

## **Prestadores de Servicios Turísticos Santiago de Cali**

---

Contrato de consultoría No. 4172.010. 26.1.113 de 2019

Objeto: Realizar estudios técnicos a través de análisis estadísticos que contribuyan a la generación de información como insumo para la toma de decisiones y la generación de políticas orientadas al sector.

### **Establecimientos de Alojamiento, Agencia de Viajes y Empresas de Transporte Terrestre**

Bogotá D.C., noviembre de 2019

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1 INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>2 METODOLOGÍA</b>	<b>4</b>
<b>3 RESULTADOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO</b>	<b>5</b>
<b>4 RESULTADOS AGENCIAS DE VIAJES</b>	<b>11</b>
<b>5 RESULTADOS EMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE</b>	<b>15</b>

## 1 INTRODUCCIÓN

A partir de la información del Registro Nacional de Turismo es posible conocer la cantidad de prestadores de servicios turísticos a nivel nacional y territorial, su distribución por categorías y subcategorías; también para algunos grupos de prestadores también se cuenta con datos de capacidad instalada y número de empleados; sin embargo, el registro no proporciona al detalle información relacionada con las características de los prestadores, sus servicios, actividad comercial, composición del mercado que atienden, entre otros. Estos y otros datos de las empresas, se constituyen en una herramienta que aporta a la toma de decisiones del sector público, en materia fortalecimiento empresarial, capacitación, apertura de nuevos mercados, canales de distribución, programas sociales y de bienestar dirigidos a la fuerza laboral, por mencionar algunos.

Con el propósito de profundizar en las características y actividad comercial de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Cali, se desarrolló un estudio de carácter probabilístico, orientado a los establecimientos de alojamiento, las agencias de viaje y las empresas de transporte terrestre. Se presentan en este documento de manera independiente los resultados para cada categoría.

## 2 METODOLOGÍA

Para la medición de Establecimientos de Alojamiento, Agencia de Viajes y Empresas de Transporte Terrestre, se realizó un muestreo probabilístico, debido a que se conoce la probabilidad de inclusión de un individuo en la muestra y por consiguiente se pueden realizar estimaciones sobre la población objetivo, sin embargo, por la baja calidad del marco en términos de contactabilidad los tamaños de muestra no se lograron aunque se pudo realizar las estimaciones con los tamaños de muestra obtenidos.

En una muestra probabilística existen criterios de determinación del tamaño de muestra, Infométrika aplicó la formulación del tamaño de muestra que se presenta a continuación:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \text{ y } n_0 = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)deff}{\varepsilon^2}$$

Donde,

$n$  : tamaño de muestra (incógnita de interés)

$N$  : total poblacional

$\varepsilon$  : margen de error esperado de 5.2%

$z_{1-\alpha/2}$  : valor de la distribución Normal estándar para un nivel de confianza del 95%

$P$  : prevalencia esperada en la muestra del 0.5.

$deff$  : Efecto de diseño este valor es 1

Con la aplicación de esta fórmula se obtiene un tamaño de muestra de 274. Finalmente se lograron 134 encuestas efectivas con un margen de error del 8% casi tres puntos por encima del propuesto sin embargo son márgenes de error admisibles.

**Tabla 1. Prestadores de servicios encuestados**

Tipo de prestador	Tamaño de la población	Cantidad encuestada
Alojamiento	445	58
Agencias de viaje	514	47
Transporte terrestre	112	29

### 3 RESULTADOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

#### Tipo de establecimiento

En cuanto al tipo de establecimiento la mayoría son hoteles, el 44.8%; en segundo lugar son hostales, el 22.4%; en tercer lugar son apartahoteles, el 19%; y en menor medida viviendas turísticas, el 5.2%. En la opción otros la mayoría de los encuestados mencionaron tener un alojamiento rural.

Tipo de establecimiento	Cantidad	Porcentaje
Hotel	200	44.8%
Hostal	100	22.4%
Apartahotel	84	19.0%
Vivienda Turística	23	5.2%
Otro	38	8.6%

#### Capacidad instalada

El 87.93% de establecimientos cuenta con habitaciones, un 13.79% con apartamentos, un 1.72% con casas y otro 1.72% con espacios para camping. Se incluye en la siguiente tabla el número total de unidades.

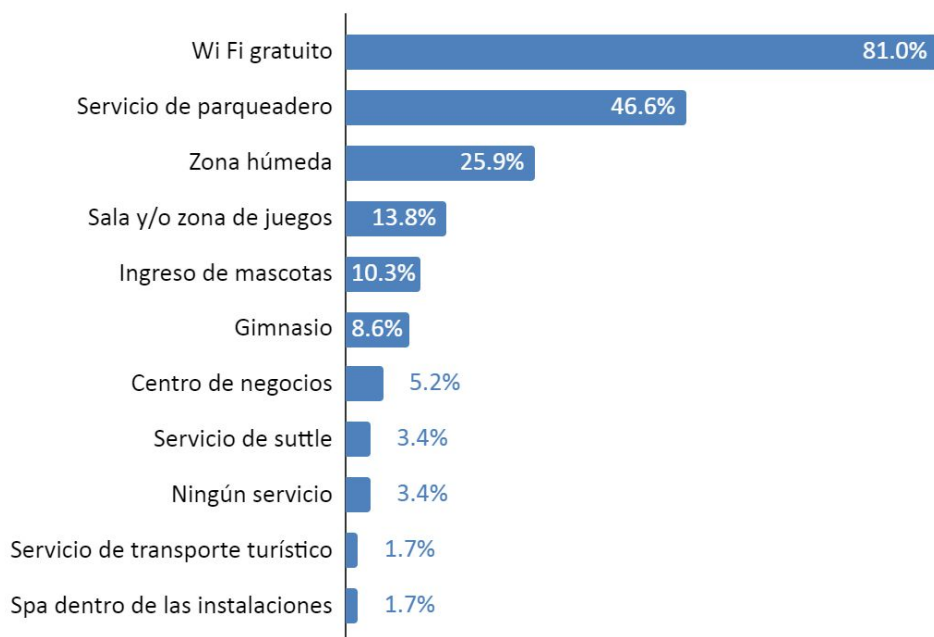
Tipo	Cantidad
Habitaciones	7,818
Apartamentos	575
Casas	7
Camping	7

Se presenta en la siguiente tabla la cantidad total de unidades de alojamiento por tipo de establecimiento.

Tipo de establecimiento	Habitaciones	Apartamentos	Casas
Hotel	5,716	15	
Hostal	1,013	169	
Apartahotel	875	376	
Vivienda Turística		15	7

## Servicios

Entre los servicios más ofertados en los establecimientos figura: el Wi Fi gratuito, en el 81% de los establecimientos; el servicio de parqueadero, en el 46.6%; y las zonas húmedas en el 25.9% de los establecimientos. La gráfica muestra el consolidado para el grupo de alojamiento y en la tabla se presentan los servicios por tipo de establecimiento.



Servicio	Hotel	Hostal	Apartahotel	Vivienda Tca.
Centro de negocios	7.7%	0.0%	0.0%	0.0%
Wi Fi gratuito	84.6%	76.9%	90.9%	66.7%
Gimnasio	7.7%	0.0%	9.1%	66.7%
Sala y/o zona de juegos	3.8%	15.4%	0.0%	0.0%
Zona húmeda	30.8%	7.7%	27.3%	0.0%
Spa dentro de las instalaciones	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%
Servicio de suttle	7.7%	0.0%	0.0%	0.0%
Servicio de transporte turístico	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%
Servicio de parqueadero	53.8%	7.7%	63.6%	33.3%
Ingreso de mascotas	7.7%	0.0%	9.1%	0.0%
Ninguno	3.8%	7.7%	0.0%	0.0%

## Oferta de tours

El 17,2% de los establecimientos ofertan tours en la ciudad de Cali y el 82.7% no oferta esta clase de servicios.

De los establecimientos que sí ofrecen tours, el 38.4% señaló que hacen tours en entornos rurales y el 61.4% hacen tours en entornos urbanos la ciudad de Santiago de Cali.

Tipo de Tours	Cantidad	Porcentaje
Urbanos	61	61.4%
Rurales	38	38.4%

Por tipo de establecimiento, son los hostales quienes ofertan en mayor proporción este tipo de servicio. Las viviendas turísticas no ofrecen tours en la ciudad.

	Concepto	Hotel	Hostal	Apartahotel
<b>Oferta de tours</b>	Porcentaje de establecimientos que si ofrecen tours	11.5%	23.1%	9.1%
<b>Tipo de tours</b>	Urbanos	100%	100%	100%
	Rurales	67%	33%	
<b>Operación de los tours</b>	Agentes en convenio	100%	67%	
	Vehículos del establecimiento		33%	
	Guías especializados			100%

En cuanto a la operación se observa que los hoteles prestan el servicio con agentes de viajes que tienen convenio con los establecimientos. Merece atención para el caso de los hostales, el 33% que realizan la operación con vehículos propios, lo cual va en contravía de la legislación y podría además afectar la calidad de los servicios, si la actividad se lleva a cabo por personas no capacitadas para atender las diversas necesidades de los visitantes.

### Establecimientos con servicios de alimentos y bebidas

El 50% de los establecimientos afirmaron ofrecer el servicio de alimentos y bebidas. De estos, el servicio que más se ofrece es el de restaurante con el 25.9%, el segundo servicio que más se ofrece es el de cafetería con el 22.4%. En menor medida se ofrece el servicio de bar (10.3%) y el servicio de room service (5.2%)

Servicio	Cantidad	Porcentaje
Restaurante	115	25.9%
Bar	46	10.3%
Cafetería	100	22.4%
Room Service	23	5.2%

Según tipo de establecimiento, el 65.4% de los hoteles, el 45.5% de los apartahoteles y el 23.1% de los hoteles ofrecen el servicio de alimentos y bebidas.

#### Alimentos y Bebidas

Concepto	Hotel	Hostal	Apartahotel
Porcentaje de establecimientos que presta el servicios de A&B	65.4%	23.1%	45.5%

#### Tipo de servicio

Restaurante	58.8%	33.3%	40%
Bar	17.6%	33.3%	20%
Cafetería	52.9%		
Room Service	11.8%	33.3%	

### Establecimientos con oferta de salones para eventos

El 31% de los establecimientos afirman ofrecer salones para eventos. Es decir que la muestra obtenida tiene un total de 167 salones de eventos.

Concepto	Hotel	Hostal	Apartahotel
Porcentaje de establecimientos que cuenta con salones de eventos	38.5%	7.7%	27.3%
Total salones	122	15	30

### Establecimientos que definen tener categoría de lujo

El 22,4% de los alojamientos dicen ofrecer servicios en la categoría de lujo.

### Actividad comercial

Concepto	Hotel	Hostal	Apartahotel	Vivienda Tca.
Porcentaje de establecimientos que tuvieron actividad en agosto de 2019	92.3%	92.3%	81.8%	66.7%
Días de actividad (mediana)	30	30	30	15

De acuerdo con la información suministrada por los establecimientos para este mes, las tarifas medias por unidad habitacional se presentan en la siguiente tabla.

Tipo	Tarifa media
Habitaciones	110,000
Apartamentos	168,000
Casas	40,000
Camping	15,000

### Composición del mercado

Coherente con los resultados de las encuestas realizadas a visitantes, en la composición de mercado reportada los establecimientos de alojamiento, también prima el mercado nacional.

Composición del mercado	Porcentaje de establecimientos
100% nacional	22.6%
80% nacional - 20% extranjero	22.6%
60% nacional - 40% extranjero	11.3%
90% nacional - 10% extranjero	7.5%

## Motivación de los huéspedes

De acuerdo con lo informado por los establecimientos de alojamiento, es mayor el porcentaje de viajeros de negocios alojados en hoteles; sin embargo, los porcentajes no son bajos en otro tipo de alojamientos.

En los hostales los huéspedes de negocios y turismo vacacional representan en promedio el mismo porcentaje, 40%.

Los viajeros que se desplazan por eventos y salud, tienen mayor participación en los apartahoteles.

Motivación de los huéspedes	Hotel	Hostal	Apartahotel	Vivienda Tca.
Negocios	64.9%	40.0%	42.2%	31.7%
Vacacional	22.9%	40.0%	21.1%	51.7%
Salud	4.1%	2.5%	14.4%	1.7%
Educación	0.8%	1.7%	1.1%	1.7%
Eventos	6.7%	6.7%	17.8%	8.3%
Otros	0.6%	9.2%	3.3%	5.0%

## Comercialización

Se consultó a los establecimientos si venden sus servicios a través de Internet, al respecto, el 68,6% de los alojamientos afirma realizar ventas por este medio, los porcentajes varían considerablemente según el tipo de establecimiento.

	Hotel	Hostal	Apartahotel	Vivienda Tca.
<b>Porcentaje de establecimientos que venden por Internet</b>	70.8%	58.3%	77.7%	50%
<b>Porcentaje promedio de ventas por Internet</b>	30%	60%	40%	65%

Los hostales y las viviendas turísticas reportan tener un mayor volumen de sus ventas a través de Internet.

## 4 RESULTADOS AGENCIAS DE VIAJES

### Tipo de agencia

La mayoría de las agencias, el 63,83% se denominan como agencias de viajes y turismo. En menor porcentaje se consideran agencias operadoras, el 34%, y agencias mayoristas, el 14,932%.

Tipo de agencia	Cantidad	Porcentaje
De viajes y turismo	328	63.8%
Operadora	174	34.0%
Mayorista	76	14.9%

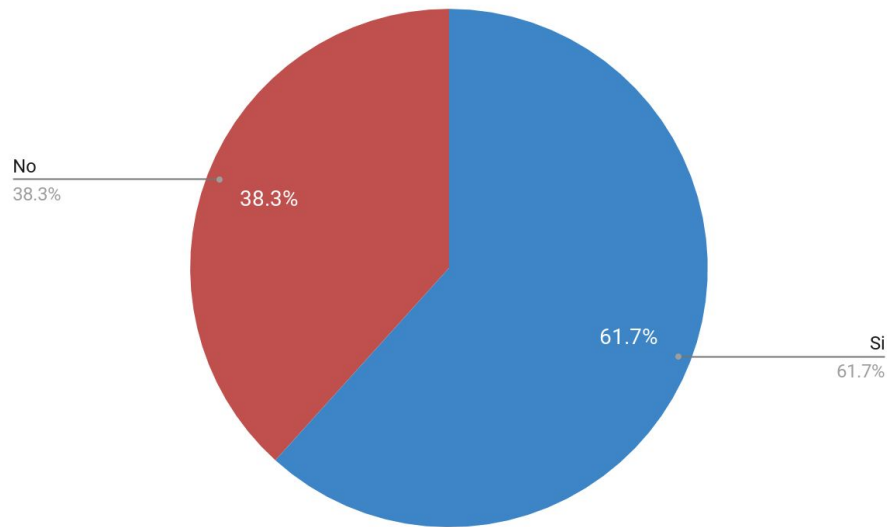
### Tipo de servicios

El servicio que más prestan las agencias de viajes es la venta de planes turísticos, el 85,5% dice hacerlo. En segundo lugar, el 55,3% dice vender de pasajes aéreos. Y en menor medida realizan los servicios de guías de turismo, transporte turístico y trámites de visado.

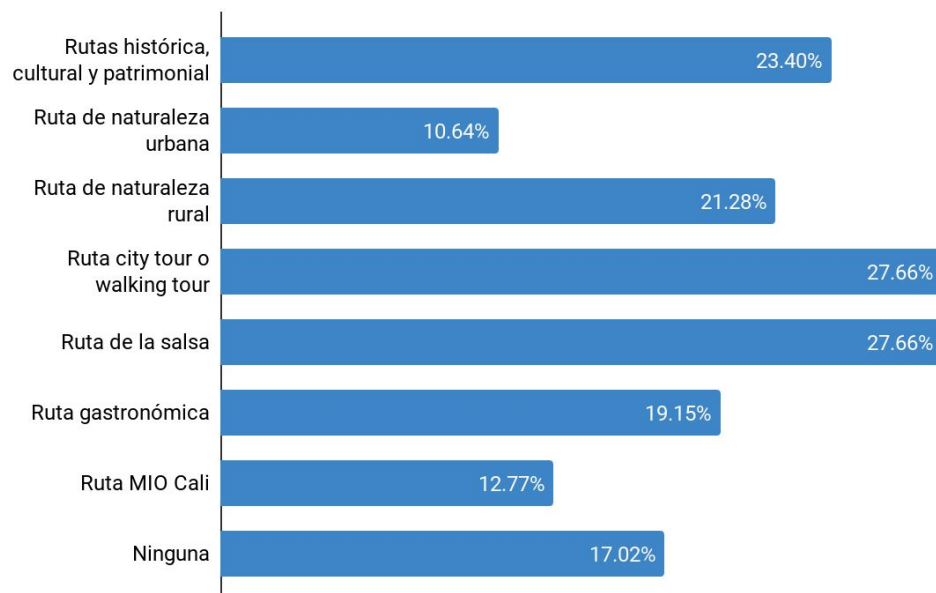
Tipo de servicios	Cantidad	Porcentaje
Venta de planes turísticos	437	85.1%
Venta de pasajes aéreos	284	55.3%
Trámites de visado	164	31.9%
Guías de turismo	196	38.3%
Transporte turístico	196	38.3%

### Agencias que ofrecen planes de la ciudad de Cali

La mayoría de las agencias de viajes, el 61,7% (317 agencias) ofrece planes de turismo para la ciudad de Cali.



De las rutas de la Secretaría de Turismo de Cali, las que más conocen las agencias de viajes son: ruta city tour, ruta de la salsa y ruta histórica, cultural y patrimonial. Es de destacar que el 17% de las agencias encuestadas dicen no conocer las rutas.



## Composición del mercado y de las ventas

La mayoría de las agencias encuestadas prestan sus servicios a pasajeros no corporativos.

El 38.3% de las agencias se dedican exclusivamente al mercado individual, solo el 4,3% prestan el 100% de sus servicios al mercado corporativo.

Composición del mercado	Porcentaje de agencias
100% Individual	38.3%
95% Individual - 5% Corporativo	14.9%
90% Individual - 10% Corporativo	6.4%
10% Individual - 90% Corporativo	6.4%
100% Corporativo	4.3%

Respecto a las agencias que venden sus productos a otras agencias y en coherencia con el porcentaje de agencias mayoristas, un menor porcentaje tiene ventas a otras agencias.

Porcentaje de ventas a otras agencias	Porcentaje de agencias
100% ventas a otras agencias	8.5%
10% ventas a otras agencias	6.4%
80% ventas a otras agencias	4.3%
30% ventas a otras agencias	4.3%

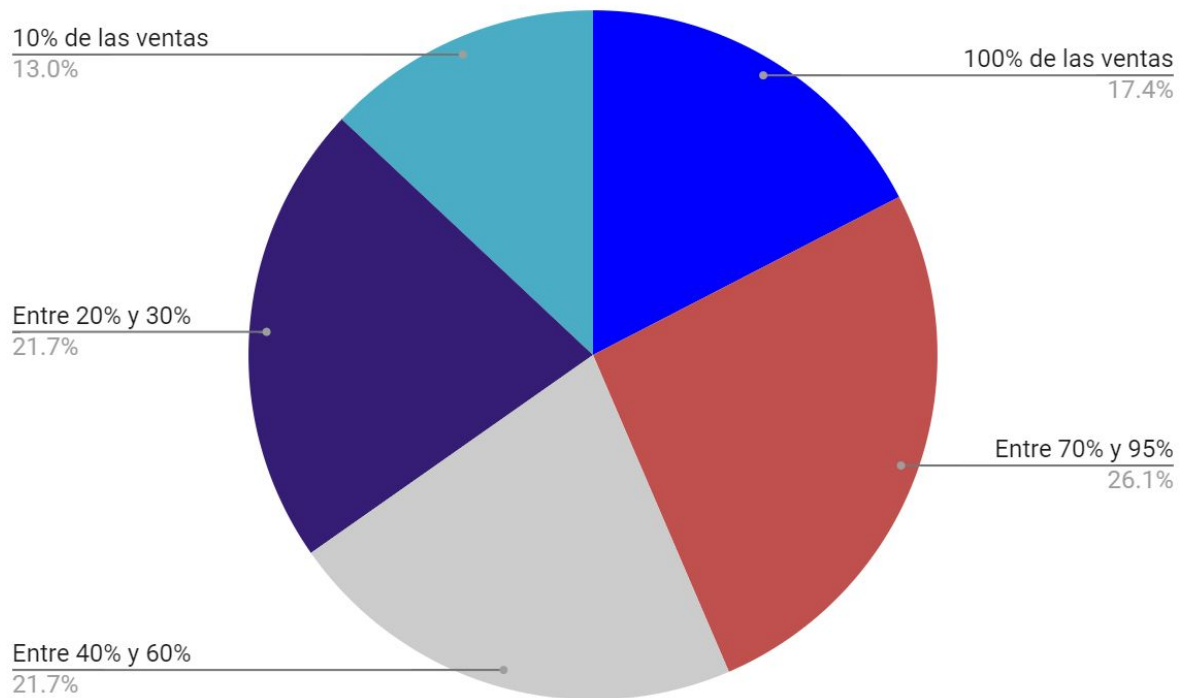
Un 14.9% de las agencias se dedican exclusivamente a la atención de turismo receptivo y un 14.9% a turismo emisor. Un 17% reparten sus ventas de manera igual entre estos dos segmentos. El resto de las agencias presentan composiciones diversas.

De las agencias que venden turismo receptivo, el 35% tienen solo clientes nacionales y para el 5% el total de sus ventas son a clientes del extranjero.

Composición del mercado	Porcentaje de agencias
100% Nacional	35%
80% Nacional - 20% Extranjero	10%
70% Nacional - 30% Extranjero	10%
90% Nacional - 10% Extranjero	7.5%
10% Nacional - 90% Extranjero	7.5%
100% Extranjero	5%

### Comercialización en Internet

El 48,9% de las agencias de viajes realizan ventas a través de Internet. En el siguiente gráfico se presenta el porcentaje de agencias según rangos de ventas realizadas por Internet.



## 5 RESULTADOS EMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE

### Tipo de servicio

El 72,4% de las empresas realizan servicios de transporte terrestre automotor y el 34,5% presta el servicio de alquiler de vehículos.

Tipo de servicios	Cantidad	Porcentaje
Transporte terrestre automotor	81	72.4%
Alquiler de vehículos	38	34.5%

### Modalidad del servicio

La modalidad de servicio que más realizan las empresas de transporte es el transporte de grupos, el 55,2% lo realizan. La segunda modalidad más realizada es el transporte individual, el 51,7% presta ese servicio. Y en tercer lugar está el alquiler de vehículos con 17,2%.

Modalidad	Cantidad	Porcentaje
Individual	57	51.7%
Grupos	61	55.2%
Alquiler de vehículos	19	17.2%

### Capacidad

De acuerdo a la modalidad reportada por las empresas, se consultó, la cantidad de vehículos disponibles y la capacidad máxima.

Modalidad	Cantidad de vehículos	Capacidad total
Servicio Individual	911	23,613
Servicio para grupos	1,421	17,951
Alquiler de vehículos	42	216

### Ámbito geográfico para la prestación del servicio

En cuanto al ámbito geográfico en donde las empresas de transporte prestan el servicio, el 48,3% lo hace el todo el territorio nacional, el 27,6% en el Valle del Cauca, el 13,8% en Cali y el 10,3% en varios departamentos.

Ámbito geográfico	Cantidad	Porcentaje
Cali	15	13.8%
Valle del Cauca	31	27.6%
Varios departamentos	12	10.3%
Todo el territorio nacional	54	48.3%

### Actividad comercial

El 69% de las empresas prestaron sus servicios durante el mes de agosto. y durante el mes transportaron 45,673 pasajeros.

Concepto	Hotel
Porcentaje de establecimientos que tuvieron actividad en agosto de 2019	69.03%
Días de actividad (mediana)	31

### Composición del mercado y de las ventas

Se consultó a las empresas sobre la distribución de pasajeros entre individuales y corporativos, al respecto en el 45% de las empresas más de un 90% de los clientes son pasajeros corporativos.

Solo en el 5% de las empresas los clientes son 100% individuales.

Composición pasajeros	Porcentaje de empresas
100% corporativos	5%
99% corporativos - 1% individuales	5%
95% corporativos - 5% individuales	5%
93% corporativos - 7% individuales	5%
90% corporativos - 10% individuales	25%

Composición pasajeros	Porcentaje de empresas
80% corporativos - 20% individuales	15%
60% corporativos - 40% individuales	10%
10% corporativos - 90% individuales	10%
100% individuales	5%
Otras combinaciones	15%

Por otra parte, con respecto a la distribución de ventas entre viajeros finales o corporaciones y ventas a agencias, la mayoría de las empresas de transporte realizan sus ventas a viajeros finales o corporaciones. Como se observa en la tabla, solo un 4% de las empresas tienen alto porcentaje de ventas a agencias.

Ventas a viajeros finales o corporaciones	Porcentaje de agencias
100% de las ventas	32%
Entre 90% y 98% de las ventas	36%
Entre 60% y 80% de las ventas	8%
50% de las ventas	20%
20% de las ventas	4%

### Comercialización en Internet

Solo el 12% de las empresas de transporte realizan ventas a través de Internet y las ventas que reportan realizar a través de este medio no superan el 25% del total de las ventas.