

¿Cómo estuvo el turismo receptivo en el Valle del Cauca en julio de 2025?



Introducción

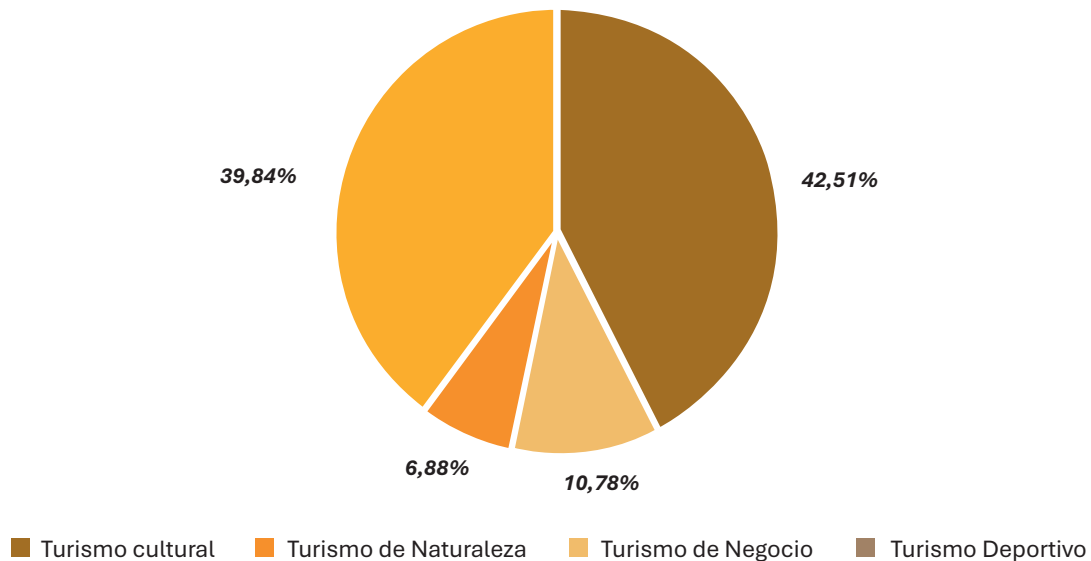
El turismo receptivo en el Valle del Cauca durante julio de 2025 reflejó un panorama diverso, en el que convergieron visitantes motivados por experiencias culturales, deportivas, de naturaleza y de negocios. La riqueza patrimonial e histórica, sumada a la realización de eventos de gran escala y a la amplia oferta de atractivos naturales, posicionaron al departamento como un destino integral y competitivo en el suroccidente colombiano. Este boletín presenta los principales hallazgos y tendencias observadas, destacando las motivaciones de viaje, los patrones de gasto, las preferencias de alojamiento y la valoración de los visitantes.

Aspectos importantes de turismo receptivo durante el mes de julio

Durante el mes de julio, la mayor proporción de encuestas aplicadas correspondió al turismo cultural, que representó el 42,5% del total, consolidándose como el segmento más relevante en este periodo. En segundo lugar se ubicó el turismo deportivo con un 39,8%, lo que demuestra la fuerte presencia de visitantes motivados por actividades y eventos deportivos en la región. En menor medida, el turismo de naturaleza alcanzó una participación del 10,8%, mientras que el turismo de negocios representó el 6,9%. Esta distribución refleja la diversidad de motivaciones de viaje hacia el Valle del Cauca, con un claro predominio de experiencias culturales y

deportivas, pero también con la presencia de segmentos especializados como naturaleza y negocios, que enriquecen el panorama turístico del destino (*Gráfica 1*).

Gráfica 1. Distribución de encuestas por segmento de turismo

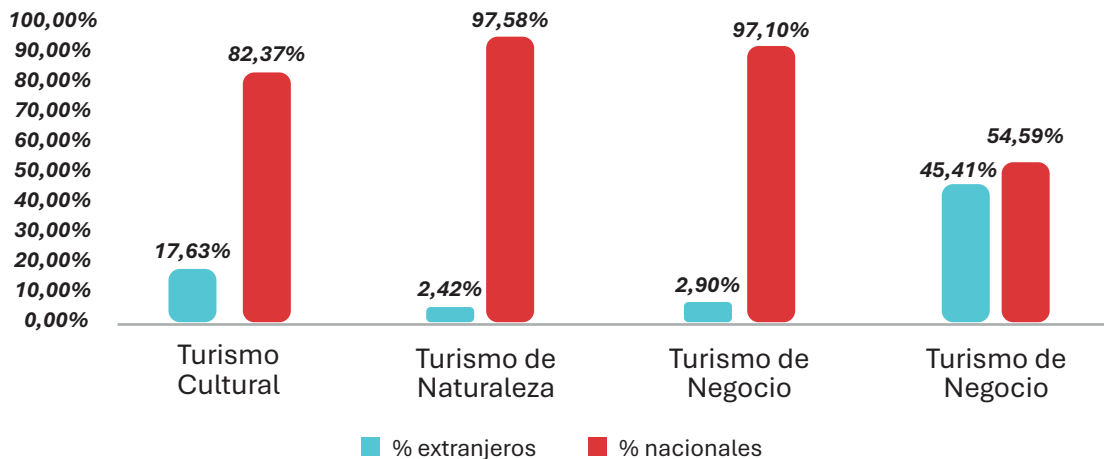


Fuente: Elaboración propia con base en datos de turismo receptivo

- **Sobre la procedencia de los turistas/visitantes al Valle del Cauca en Julio**

En términos generales, durante julio, la mayoría de los visitantes encuestados fueron nacionales (71%), mientras que los extranjeros representaron el 29%. Esta proporción confirma el predominio del mercado interno, aunque con una participación internacional significativa. Por segmentos, el turismo deportivo fue el que concentró la mayor presencia extranjera, con un 45,4% de sus visitantes provenientes de otros países, lo que reafirma la capacidad de los eventos deportivos para atraer público internacional. El turismo cultural también mostró una participación destacada de visitantes foráneos (17,6%), reflejando el interés de viajeros internacionales por las manifestaciones patrimoniales y culturales del Valle del Cauca. En contraste, los segmentos de naturaleza (2,4%) y negocios (2,9%) estuvieron dominados casi en su totalidad por turistas nacionales, lo que sugiere que aún existen oportunidades para proyectar estos nichos hacia un mercado internacional más amplio (*Gráfica 2*).

Gráfica 2. Distribución de turistas encuestados en función de su nacionalidad



Fuente: Elaboración propia con base en datos de turismo receptivo

• Sobre el departamento de procedencia

Al analizar el origen de los visitantes encuestados en julio, se observa que, en el total general, los tres principales departamentos de procedencia fueron Valle del Cauca, Bogotá D.C. y Quindío, lo que evidencia una fuerte base local complementada por importantes centros emisores del país. Por segmentos, se presentan variaciones interesantes:

- En el turismo cultural, predominan visitantes del Valle del Cauca, seguidos de Antioquia y Bogotá D.C., reflejando la atracción tanto de residentes locales como de los grandes polos urbanos.
- En el turismo de naturaleza, el Valle del Cauca también lidera, con participación de Cundinamarca y Bogotá D.C., lo que sugiere que estas zonas metropolitanas encuentran en los paisajes vallecaucanos un destino cercano y atractivo.
- En el turismo de negocios, además del Valle del Cauca, destacan Caldas y Cundinamarca, lo que señala la diversidad territorial de este segmento y su vínculo con corredores económicos estratégicos.
- En el turismo deportivo, los principales orígenes fueron Bogotá D.C., Valle del Cauca y Quindío, lo que refleja el poder de convocatoria de los eventos deportivos para atraer participantes tanto locales como de otros departamentos con tradición atlética.

Esta composición territorial muestra que el turismo receptivo en julio estuvo marcado por una alta participación de visitantes locales y regionales, junto con un flujo importante desde Bogotá, Antioquia y otros departamentos estratégicos del país (Tabla 1).

Tabla 1. Ranking de origen departamental de turistas/visitantes por segmento de turismo

	Turismo Cultural	Turismo de Naturaleza	Turismo de Negocio	Turismo Deportivo	Total general
1	Valle del Cauca	Valle del Cauca	Valle del Cauca	Bogota D.C	Valle del Cauca
2	Antioquia	Cundinamarca	Caldas	Valle del Cauca	Bogota D.C
3	Bogota D.C	Bogota D.C	Cundinamarca	Quindio	Quindio

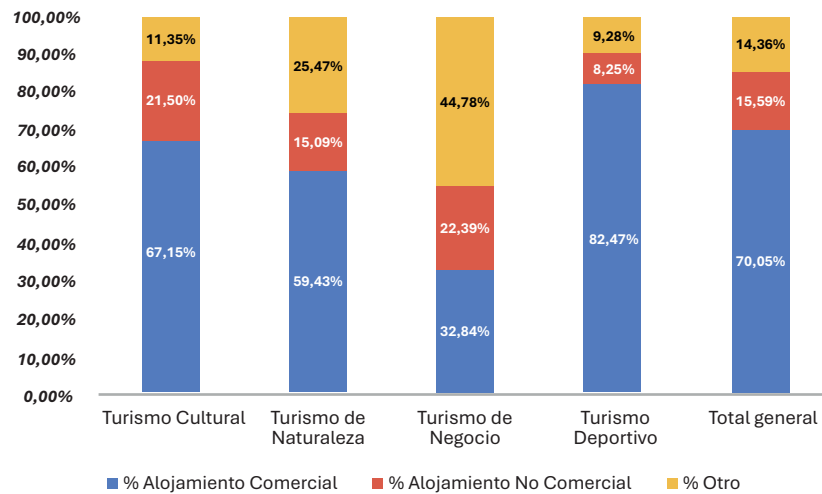
- Sobre las preferencias por alojamiento

El análisis del tipo de alojamiento durante julio refleja diferencias notables entre los distintos segmentos turísticos. En el total general, el 70% de los visitantes se hospedó en alojamientos comerciales (hoteles, apartahoteles y similares), mientras que un 15,6% optó por alternativas no comerciales como casas de familiares o amigos, y un 14,4% correspondió a la categoría “otro”, que incluye principalmente visitantes de un solo día o quienes no pernoctaron en el destino.

Por segmentos, el turismo deportivo fue el que más recurrió a la infraestructura formal, con un 82,5% de sus visitantes en alojamiento comercial, seguido del turismo cultural (67,2%) y el de naturaleza (59,4%). En contraste, el turismo de negocios presentó la menor proporción en este tipo de alojamiento (32,8%), acompañado de un alto porcentaje en la categoría “otro” (44,8%), lo que sugiere que muchos de estos visitantes realizaron viajes cortos o de un solo día.

Estos patrones evidencian cómo las motivaciones del viaje inciden directamente en las preferencias de alojamiento, destacando el papel del turismo deportivo como un dinamizador clave para la hotelería formal en el Valle del Cauca (*Gráfica 3*).

Gráfica 3. Distribución de alojamiento utilizado por visitantes/turistas



Fuente: Elaboración propia con base en datos de turismo receptivo

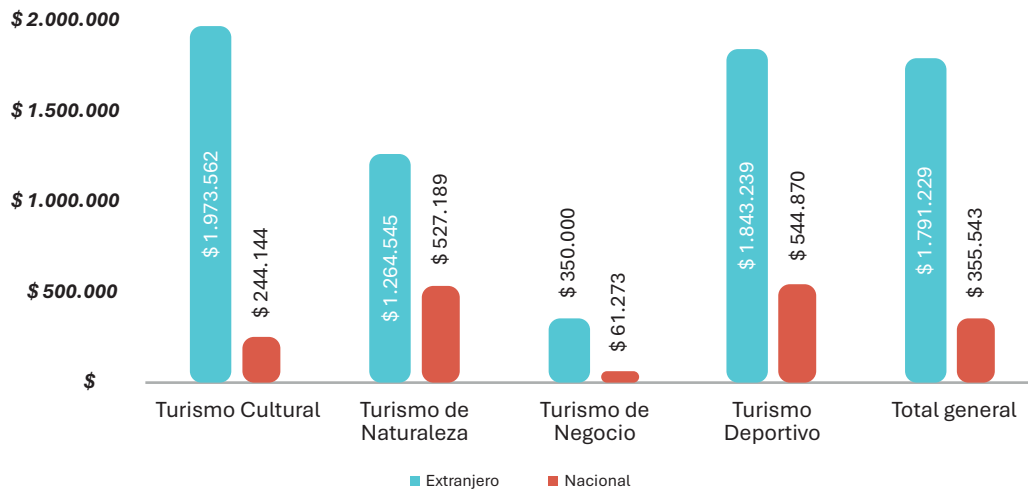
• Sobre el gasto turístico promedio

Durante julio, el gasto promedio de los visitantes evidenció diferencias significativas según el segmento y la procedencia. En el total general, los extranjeros registraron un gasto promedio de \$1.791.229, muy superior al de los visitantes nacionales, con \$355.543, lo que confirma el mayor aporte económico de los viajeros internacionales al destino. Al desagregar por segmentos:

- El turismo cultural fue el de mayor gasto entre los visitantes extranjeros, con un promedio de \$1.973.562, aunque en el caso de los nacionales el gasto fue considerablemente menor (\$244.144).
- El turismo deportivo también mostró altos niveles de gasto, con \$1.843.239 para extranjeros y \$544.870 para nacionales, reflejando el impacto económico que generan los eventos deportivos de gran formato.
- El turismo de naturaleza presentó un gasto intermedio, alcanzando \$1.264.545 en extranjeros y \$527.189 en nacionales.
- Finalmente, el turismo de negocios se ubicó como el de menor impacto económico, con un gasto promedio de \$350.000 en extranjeros y \$61.273 en nacionales.

Este comportamiento confirma la relevancia de los mercados internacionales y de segmentos específicos como el cultural y el deportivo, que dinamizan de manera significativa el gasto turístico en el Valle del Cauca (Gráfica 4).

Gráfica 4. Gasto promedio por segmento de turismo. Diferenciado por turista/visitante nacional y/o extranjero



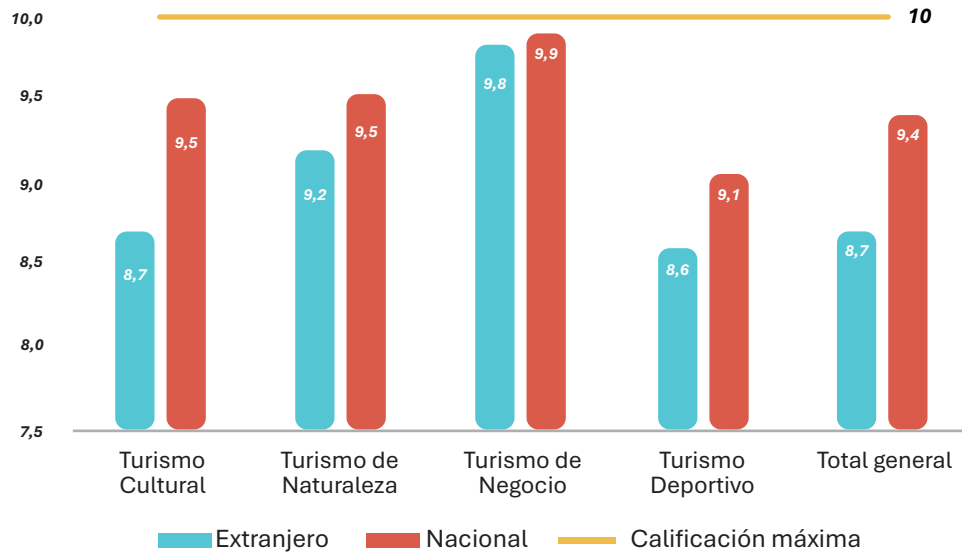
Fuente: Elaboración propia con base en datos de turismo receptivo

• Sobre la valoración promedio de la visita

La valoración general de la experiencia en julio fue altamente positiva, con un promedio global de 9,4 sobre 10 en visitantes nacionales y 8,7 en visitantes extranjeros, lo que confirma altos niveles de satisfacción con el destino. Por segmentos, el turismo de negocios se destacó con las calificaciones más altas, alcanzando 9,8 en extranjeros y 9,9 en nacionales, reflejando una percepción sobresaliente de quienes participaron en este tipo de actividades. El turismo de naturaleza también presentó evaluaciones muy favorables, con 9,2 y 9,5, respectivamente. En el caso del turismo cultural, los nacionales otorgaron una calificación de 9,5, mientras que los extranjeros lo evaluaron en 8,7, manteniéndose en un rango alto aunque con una ligera diferencia entre ambos grupos. Finalmente, el turismo deportivo obtuvo resultados positivos, aunque algo menores en comparación con los otros segmentos, con promedios de 9,1 (nacionales) y 8,6 (extranjeros).

En conjunto, estas cifras reflejan una experiencia turística sólida y bien valorada en el Valle del Cauca, con especial fortaleza en los segmentos de negocios y naturaleza. No obstante, se observa una tendencia consistente: los visitantes extranjeros tienden a otorgar calificaciones más bajas que los nacionales. Este hallazgo merece especial atención, ya que justamente los extranjeros son quienes registran el gasto promedio más alto. Diseñar estrategias que fortalezcan su experiencia es clave no solo para incentivar la recompra del destino, sino también para aprovechar el efecto positivo del voz a voz, que puede atraer a más viajeros internacionales y, con ello, dinamizar aún más el gasto turístico en la región (Gráfica 5).

Gráfica 5. Valoración promedio de la visita al Valle del Cauca por segmento. Diferenciado por turista/visitante nacional y/o extranjero



Fuente: Elaboración propia con base en datos de turismo receptivo

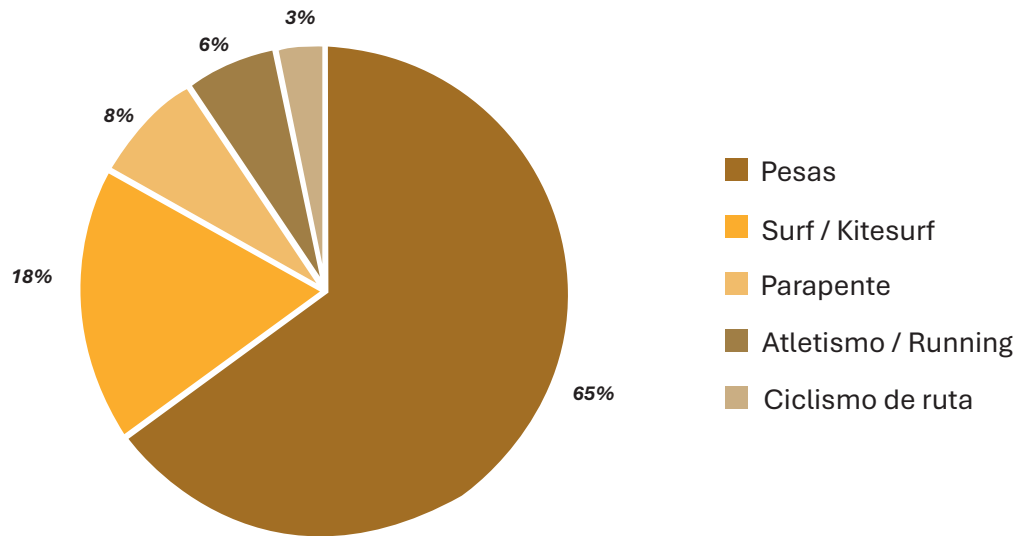
Aspectos relevantes de turismo deportivo

En julio, el turismo deportivo en el Valle del Cauca estuvo dominado por la práctica de pesas (60,4%), seguida por el surf/kitesurf (17%) y el parapente (7%), que se consolidaron como las actividades más representativas del mes. También destacaron, aunque en menor medida, el atletismo/running (5,7%), el ciclismo de ruta (3%), los deportes de aventura (3%) y el ciclismo de montaña (2,6%), mientras que disciplinas como la natación y los deportes de equipo tuvieron participaciones marginales. Este comportamiento confirma la versatilidad del Valle como destino deportivo, combinando escenarios urbanos, costeros y de naturaleza para distintos perfiles de visitantes (Gráfica 6).

La realización de los XXIV Juegos Deportivos Departamentales, VII Paradeportamentales y Sordodepartamentales del Valle del Cauca 2025 generó un fuerte dinamismo turístico en Cali y los municipios sede. La hotelería, especialmente en el norte de Cali y en hoteles y fincas locales de Palmira, El Cerrito, Guacarí y Ginebra, registró alta ocupación por parte de delegaciones y visitantes. A esto se sumó el impulso al sector de alimentación, encargado de cubrir menús y refrigerios para los competidores, y al transporte, fundamental para la movilidad entre municipios. En total, más de 3.000 personas se movilizaron alrededor del evento, consolidando al Valle como potencia deportiva y como un destino capaz de albergar encuentros de gran escala con impacto directo en la economía turística¹.

¹ Entrevista con David Rodríguez, presidente de la liga vallecaucana de boxeo. Agosto 20 de 2025.

Gráfica 6. Eventos y actividades principales de turismo deportivo en el departamento



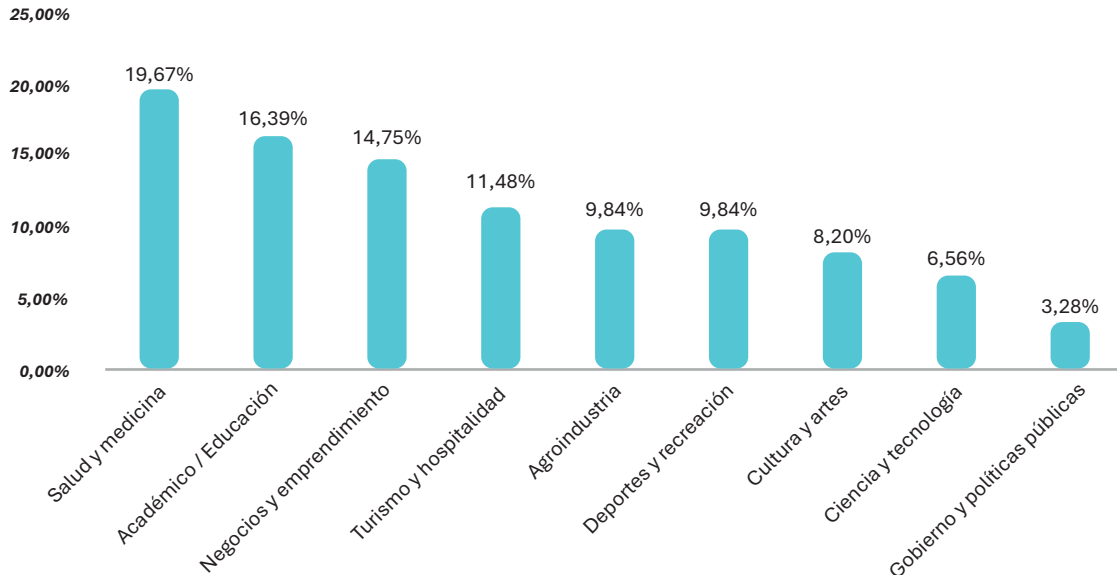
Fuente: Elaboración propia con base en datos de turismo receptivo

Sobre turismo de reuniones

En julio, los eventos asociados al turismo de reuniones mostraron una agenda diversa, con una clara preponderancia de actividades relacionadas con salud y medicina (19,7%), que se consolidaron como la principal temática del mes. En segundo lugar, se ubicaron los encuentros de carácter académico y educativo (16,4%), seguidos por los de negocios y emprendimiento (14,8%), lo que refleja la importancia del Valle como escenario de formación, innovación y desarrollo empresarial.

El turismo y hospitalidad (11,5%) también tuvo un papel relevante dentro de la agenda, junto con sectores productivos como la agroindustria (9,8%), así como los espacios de deportes y recreación (9,8%) y de cultura y artes (8,2%), que complementaron la oferta temática del mes. Finalmente, aunque en menor medida, también se destacaron eventos en torno a la ciencia y tecnología (6,6%) y a la gestión pública y de gobierno (3,3%), mostrando la amplitud de sectores que encuentran en el Valle del Cauca un lugar estratégico para sus encuentros. Este panorama evidencia que el turismo de reuniones en la región mantiene un carácter multisectorial, en el que convergen salud, academia, negocios y cultura, fortaleciendo al departamento como un punto de encuentro clave en el suroccidente colombiano (Gráfica 7).

Gráfica 7. Motivo principal de visita de turistas de reuniones



Fuente: Elaboración propia con base en datos de turismo receptivo

Sobre turismo de naturaleza

En julio de 2025, el turismo de naturaleza en el Valle del Cauca estuvo fuertemente concentrado en los atractivos de Santiago de Cali, que lideraron las preferencias de los visitantes. El Mirador Cristo Rey ocupó el primer puesto como el lugar más representativo del mes, reafirmando su papel como ícono turístico de la ciudad. Le siguieron la Colina de San Antonio y el Zoológico de Cali, que combinan historia, cultura y biodiversidad, convirtiéndose en puntos de encuentro para turistas nacionales e internacionales. Otros espacios cercanos como el Km 18, con su clima fresco y oferta gastronómica, y el Río Pance, tradicional destino de recreación local, consolidaron a Cali como epicentro del turismo de naturaleza en el departamento.

Más allá de la capital, también destacaron lugares de gran riqueza ambiental y paisajística que complementan la oferta regional. El Río Cali y el Lago de la Babilla aportaron experiencias de contacto directo con la naturaleza dentro del área urbana, mientras que las Playas del Pacífico en Buenaventura atrajeron visitantes por su biodiversidad y paisajes costeros. En menor medida, destinos como la Loma de la Cruz, el Páramo Las Domínguez y Laguna Negra, los Parques Naturales y los diversos miradores paisajísticos ofrecieron alternativas para quienes buscan experiencias diferenciadas. Este panorama confirma que el Valle del Cauca combina atractivos urbanos, rurales y costeros que fortalecen su posicionamiento como un destino diverso y competitivo en turismo de naturaleza (Gráfica 8).

Gráfica 8. Mapa de palabras con los destinos de naturaleza más visitados en el Valle



Fuente: Elaboración propia con base en datos de turismo receptivo

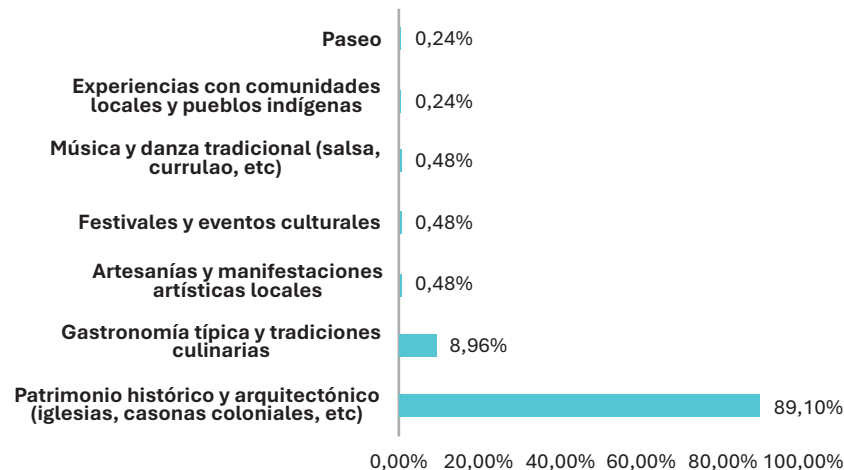
Sobre turismo cultural

Durante julio de 2025, el turismo cultural en el Valle del Cauca se centró principalmente en el patrimonio histórico y arquitectónico, que representó el 89,1% de las motivaciones de viaje. Los visitantes resaltaron su interés por recorrer el Centro Histórico de Cali, la Iglesia La Merced, la Ermita, la Colina de San Antonio, el Bulevar del Río, el Parque del Gato y la Plazoleta Jairo Varela, espacios que reflejan la identidad cultural y arquitectónica de la ciudad. La Basílica del Señor de los Milagros en Buga también se consolidó como destino de gran importancia, donde las misas y las eucaristías de sanación fueron experiencias destacadas por los turistas. Estos recorridos evidencian que la espiritualidad y la historia siguen siendo los pilares de la oferta cultural del departamento.

En paralelo, la gastronomía típica atrajo al 9% de los visitantes, con especial protagonismo del Festival de la Empanada, evento que concentró gran parte de la atención cultural durante el mes y que puso en valor la cocina tradicional vallecaucana. Otros intereses, aunque en menor proporción, incluyeron las artesanías y manifestaciones artísticas locales, la música y danza tradicional —con la salsa y el currulao como expresiones centrales—, así como las experiencias con comunidades locales. Finalmente, los museos como el Museo del Oro Calima y el Museo de la Tertulia, junto a actividades como el recorrido en el Museo Santa Bárbara, complementaron la experiencia de quienes buscan un acercamiento a la historia y el arte. En

conjunto, julio mostró un turismo cultural con fuerte énfasis en lo histórico-religioso, acompañado de gastronomía y expresiones vivas que enriquecen la identidad regional (Gráfica 9).

Gráfica 9. Principal motivo de visita en términos de turismo cultural en el Valle del Cauca



Fuente: Elaboración propia con base en datos de turismo receptivo

Conclusiones

En conjunto, los resultados de julio confirman que el Valle del Cauca combina una sólida oferta cultural, un creciente dinamismo deportivo y una amplia diversidad de experiencias de naturaleza y reuniones. El alto nivel de satisfacción reportado por los visitantes, sumado al impacto económico diferencial de los segmentos internacionales, evidencia el potencial del destino para seguir consolidándose como referente turístico en Colombia. No obstante, persisten oportunidades de mejora en la atracción de mercados internacionales hacia nichos como naturaleza y negocios, así como en el fortalecimiento de la experiencia de los visitantes extranjeros. Estos hallazgos ofrecen una hoja de ruta para orientar la planificación, promoción y articulación entre actores del sector, con el propósito de maximizar el aporte del turismo al desarrollo económico y social del departamento.