

CAPÍTULO 1

Dinámica del mercado turístico del Valle del Cauca

Dynamics of the tourism market of Valle del Cauca

Luz Aleidy Ortega Castañeda*

© <https://orcid.org/0000-0003-2839-274X>
Universidad Santiago de Cali. Palmira, Colombia

Diego Armando Galvis Serna***

© <https://orcid.org/0000-0002-5814-6665>
Universidad Santiago de Cali. Palmira, Colombia

Neicy Johana Suarez Macedo**

© <https://orcid.org/0000-0001-6091-3942>
Universidad Santiago de Cali. Palmira, Colombia

Resumen. El Valle del Cauca es un departamento colombiano con gran potencial para el turismo. En los últimos diez años ha incrementado el número de visitantes a su territorio y se consolida como una de las cinco primeras opciones para los viajeros nacionales y extranjeros. Por lo anterior, este documento presenta un análisis cualitativo basado en fuentes secundarias donde se exponen las características principales, los beneficios,

* luzortega@usc.edu.co. Nacionalidad Colombiana. Especialista en Desarrollo Humano y Organizacional, Magister en Administración, Administradora de Empresas. Miembro grupo de investigación GISESA Universidad Santiago de Cali. Docente tiempo completo Universidad Santiago de Cali. https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000020442. <https://scholar.google.es/citations?user=xtEOXtEAAAAJ&hl=es>

** neicy.suarez00@usc.edu.co. Nacionalidad Colombiana. Magister en Administración con énfasis en gestión empresarial y Administrador de Empresas. Miembro del grupo de Investigación GISESA de la Universidad Santiago de Cali y del Grupo de Investigación GETIC de la Universidad Nacional de Colombia. Docente Tiempo Completo de la Universidad Santiago de Cali.

*** diegogalvis@usc.edu.co. Nacionalidad Colombiano. Magister en Administración con énfasis en marketing y Administrador de Empresas. Miembro del grupo de Investigación GETIC de la Universidad Nacional de Colombia. Docente Tiempo Completo de la Universidad Santiago de Cali. http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001568354

Cita este capítulo

Ortega Castañeda, L. A.; Suarez Macedo, N. J. y Galvis Serna, D. A. (2022). Dinámica del mercado turístico del Valle del Cauca. En: Suarez Macedo, N. J. (eds. científicos). *Cultura, Gastronomía y Artesanías. Perspectivas y dinámicas del turismo como agente de transformación económica y social en las regiones*. (pp. 15-36). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

el perfil de los turistas entre otros datos que permiten identificar al Valle del Cauca como un referente turístico en Colombia. El documento concluye que el departamento del Valle del Cauca posee una capacidad de crecimiento que es posible explotar a partir de la creación de ofertas turísticas y estrategias, amigables con el ambiente, en sintonía con las características socioculturales de la población y acordes con la capacidad instalada.

Palabras clave: demanda turística, prestadores de servicios turísticos, turismo.

Abstract. Valle del Cauca is a Colombian department with great potential for tourism. In the last ten years, the number of visitors to its territory has increased and it has established itself as one of the top five options for domestic and foreign travellers. Due to the above, this document presents a qualitative analysis of secondary sources where the main characteristics, benefits, the profile of tourists among other data that allow Valle del Cauca to be identified as a tourist reference in Colombia are exposed. The document concludes that the department of Valle del Cauca has a growth capacity that can be exploited through the creation of tourist offers and strategies that are friendly to the environment, in tune with the sociocultural characteristics of the population and in accordance with the installed capacity.

Keywords: tourist demand, tourism service providers, tourism.

Introducción

El mercado turístico es un ámbito de manifestación de las relaciones económicas entre productores y consumidores de productos turísticos. En este, se realiza el proceso de convertir los servicios turísticos en dinero y viceversa (Kotler et al., 2011). En tal sentido, conocer el mercado y su dinámica permite la adopción de estrategias que sean competitivas.

En el caso del turismo, es necesario conocer la cantidad de visitantes que se reciben en los lugares y sus características. De esta forma es posible diseñar y tener ofertas en el mercado de acuerdo con sus necesidades. Según Molina Collado et al. (2007) debido a los distintos intereses y capacidades

adquisitivas de los consumidores un solo producto o servicio no satisface a toda la demanda. Por lo tanto, es necesario el diseño de un portafolio que adapte mejor a todos los requerimientos. En países como Colombia, con un alto potencial turístico esto es una necesidad (Gallardo García, 2013).

El potencial turístico de Colombia aumenta día a día. Solo en el periodo 2020 – 2021 se presentó una caída en el número de visitantes extranjeros y nacionales como consecuencia la pandemia del Covid -19. Sin embargo, a partir del año 2021 el gobierno nacional comenzó la adopción de medidas para reactivar el turismo en el país. Algo que ha repercutido en todos los departamentos.

Esta misma tendencia se ha mantenido en el departamento del Valle del Cauca. Este departamento tiene alto potencial turístico dados sus atractivos naturales y culturales. Sin embargo, para poder plantear e implementar estrategias que sean acordes a las necesidades de los turistas que lo visitan es importante conocer la dinámica del mercado turístico.

Por consiguiente, se hizo una revisión de los visitantes tanto extranjeros como nacionales que llegan al país y al Valle del Cauca. En este ejercicio se encontró que este departamento se encuentra entre los más visitados del país. Los principales motivos de viajes hacia el Valle del Cauca son por a) vacaciones, b) recreo y ocio, c) negocios y motivos profesionales. Es decir que esto representa una oportunidad de crecimiento para el sector del turismo toda vez que hay una demanda turística fuerte para el departamento.

En cuanto a los turistas que llegan al Valle se evidenció que la mayoría pertenece al turismo interno, son hombres, les gusta viajar solos y tienen de 26 a 50 años. Los municipios más visitados del Valle son Cali, Buenaventura y Buga por su riqueza cultural y natural.

Para todo lo anterior este capítulo se ordena de la siguiente forma. En primer lugar, se aborda conceptualmente el turismo. En segundo lugar, se hace una presentación de la metodología empleada para el análisis de la información. En seguida, aparecen los resultados, donde se abordan las principales características turísticas del departamento, el perfil de los visitantes y de la oferta. En cuarto lugar, se plantean algunas conclusiones. Aquí se sugiere la posibilidad de explotación turística que tiene

el departamento del Valle del Cauca y con lo que es posible, a través del mejoramiento de la oferta y estrategias de turismo, dinamizar la economía a través del crecimiento de este sector.

¿Qué es el turismo?

Hablar de turismo puede ser un término amplio y complejo. No obstante, para efectos prácticos, se podría decir que el turismo se caracteriza por ser:

Un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (Organización Mundial del Turismo, s. f.).

En este mismo sentido, la Organización Mundial del Turismo citada por Sancho (2004, p. 11) consideró que “[...] el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. Por lo tanto, el turismo es importante porque puede generar un impacto positivo en el entorno en el cual se da. Adicionalmente, Morillo Moreno (2011) consideró que el turismo ayuda a promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local mientras genera oportunidades de empleo e impulsa otras actividades como agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras.

Otra definición que permite enriquecer el entendimiento acerca del turismo fue aportada por Hunziker & Krapf (1942). El documento de la Escuela Universitaria de Turismo de Murcia sintetiza la postura de estos autores.

- a) El turismo no es solo el viaje de ida y vuelta, sino todo el conjunto de relaciones que se generan (económicas, humanas, ecológicas, jurídicas y de muchos otros tipos). Por eso decimos que el turismo es una ciencia o conocimiento interdisciplinar, porque ha de ser estudiado desde diferentes puntos de vista.

- b) Ha de existir desplazamiento (de ahí la importancia del transporte), por lo que no es posible hacer turismo en el lugar en donde uno vive o trabaja.
- c) La estancia es siempre temporal, porque cualquier visitante siempre tiene la intención de regresar. El turismo es un viaje de ida y vuelta.
- d) El viaje, como acabamos de decir, se realiza siempre fuera de su lugar de residencia, aunque aquí se plantean otros muchos problemas: ¿las segundas residencias cuentan?; cuando hablamos de “lugar” ¿nos referimos a nuestra ciudad, a nuestra provincia a nuestra región?
- e) Se excluyen las actividades lucrativas, con lo cual parece que estos autores desestiman el turismo de negocios. (Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, 2012, p. 4).

Así mismo el desarrollo del turismo debe tener en cuenta tres pilares fundamentales de la sostenibilidad. En palabras de Cardoso Jiménez los pilares que permiten hacer del turismo una actividad responsable son

- 1. La sostenibilidad económica**, ya que al ser un destino con vocación turística se convierte en un producto, con características rentables y viables hacia el futuro, para que todos cuantos dependen de él sigan aprovechándose del mismo, al tiempo que lo preserva y cuida para que sigan usándolo para tales fines y así mantener una economía más consolidada, aportando un desarrollo económico duradero a la comunidad involucrada
- 2. La sostenibilidad ambiental**, este aspecto fomenta la conservación y cuidado del entorno natural, para que el entorno natural no sufra daños irreversibles, que lleven a deteriorar el destino y productos turísticos expuestos para la actividad, trayendo como consecuencia el desequilibrio económico de una comunidad dedicada a ésta.
- 3. La sostenibilidad social-cultural**, estos dos aspectos son importantes para desarrollar el turismo. Los actores involucrados en turismo deberán aportar sus ideas más alentadoras para hacer de la actividad turística algo duradero, y sobre todo, rentable sin descuidar aspectos fundamentales como el ambiente y la cultura. Esto favorece el acercamiento entre los turistas y la cultura existente en el destino turístico, en el marco armonioso de intercambio cultural, donde los habitantes enseñen sus usos y costumbres al turista. Por su parte, el turista para no impactar de manera negativa solo se llevará la experiencia de conocimiento y retribución económica a los habitantes, impulsando en las comunidades, culturalmente hablando sus

valores, costumbres, hacer y quehacer cotidiano: sus usos y costumbres (2006, p. 13).

Adicionalmente, es importante resaltar que para entender el turismo es pertinente considerar los siguientes conceptos:

- a) Turista (o visitante que pernocta):** “Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.” (Organización Mundial del Turismo, 2010, p. 10)
- b) Excursionista:** “Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país [o lugar] visitado” (Esteban Talaya et al., 2011, p. 534).
- c) Turismo interno:** “El que realizan los residentes de un país, dentro de ese país”. (INDEC, 2006, p. 8)
- d) Turismo receptivo:** “El que realizan los no residentes, dentro de un país [o región] dado” (INDEC, 2006, p. 8). En el caso de este trabajo es el movimiento de los que residen fuera de del país o la región hacia este país o la región estudiada.
- e) Turismo emisivo:** “El que realizan los residentes de un país, fuera de ese país” (INDEC, 2006, p. 8).
- f) Prestador de servicio turístico:** “Un prestador de servicios turísticos es “toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedio o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta Ley quienes deben estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo” (Artículo 76 de la Ley 300, 1996).

Así mismo para que haya un mercado turístico debe haber una oferta sobre la cual todos los operadores de servicios turísticos se encarguen de ofrecer los productos y servicios a los turistas, y esta demanda turística que son los encargados de usar y consumir los productos y servicios.

Metodología

El desarrollo de la investigación tiene un abordaje cualitativo; según Álvarez-Gayou Jurgenson et al. (1999) este tipo de investigación permite un acercamiento real para interpretar el sujeto de estudio. Por esto, se realizó una revisión bibliográfica sobre la dinámica del mercado turístico

del Valle del Cauca. Para ello se tuvieron en cuenta las variables que lo componen, es decir, se trató de prestadores de servicios turísticos (oferta) y turistas (demanda).

El tipo de investigación es descriptivo. Se realizó un análisis y descripción del crecimiento de los prestadores de servicios turístico en Colombia y Valle del Cauca en los últimos cinco años. Adicionalmente, se realizó una descripción del perfil sociodemográfico del turista, así como de sus preferencias a la hora de realizar turismo.

Las fuentes de información fueron secundarias. Se realizó una búsqueda en las bases de datos oficiales de turismo, en esencia del Centro de Información Turística – CITUR. En esta base de datos se revisaron los datos a nivel departamental de la dinámica del turismo y el perfil del turista del departamento del Valle del Cauca.

Resultados

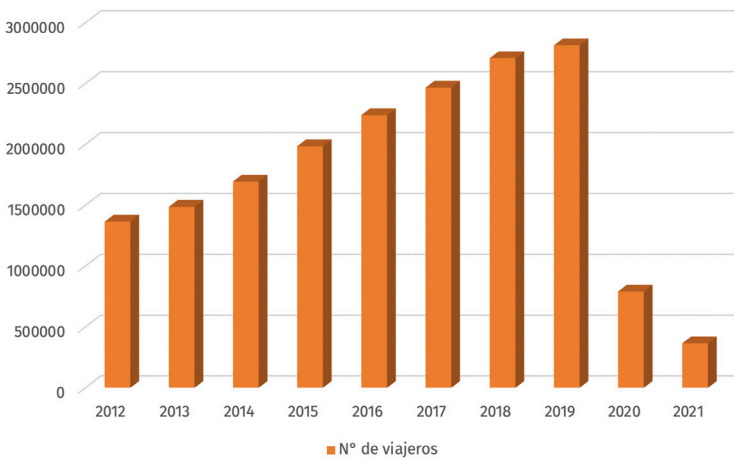
Colombia es uno de los países que cuenta con más diversidad tanto de su naturaleza como cultural. Su potencial hace que sea un destino atractivo para los turistas, lo cual ha impulsado el turismo a nivel nacional. Este sector, en el año 2019, “[...] tuvo un crecimiento de 3,5%, mientras que la economía global creció un 2,5%” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020a, p. 12). De acuerdo con el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, este sector a nivel mundial creció más rápido que cualquier otro en 2019. Para el año 2020 por la pandemia de la Covid-19, tuvo una caída debido a las restricciones de viajes que se presentaron tanto a nivel internacional como nacional.

Para lograr la reactivación económica de este sector, es importante conocer la dinámica del mercado turístico, para plantear estrategias que sean efectivas. En la figura 1-1 se observa la llegada de visitantes extranjeros no residentes desde el año 2012 hasta junio del 2021. Aquí se aprecia que desde el año 2012 el número de visitantes venía en aumento hasta el año 2019. Esto puede ser por la inversión que ha realizado el gobierno en cuanto a infraestructura turística y posicionamiento de Colombia como un destino atractivo. El país ahora es percibido a nivel mundial como un destino com-

petitivo, sostenible y con una variada oferta de atractivos. Esto será la tendencia en el 2020 (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019; El Tiempo, 2019).

Sin embargo, en el año 2020 se presentó un descenso en los visitantes a causa de la pandemia mundial causada por el Covid -19, que afectó los viajes a nivel internacional y nacional por las restricciones de movilidad que se tomaron como medidas para mitigar la propagación del virus. Adicionalmente, el primer periodo del 2021 se vio afectado por el paro nacional del 28 de abril debido a las inconformidades derivadas de la Reforma Tributaria que en ese momento se estaba presentando ante el Congreso de la República, situación que duro más de 40 días. Es importante destacar que en los últimos años este crecimiento también se debió a la percepción de seguridad que tienen los extranjeros gracias a la implementación del Acuerdo de Paz. Con ello se logró cambiar la connotación del país y hacerlo un poco más atractivo frente a las condiciones socioculturales de otros países.

Figura 1-1. Visitantes extranjeros no residentes.

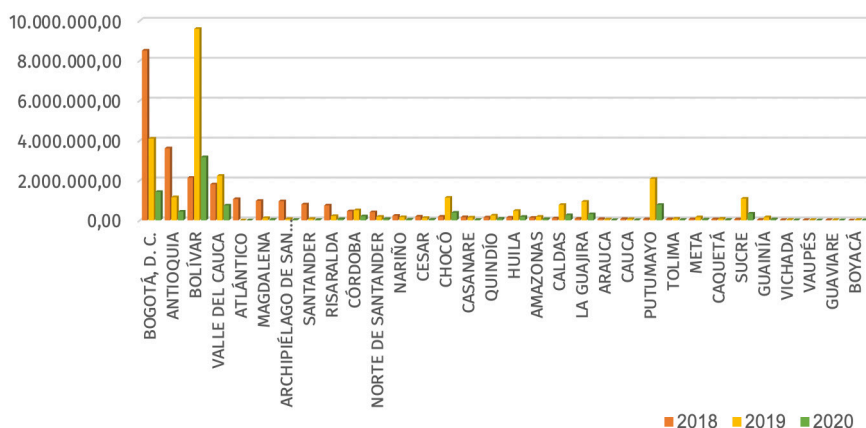


Fuente: Basado en CITUR 2021.

A continuación, en la figura 1-2, se presenta la llegada de visitantes extranjeros por departamento entre los años 2018 al 2020. En cuanto a la llegada de visitantes extranjeros por departamentos, el Valle del Cauca ocupa el cuarto puesto. Esto se debe a que el Aeropuerto Internacional

Alfonso Bonilla Aragón, que presta el servicio al Valle del Cauca tenga un adecuado desarrollo. Adicionalmente, “[...] el Índice Departamental de Competitividad Turística, calculado por el Centro de Pensamiento Turístico (CPTUR), se ubicó en el 2019 en la tercera posición, por debajo de Bogotá y Bolívar” (Gobernación del Valle del Cauca, 2020). Es decir, que es un destino atractivo para los turistas. El diario británico *Financial Times*, en el mes de enero 2020, resaltó que “El Departamento del Valle del Cauca como uno de los principales ejes del turismo negocios, debido a su oferta cultural, infraestructura, conectividad e instalaciones para la realización de eventos” (Gobernación del Valle del Cauca, 2020). Para Rivas “[...] el crecimiento de la llegada de turistas y la ocupación se debe, al buen trabajo de promoción del destino en ferias y eventos internacionales; y a mejoras en la conectividad aérea, que han permitido la llegada de más extranjeros” (El País, 2020).

Figura 1-2. Llegada de visitantes extranjeros por departamento.

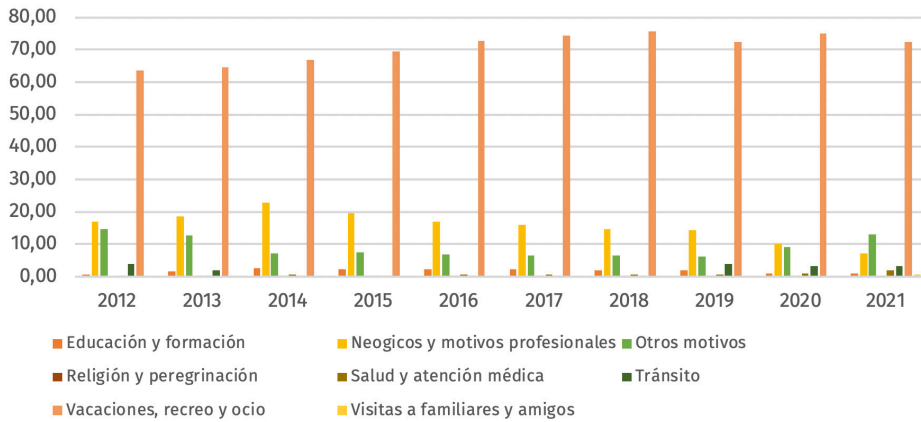


Fuente: Basado en CITUR 2021.

En la figura 1-3, se indica los motivos de viaje en el ámbito nacional. Los principales motivos de viaje en el país son por, vacaciones, recreo y ocio. Esto evidencia que Colombia es un destino atractivo para los turistas y en gran parte de debe a su riqueza natural y cultural. De acuerdo a la UNESCO (2022), Colombia cuenta con nueve sitios declarados como Patrimonio Mundial, de los 981 que existen; entre los culturales están: Puerto,

fortificaciones y conjunto monumental de Cartagena, Centro histórico Santa Cruz de Mompo, Parque Arqueológico de San Agustín, Parque Arqueológico de Tierradentro, Paisaje Cultural Cafetero, Qhapaq Ñan, Sistema Vial Andino; Naturales, Parque Nacional Los Katíos, Santuario de Fauna y Flora del Malpelo y está el Parque Nacional Chiribiquete - “La Maloca del Jaguar”.

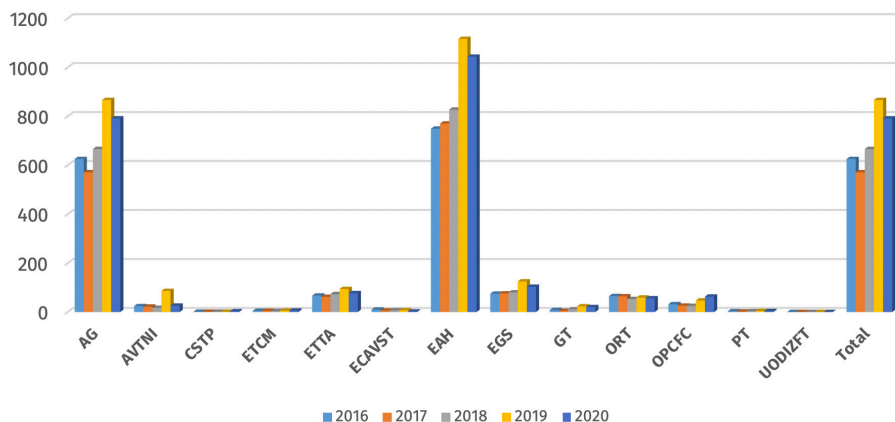
Figura 1-3. Motivo de Viaje a nivel nacional.



Fuente: Basado en CITUR 2021.

Así mismo, como hubo un incremento en los visitantes al departamento, también se observa que entre el año 2017 y el 2019 el número de prestadores de servicios turísticos tuvo un crecimiento (ver figura 1-4) sobre todo en las agencias de viajes, que son las encargadas de organizar y vender los productos turísticos. Adicionalmente, se observa un alza en las empresas de transporte, los establecimientos de alojamiento y hospedaje, establecimientos de gastronomía y similares. Lo anterior, indica que los visitantes que llegan al departamento vienen a realizar actividades de turismo y no simplemente como excursionistas.

Figura 1-4. Prestadores de servicios turísticos del Valle del Cauca.



Nota: AG: Agencia de viajes, AVTNI: Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional, CSTP: Concesionarios de servicios turísticos en parque, ETCM: Empresa de tiempo compartido y multipropiedad, ETTA: Empresa de transporte terrestre automotor, ECAVST: Empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos, EAH: Establecimiento de alojamiento y hospedaje, EGS: Establecimiento de gastronomía y similares, GT: Guía de turismo, ORT: Oficina de representación turística, OPCFC: Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, PT: Parques temáticos, UODIZFT: Usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas. Basado en CITUR 2021.

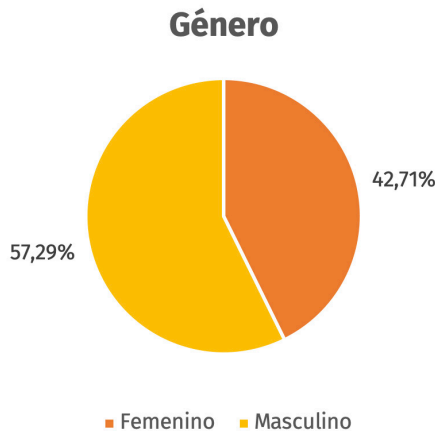
Para el año 2020 la caída que se evidencia en cuanto al número de prestadores de servicios turísticos se debe a la pandemia mundial ocasionada por el Covid -19. El turismo fue uno de los primeros impactados negativamente por la declaratoria de emergencia para mitigar la propagación del Covid -19. Las restricciones de ingreso al país y posteriormente el aislamiento preventivo obligatorio, imposibilitaron el desarrollo de la actividad turística (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020b).

A continuación, se presenta el perfil sociodemográfico de los turistas del Valle del Cauca, así como sus preferencias a la hora de viajar. En la figura 1-5, se evidencia que el género masculino es el que más visita el departamento. Esto puede estar asociado a la desigualdad de género que

influye en las actividades que realizan las personas. De acuerdo con Gabriel Escarrer, vicepresidente ejecutivo y consejero delegado de Meliá Hotels International, la existencia de brechas en el turismo es resultado de las desigualdades que persisten en el empleo, el ocio o la conciliación. Adicionalmente a eso para Moreno Alarcón

[...] hay más mujeres que viajan solas, pero esto no significa que el sector turístico esté adaptado para brindarles más seguridad o que les ofrezca un tipo de turismo que se adapte a sus deseos y necesidades. Por lo general, el nicho de mercado “mujeres que viajan” frecuentemente se promueve a partir del modelo “mujer de familia” y no a partir del modelo “mujer independiente, autónoma, con poder de decisión y que quiere viajar sola” (2014, p. 32).

Figura 1-5. Género visitantes Valle del Cauca.

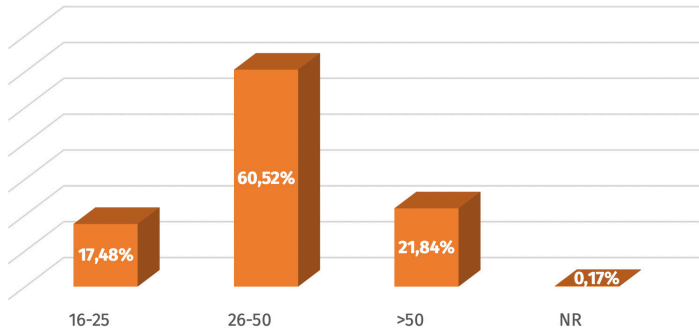


Fuente: Basado en CITUR 2021.

En cuanto al rango de edad, el grupo que más visita el departamento es el que se encuentra entre los 26 y 50 años. Como se evidencia en la figura 1-6, esto puede ser porque es la edad donde las personas ya están en etapa laboral lo cual les permite realizar actividades de ocio y recreación. Sin olvidar que también puede ser que viajen por motivos de negocios y profesionales. Así mismo, estos grupos se encuentran en las generaciones Z, X y Y, y de acuerdo con Góngora Ortiz & Osorio Gil (2020) estos grupos generacionales tienen mayor probabilidad de hacer turismo interno, porque las redes sociales los motivan a viajar, y al mismo tiempo,

se preocupan por los impactos sociales, económicos y ambientales que generan en el destino turístico.

Figura 1-6. Edad visitantes del Valle del Cauca.



Fuente: Basado en CITUR 2021.

El origen de los viajeros que llegan al departamento es un 77.28% colombiano y un 22.72% extranjero. Según las estadísticas de pasajeros aéreos nacional de CITUR, el Valle del Cauca es el tercer departamento que más visitaron los colombianos entre los años 2019 y 2020, pero el para el año 2021 el Valle del Cauca ocupa el primer puesto (ver figura 1-7).

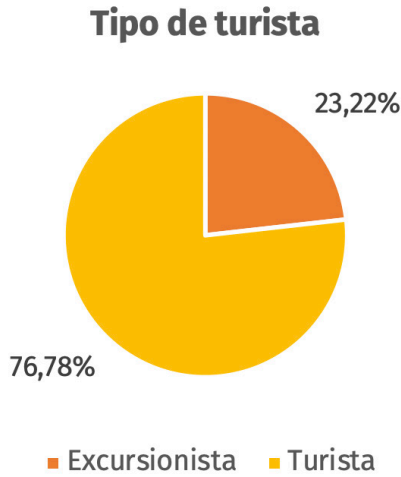
Figura 1-7. Pasajeros aéreos nacionales por departamento.



Fuente: Basado en CITUR 2021.

En la figura 1-8, se observa que el tipo de viajero que llega al Valle del Cauca en su mayoría, es turista. Es decir, personas que vienen a pernoctar, así sea una noche, al departamento. Esto también va asociado a que la mayoría de las personas que viajan a es por motivos de vacaciones, recreo y ocio. Por lo tanto, requieren más de un día para desarrollar estas actividades.

Figura 1-8. Tipo de turista en el Valle del Cauca.



Fuente: Basado en CITUR 2021.

Por ende, los motivos de viaje de los visitantes al departamento (ver figura 1-9), son en un 77,45% por motivos personales. De acuerdo con SITUR, estos se desglosan en vacaciones, recreo y ocio, visita a familiares y/o amigos, asistir a eventos religiosos, en tránsito a otro destino, entre otros. Seguidamente, se encuentra los negocios y motivos profesionales con un 19.99%, entre los cuales se encuentran quienes vienen a realizar inversiones y/o asistir a ruedas de negocios, o vender bienes y prestar servicios.

Figura 1-9. Motivo de Viaje al Valle del Cauca.



Fuente: Basado en SITUR 2021.

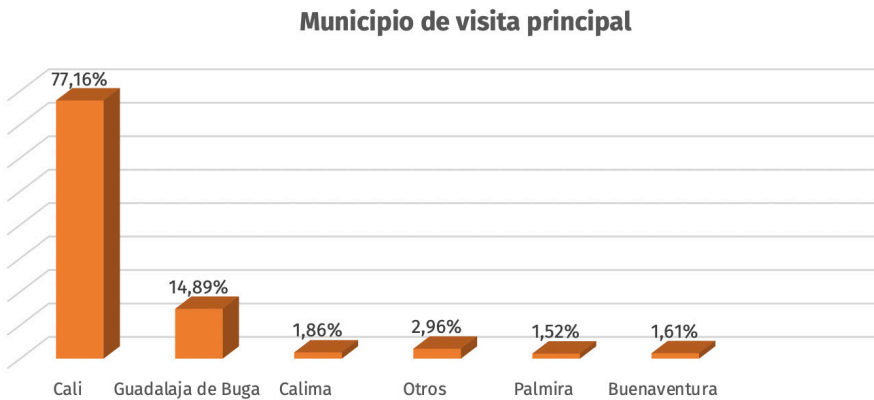
El municipio más visitado del departamento del Valle del Cauca es Cali (ver figura 1-10). Eso se debe en gran parte a que es la capital del Valle del Cauca y su proximidad con el aeropuerto. De acuerdo con El País (2020), Cali es una ciudad cada vez más dulce para los turistas extranjeros, que acuden tanto por los atractivos vacacionales de la ciudad y del departamento, como por los diversos congresos y eventos de negocios que se realizan. Entre sus atractivos se encuentra la Plaza de Caicedo, la iglesia La Ermita, San Antonio, la exposición de las esculturas de los Gatos, y la Hacienda Cañasgordas, entre otros. Además, Cali también es conocida como “la capital mundial de la salsa”.

El segundo municipio más visitado es Guadalajara de Buga. Este municipio fue incluido entre los 17 pueblos declarados por el Ministerio de Comercio Exterior como patrimonio cultural del país. Su centro histórico cuenta con construcciones de los siglos XVII y XVIII y la Basílica del Señor de los Milagros, la que promueve el turismo religioso. “Buga recibe al año cerca de tres millones de visitantes que llegan a la ciudad atraídos por su ambiente devoto y sus aires patrimoniales. Por eso el turismo es uno de los motores principales de la economía bugueña” (Marca Colombia, 2013).

Luego se encuentra Calima. Este municipio aparece entre los más visitados porque muchos turistas van al lago Calima, a realizar actividades

deportivas como el kitesurf; también se encuentra el Museo Arqueológico de Calima. Después se encuentra Buenaventura un municipio que hace parte del pacífico colombiano. Aquí se encuentran varias playas que permiten disfrutar del mar. También está ubicado el Santuario de Fauna y Flora de Malpelo y el parque natural Bahía Málaga. Estos lugares son atractivos para el avistamiento de ballenas que llegan entre julio y octubre para reproducirse. Otro de sus atractivos es la Reserva Natural San Cipriano. Al mismo tiempo “Buenaventura es considerado el principal puerto de comercio exterior, dado que por esta zona portuaria se moviliza cerca del 45% de carga internacional, principalmente de importación” (Ministerio del Transporte, 2021)

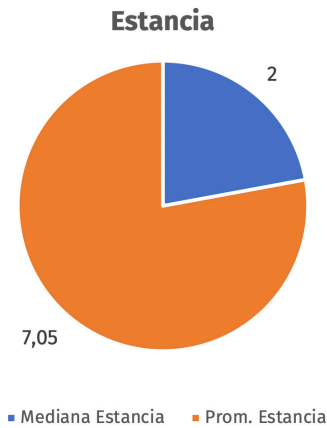
Figura 1-10. Municipios visitados del Valle del Cauca.



Fuente: Basado en SITUR 2021.

En cuanto al promedio de noches que se quedan los turistas, en la figura 11-1, se observa un promedio de siete noches. Esto se debe a que el mayor motivo de visita según Situr es por vacaciones, recreo y ocio, actividades que requieren más de un día para su realización. Además, la mayoría de las personas que visitan el Valle del Cauca son turistas que vienen de otros departamentos.

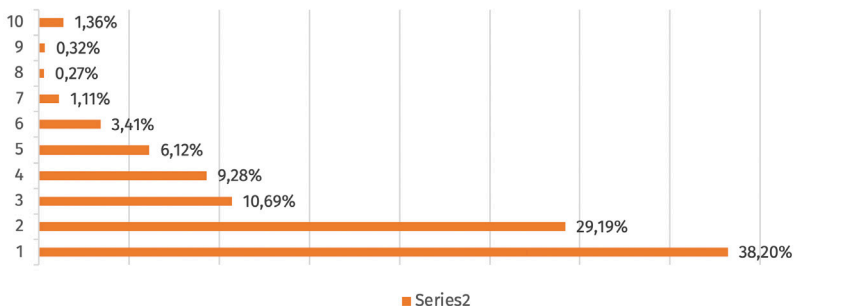
Figura 1-11. Promedio de noches de los turistas en el Valle del Cauca.



Fuente: Basado en SITUR 2021.

El tamaño de grupo de personas que visitan el departamento es uno (ver figura 1-12). Es decir que la mayoría de los turistas viaja solo. Esto puede ser a que existe una tendencia llamada turista ‘single’. “Jean Claude Bessudo, presidente del Grupo Aviatur, estima que entre el 8 y el 9 por ciento de los viajes de placer que hacen los colombianos corresponden a turistas ‘single’, proporción que no ha cambiado mucho en los últimos años” (El tiempo, 2017). Para Travel Latam, (2019) el número de parejas que viajan por separado ha aumentado un 500% en los últimos años. y puede ser porque sus periodos de vacaciones no coinciden.

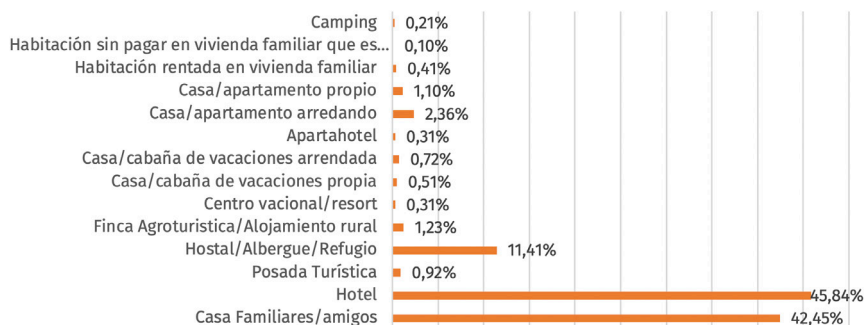
Figura 1-12. Tamaño de grupo de personas que visitan al Valle del Cauca.



Fuente: Basado en SITUR 2021.

Respecto al hospedaje, el 45.84 % de los turistas utiliza hotel, y esto puede ser porque la mayoría de los visitantes viaja por motivo de vacaciones, recreo y/ ocio (ver figura 1-13). El 42.45% de los turistas utiliza como alojamiento la casa de amigos o familiares. Esto se relaciona con que la mayoría de los turistas son colombianos. Por lo tanto, cuando llegan al departamento aprovechan para saludar y compartir con sus familiares y amigos.

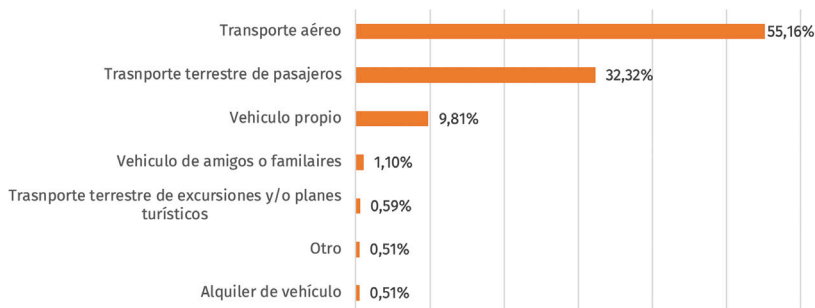
Figura 1-13. Tipo de alojamiento utilizado por los turistas en el Valle del Cauca.



Fuente: Basado en SITUR 2021.

El transporte aéreo es el más utilizado para llegar al Valle del Cauca (ver figura 1-14). Esto se debe a que el departamento cuenta con un aeropuerto internacional, el cual es uno de los principales de Colombia, lo que facilita la conexión a nivel internacional y nacional.

Figura 1-14. Transporte usado para llegar al Valle del Cauca.



Fuente: Basado en SITUR 2021.

Conclusiones

El turismo es importante para generar desarrollo económico y social, toda vez que la llegada de visitantes a los lugares hace que se consuman los servicios que se ofrecen, dinamizando de esta forma la economía y el empleo, tanto formal como informal, dándole la oportunidad de que los nativos tengan unos ingresos.

Colombia es uno de los países más atractivos para realizar turismo y esto se debe principalmente a que cuenta con gran variedad de atractivos naturales y culturales. Adicionalmente, la flexibilidad de las leyes migratorias para el ingreso al país facilita la visita. A esto se le suma que la percepción de inseguridad bajó gracias al Acuerdo de Paz entre el gobierno y una de las principales guerrillas. Sin embargo, es necesario el planteamiento de estrategias que permitan continuar con la dinámica creciente en el sector. Los diferentes departamentos tienen mucho potencial en este aspecto.

La diversidad de oferta que puede tener Valle del Cauca en aspectos turísticos le permite consolidarse como un departamento con un alto potencial de crecimiento. Para que esto suceda es importante plantear estrategias, de la mano de nuevas ofertas turísticas, que permitan explotar el potencial del departamento.

Referencias bibliográficas

- Álvarez-Gayou Jurgenson, J. L., Camacho y López, S. M., Maldonado Muñiz, G., Trejo García, C. Á., Olguín López, A., & Pérez Jiménez, M. (1999). Investigación cualitativa. *Archivos Hispanoamericanos de Sexología*, 5(2), 117-125.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). *Cluster de Turismo de Negocios y Eventos*. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2019/Diciembre-2019/Colombia-destino-tendencia-en-2020>
- Cardoso Jiménez, C. (2006). Turismo Sostenible: Una revisión conceptual aplicada. *El periplo sustentable*, 11, 5-21.

- CITUR. (2021). Centro de Información Turística de Colombia. Centro de Información Turística de Colombia. <https://www.citur.gov.co/pages/1#gsc.tab=0>
- República de Colombia (1996) Ley 300, Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones (1996). <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>
- El País. (2020). Cali es una ciudad «dulce» para los turistas: Cada vez llegan más visitantes extranjeros. [elpais.com.co. https://www.elpais.com.co/economia/cali-es-una-ciudad-dulce-para-los-turistas-cada-vez-llegan-mas-visitantes-extranjeros.html](https://www.elpais.com.co/economia/cali-es-una-ciudad-dulce-para-los-turistas-cada-vez-llegan-mas-visitantes-extranjeros.html)
- El Tiempo. (2017, noviembre 19). Tendencia de viajar solo o turista single crece en el mundo. <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/tendencia-de-viajar-solo-o-turista-single-crece-en-el-mundo-152914>
- El Tiempo. (2019, diciembre 11). Colombia, destino tendencia en 2020. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/cifras-del-turismo-consolidan-tendencia-optimista-para-el-2020-442888>
- Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. (2012). El turismo. Conceptos y definiciones e importancia actual [Documento de trabajo en clase]. <http://www.interviajes.com.py/admin/img/pdfs/turismolc-lq4.pdf>
- Esteban Talaya, Á., Lorenzo Romero, C., Andrés Martínez, M. E., & Alarcón del Amo, M. del C. (2011). ¿Conocemos a los visitantes de Castilla-La Mancha? Un análisis comparativo turistas vs. excursionistas. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural., 9(4), 531-542. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.052>
- Gallardo García, G. (2013). Evaluación del potencial turístico de las playas del departamento del Atlántico—Colombia, desde la perspectiva ambiental. *Dimensión Empresarial*, 11(2), 62-69.
- Gobernación del Valle del Cauca. (2020). Impactos del Covid-19 en el sector turismo del Valle del Cauca. Gobernación del Valle del Cauca. <https://www.valledelcauca.gov.co/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=viewpdf&id=42484>
- Góngora Ortiz, A. F., & Osorio Gil, A. F. (2020). Tu edad sí importa: Factores sociodemográficos que inciden en la elección de viajar por turismo doméstico en Colombia. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/28464>

- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre* (Erste Ausgabe). Zurich: Polygraphischer Verlag.
- INDEC. (2006). ¿Qué es el turismo? Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. <https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/turismo.pdf>
- Kotler, P., García de Madariaga Miranda, J., Flores Zamora, J., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2011). *Marketing turístico* (Quinta edición). Nueva Jersey: Prentice Hall.
- Marca Colombia. (2013, agosto 9). *Buga: Destino turístico y patrimonial de Colombia*. Marca País Colombia. <https://www.colombia.co/visita-colombia/patrimonio-de-colombia/buga-un-destino-turistico-y-patrimonial/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020a). *Política de turismo sostenible: Unidos por la naturaleza* (Primera ed.). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020b). *El turismo en cifras: diciembre 2020* (p. 51) [Informe sectorial]. Presidencia de la República de Colombia. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2020/diciembre/oe-turismo-diciembre-25-02-2021.pdf.aspx>
- Ministerio del Transporte. (2021, julio 21). *Competitividad en el puerto de Buenaventura* [Institucional]. <https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/8761/competitividad-en-el-puerto-de-buenaventura/>
- Molina Collado, A., Martín-Consuegra Navarro, D., Talaya, A. E., & Díaz Sánchez, E. (2007). Segmentación de la demanda turística: Un análisis aplicado a un destino de turismo cultural. *Revista de análisis turístico*, 4(2), 36-48.
- Moreno Alarcón, D. (2014). El camino del turismo con igualdad. El caso de Cartagena de Indias, Colombia. *Memorias. Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe*, 23, 26-51.
- Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, 10(1), 135-158.
- Organización Mundial del Turismo. (s. f.). *Glosario de términos de turismo* | OMT [Institucional]. Recuperado 22 de febrero de 2022, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Organización Mundial del Turismo. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo* (Primera ed.). New York: Naciones Unidas.

Sancho, A. (2004). *Introducción al Turismo* (Primera ed.). Organización Mundial del Turismo.

SITUR. (2021). Flujos turísticos. Sistema de Información Turística Valle Del Cauca. <https://siturvalle.com/flujosturisticos>

UNESCO. (2022). Colombia—UNESCO World Heritage Convention. UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org/en/statesparties/co>