta, ya que solo el 17,86% de los viajeros mencionados afirmaron haberla visitado por más de 3 ocasiones, mientras que el 82,14% afirmó haber arribado a ella en menos de dos ocasiones.



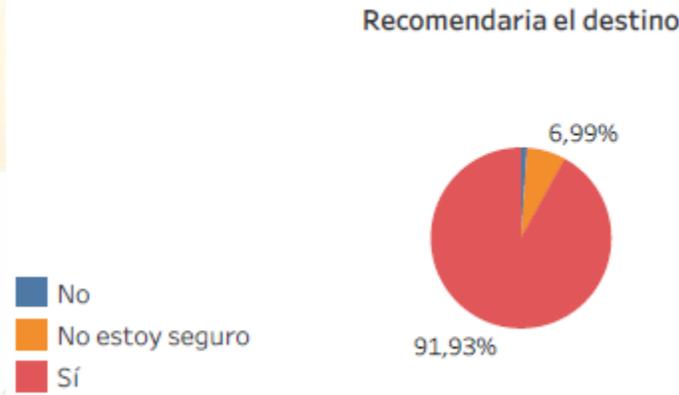


Figura N^oA27. Recompra potencial del destino por parte de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018



Figura N^oA28. Número de visitas realizadas por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali. Periodo: 2017-2018

4.5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En este apartado, se indagó por el conocimiento previo que tenían del destino de los viajeros que visitaron la ciudad de Cali durante el mes de octubre de 2018, es decir, si realizaron alguna búsqueda previa a través de algún tipo de fuente de información. A este respecto, se encontró que el 100% de los visitantes realizaron alguna búsqueda durante el pre-viaje. De ellos, el 53,35% tuvieron como principal fuente de información los familiares y amigos, el 33,25% realizaron

búsquedas por internet, el 43,3% ya conocía el destino y el 8,85% de ellos utilizaron medios de comunicación. En tanto que solo el 0,48% emplearon otras fuentes de información diferente a las mencionadas.

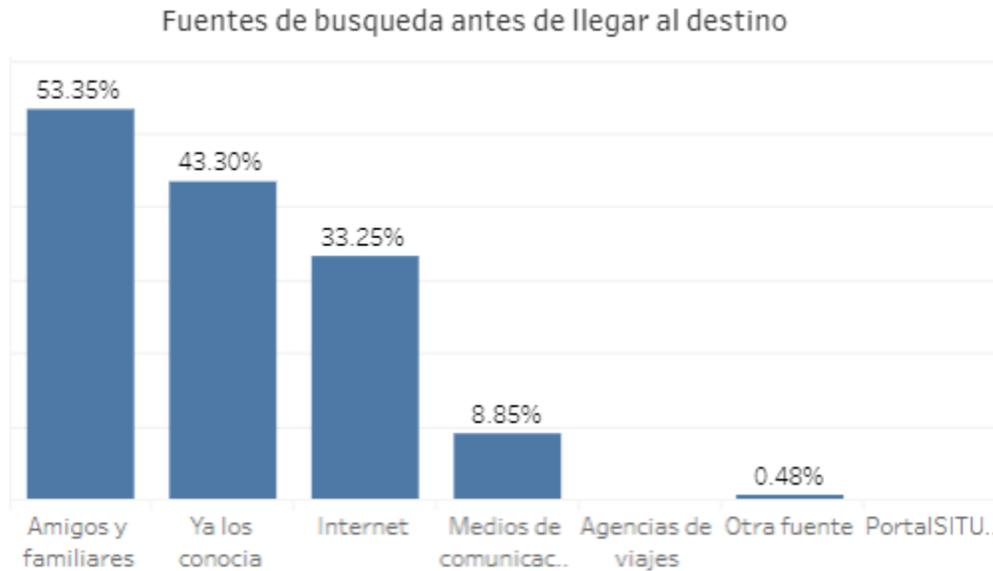


Figura N°M29.Principales fuentes de información utilizada por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali en el pre-viaje. Periodo: mes octubre. Año: 2018

Por otro lado, durante el viaje, el 100% de los visitantes buscaron información sobre las atractivos del destino, utilizando como fuente principal el consejo de familiares (47,37%), la búsqueda en internet (25,36%), a través del hotel en el que se alojaron (13,64%), otros turistas (4,78%) y otros medios (8,13%), En tanto que el 25,36% de los visitantes recibidos durante el mes de octubre no buscaron algún tipo de información durante su estancia. De la experiencia de viaje, se detectó que solo el 41,39% de los visitantes que arribaron al destino compartieron fotos de las experiencias vividas, empleando principalmente medios como Facebook (76,3%), Instagram (31,21%), Twitter (6,36%) y otras redes (6,36%).

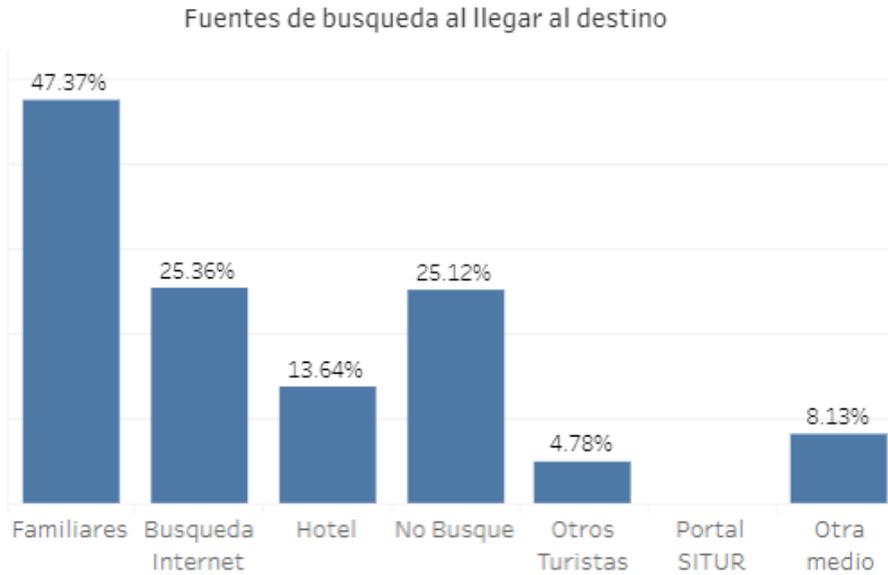


Figura N°M30. Principales fuentes de información utilizada por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali durante el viaje. Periodo: mes octubre. Año: 2018

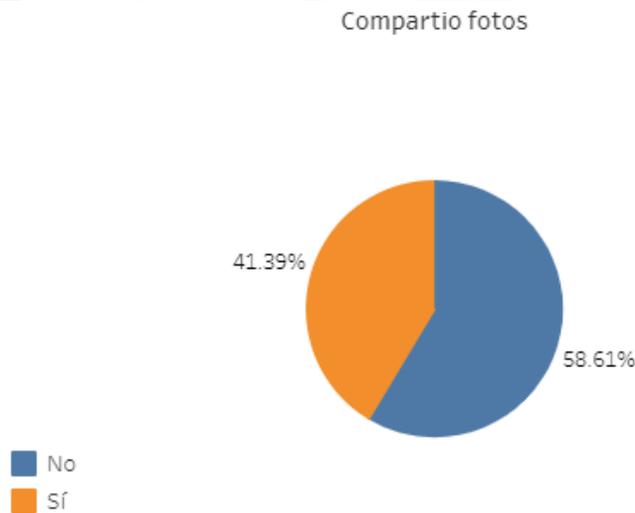


Figura N°M31. Proporción de visitantes recibidos por la ciudad de Cali que compartieron fotos de su experiencia. Periodo: mes octubre. Año: 2018

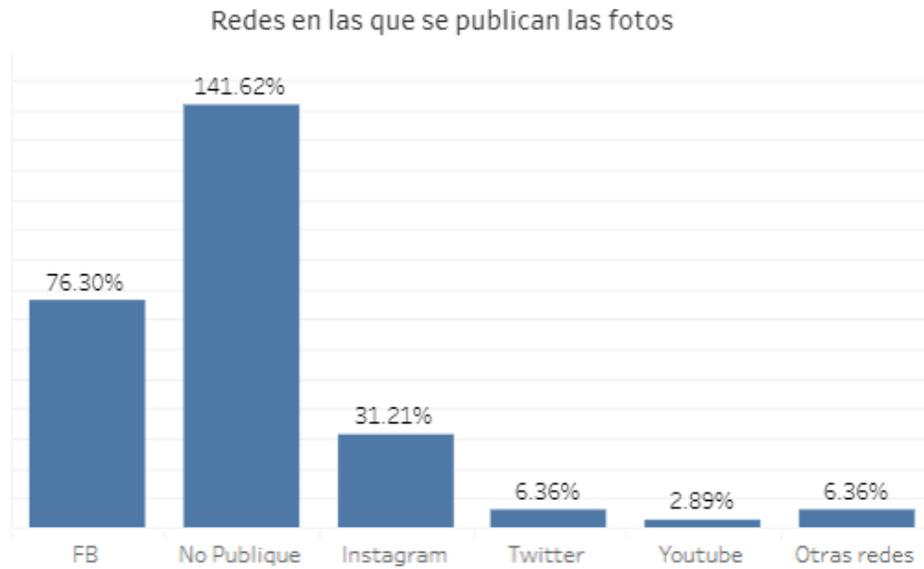


Figura N°M32. Principales medios utilizados por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali para compartir sus experiencias de viaje. Periodo: mes octubre. Año: 2018

La tendencia histórica del comportamiento de los visitantes que han arribado a la ciudad de Cali, indica que el 80,47% de los visitantes recibidos por la ciudad de Cali han buscado información previa del destino antes de arribar a este, tal que solo el 19,53% no realizaron búsqueda alguna. En cuanto a las principales fuentes utilizadas, se identificó que el 66,6% lo hicieron través de familiares y amigos, el 41,82% lo hizo a través de internet y el 7,71% a través de medios de comunicación, mientras el 39,63% no tuvo que buscarlo, pues ya lo conocían con anterioridad.

Fuentes de búsqueda antes de llegar al destino

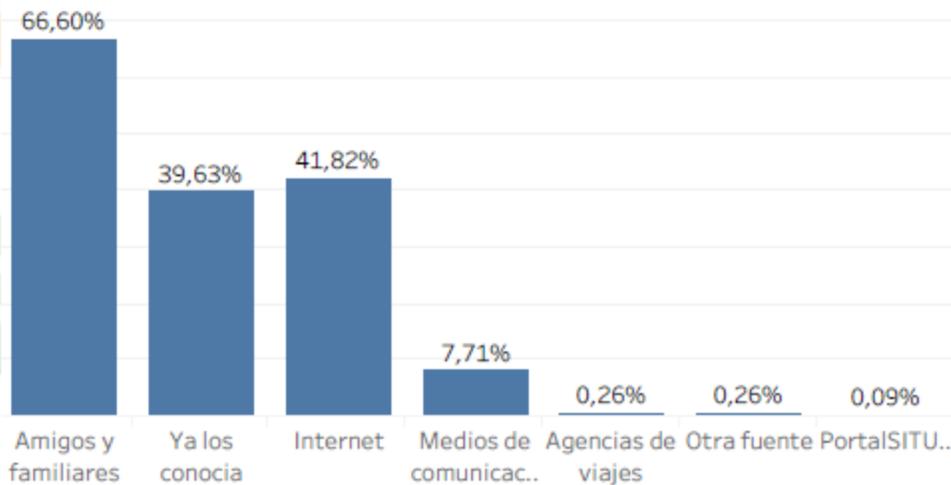


Figura N^oA29. Principales fuentes de información utilizada por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali en el pre-viaje. Periodo: 2017-2018

En cuanto a las fuentes que han utilizado los visitantes para informarse sobre la oferta de la ciudad durante su viaje, en los últimos años, ha sido a través de familiares (57,01%), la búsqueda en internet (29,75%), del hotel en el que se alojaron (19,31%), otros turistas (11,7%) y el portal SITUR Valle del Cauca (0,18%), mientras 27,75% no buscaron información de las actividades o atractivos del destino durante su viaje. Por último, puede indicarse que, en cuanto al uso de redes sociales, el principal motor de difusión de experiencias ha sido Facebook, a través del cual han publicado el 70,41% de los visitantes, e Instagram, que ha sido utilizado por el 46,35% de los visitantes que ha recibido la ciudad de Cali en los últimos años. A pesar de ello, solo el 38,91% de los visitantes compartieron fotos de su experiencia en el destino, mientras que el 61,09% no lo hicieron.

Fuentes de búsqueda al llegar al destino

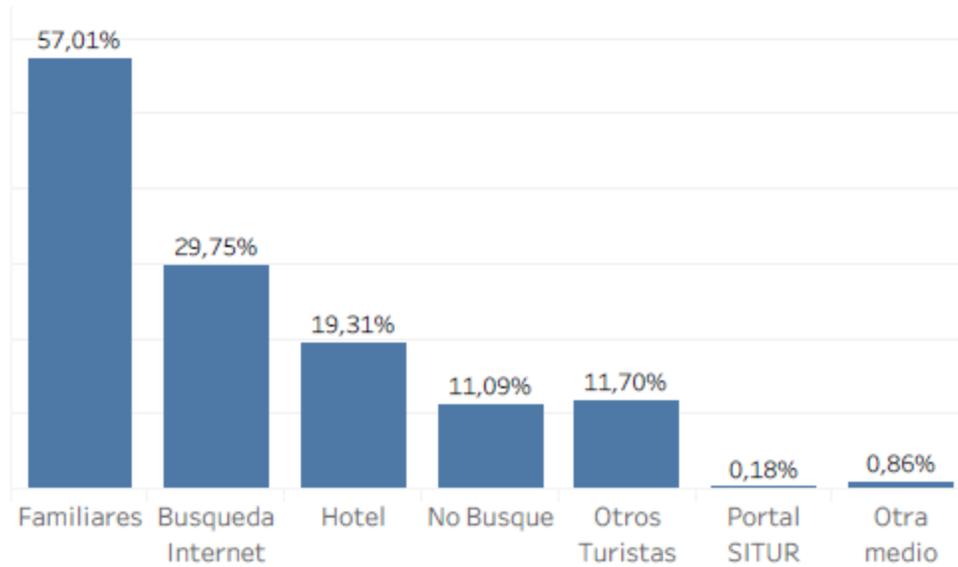


Figura NªA30. Principales fuentes de información utilizada por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali durante el viaje. Periodo: 2017-2018

Compartio fotos

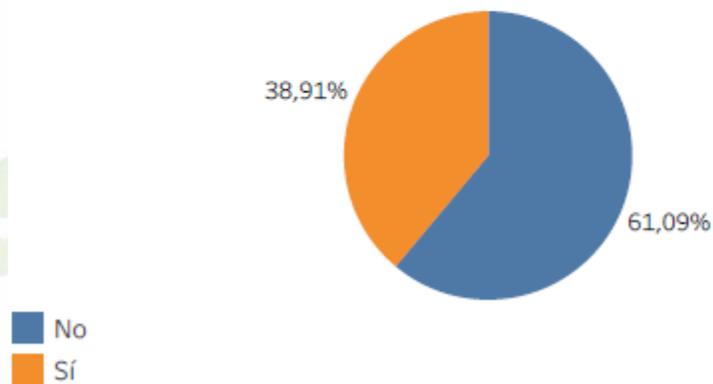


Figura NªA31. Proporción de visitantes recibidos por la ciudad de Cali que compartieron fotos de su experiencia. Periodo: 2017-2018

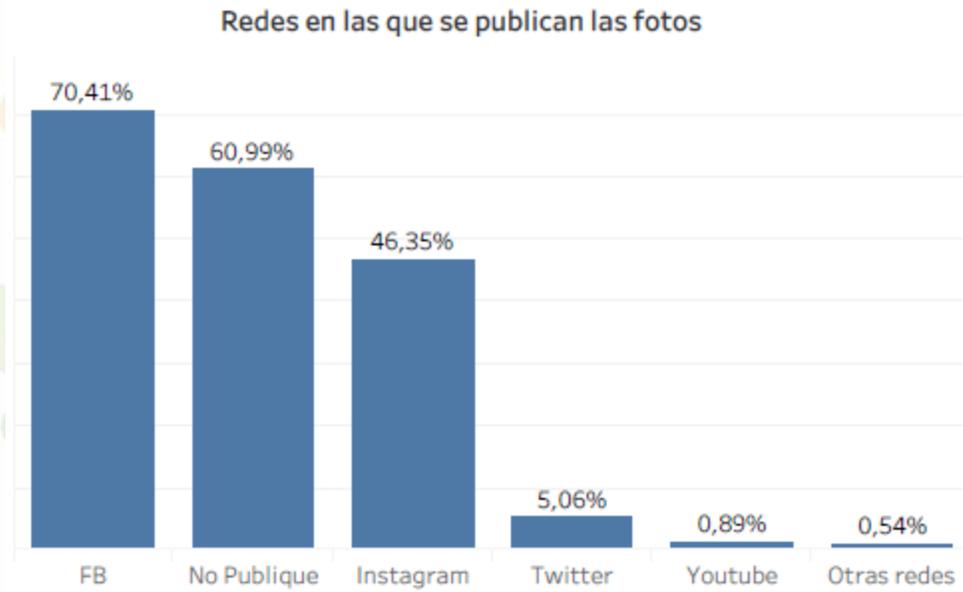


Figura NªA32. Principales medios utilizados por los visitantes recibidos por la ciudad de Cali para compartir sus experiencias de viaje. Periodo: 2017-2018



SITUR
Sistema de Información Turística
Valle del Cauca



cotelco

Asociación Hotelera y Turística de Colombia

CAPÍTULO
VALLE DEL CAUCA