

# **INFORME DE PERCEPCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES**

**Jorge Iván Ospina  
Alcalde Santiago de Cali**

**Stefania Doglioni Velez  
Secretaria de Turismo de Santiago de Cali**

**Oscar Guzmán Moreno  
Presidente ejecutivo Cotelco Valle del Cauca**

**CONTRATO ALCALDIA DE CALI  
NO 4172.010.26.1.131-2021**



## **EQUIPO PROFESIONAL SITUR VALLE DEL CAUCA**

Harold Humberto Rivas Cano  
Director General

María Andrea Dorado Castillo  
Coordinadora del área de estadísticas y estudios económicos de Cotelco –  
Capítulo Valle del Cauca

Alejandra Otero Leyton  
Analista Estadística

Andrés Eduardo Caicedo Rojas  
Analista Económico

María Fernanda Ortegón Pérez  
Coordinadora de campo

Diana Maria Ortiz Yela  
Analista

Johan Alejandro Perea Castillo  
Analista

## EQUIPO DE PROFESIONALES DE CAMPO

Vanessa Sanclemente

María Eugenia Ordoñez

María Claudia Paier

Sergio Rivas

Camila García

Ana Fernanda Agudelo

Santiago Cabezas

## TABLA DE CONTENIDO

EQUIPO PROFESIONAL .....	2
SITUR VALLE DEL CAUCA.....	2
EQUIPO DE PROFESIONALES DE CAMPO .....	3
METODOLOGÍA .....	6
Descripción del informe .....	8
Importancia de Santiago de Cali como destino turístico.....	8
Conocimiento de oferta turística .....	9
Rutas turísticas .....	10
Actividades turísticas sugeridas .....	11
Actividades turísticas realizadas .....	12
Gestión Turística.....	13

## LISTADO DE FIGURAS

Figura 1. Porcentaje de habitantes de Cali que consideran a la ciudad como un destino turístico importante y razones principales – 2021.....	9
Figura 2. Porcentaje de habitantes de Cali que conocen la oferta turística de la ciudad – 2021.....	10
Figura 3. Porcentaje Rutas turísticas (%) realizadas por habitantes de la ciudad de Cali. ....	10
Figura 4. Planes recomendados por los habitantes de Cali. ....	11
Figura 5. Planes realizados por los habitantes de Cali .....	12
Figura 6. Calificación promedio de los planes realizados en Cali .....	13
Figura 7. Porcentaje de habitantes de Cali que conocen los puntos de información turística habilitados en la ciudad. ....	14
Figura 8. Porcentaje de habitantes de Cali que conocen alguna de las iniciativas de la Secretaría de Turismo municipal.....	14

## METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este informe sobre la percepción de los productos y servicios turísticos locales por parte de los habitantes de la ciudad de Cali se realizó una encuesta en la cual se indagó sobre la percepción que tienen los habitantes de la ciudad frente a la prestación de los servicios y productos turísticos.

Dicha medición se realizó por un sondeo por interceptación, técnica de muestreo no probabilístico, debido a los tiempos de ejecución del proyecto. Sin embargo, estas técnicas permiten obtener rápidamente datos y obtener indicios de un fenómeno de estudio. La técnica de sondeo por interceptación lleva su nombre debido a la forma como se obtienen los datos; esta consiste en ‘detener’ a un individuo en un sitio de interés, donde el investigador considera se puede localizar la población objetivo y aplica el cuestionario si el individuo así lo permite.

Tipo de cuestionario: recolección de información por medio de un cuestionario el cual indaga sobre el conocimiento que tienen los habitantes acerca de Cali como destino turístico y las principales actividades turísticas que realiza.

Muestreo: No probabilístico tipo bola de nieve.

Unidad de muestreo: Residentes en Cali.

Número de muestra: 436 encuestas.

Temporalidad: Anual.

Supervisión: la supervisión de esta actividad, se realizó a través de telemercadeo. Esta solicitud se hizo aleatoriamente. Se programarán entregas semanales de encuestas y se seleccionarán de manera aleatoria un 5 % de instrumentos por cada encuestador, las cuales se verificaron por medio de una llamada telefónica y/o visita de campo por parte del supervisor de campo. También se hizo una verificación de todas las encuestas en la plataforma por parte del estadístico, validando que no existan inconsistencias en el diligenciamiento y de manera correcta. En caso de que una encuesta presente una no conformidad, se elimina de la base principal y se le pide al profesional de campo que realice una nueva encuesta en su reemplazo.

Recolección: la recolección de datos es realizada a través de medios virtuales y telemercadeo por parte de los profesionales de campo (encuestadores) a través de la plataforma web. También se utilizaría la información previa recolectada por otros SITUR a nivel nacional.

Instrumento: los instrumentos de medición electrónicos de la plataforma web los cuales se pueden encontrar en el siguiente link:

<http://www.encuestas.siturvalle.com/encuestas> también las tablets tienen una aplicación, las cuales no necesitan de internet para realizar las encuestas, esta aplicación se puede descargar del siguiente enlace:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=encuestas.multiproposito.com>



## DESCRIPCIÓN DEL INFORME

En el presente informe se realiza un análisis de la percepción de la población de la ciudad de Cali sobre la importancia de los productos y servicios turísticos locales, pues el atractivo de un destino es el reflejo de la imagen que se tenga, es decir la percepción de la capacidad que tenga el destino para satisfacer las necesidades del visitante. En este caso se evalúa la percepción desde el residente teniendo en cuenta que se puede ser buen anfitrión y se puede recomendar el destino y sus lugares emblemáticos a visitantes de la ciudad o posibles visitantes a futuro, esto le puede dar una mayor posibilidad al destino de ser elegido. A continuación se muestran los resultados obtenidos de una encuesta realizada a 436 personas residentes en Cali:

### Importancia de Santiago de Cali como destino turístico

Santiago de Cali, en los últimos años ha sido nominada en los Premios Mundiales del Turismo – WTA, (World Travel Awards), considerados como los Premios Óscar del Turismo, en las categorías Destino Líder en Turismo Deportivo de América del Sur y Destino Turístico Emergente Líder en América del Sur, distinción en la que logró el primer lugar en el año 2020 y 2021. Lo anterior es muestra de que la ciudad se va posicionando y que se debe mejorar continuamente y emplear estrategias de comunicación que potencialicen lo ya conseguido para atraer más visitantes. Al evaluar el gráfico 1, se observa que el 73% de las personas encuestadas afirman que Cali es un destino turístico importante a nivel nacional. Entre las principales razones esta su oferta salsera pues es reconocida como la capital mundial de la Salsa, el clima, las manifestaciones artísticas, por la calidez de las personas (buenos anfitriones), entre otros. (Figura 1.)



## Conocimiento de oferta turística

Para el 2021, se identificó que 87% (379) de los encuestados de Cali no conocen la oferta turística de la ciudad, mientras solo el 13% (57) restante considera que conoce (Figura 2). Entre los productos turísticos más relevantes que conocen los habitantes se encuentra Cristo Rey, la Iglesia de la Ermita, El mirador de San Antonio, Pance, el Parque de los gatos, El cerro de las tres cruces, la Feria de Cali, Plazoleta Jairo Varela, entre otros. Lo anterior deja una tarea importante para establecer estrategias que permitan que los habitantes conozcan los trásticos de la ciudad con el objetivo de que realicen el disfrute de los mismos y los recomiende a familiares, amigos o visitantes que reciba la ciudad.



## Actividades turísticas sugeridas

Se consultó a los encuestados (habitantes de Cali) si tuviera que sugerir a un turista sobre los planes o actividades que no se puede perder en la ciudad, cuales le recomendaría, entre los mayores planes están la caminata por el Boulevard con el 51%, disfrutar de la rumba de Cali con el 50%, Divisar la ciudad desde el mirador de San Antonio, disfrutar de la diversa gastronomía y visitar las zonas gastronómicas, visitar el zoológico, la plazoleta Jairo Varela, Asistir a shows de salsa, ir al rio Pance, recorrer el centro histórico, entre otras. Planes que están cuentan con una gran oferta de operadores para acceder a cada uno de ellos (paquetes turísticos) o que también se pueden realizar de manera individual. (Figura 4.)

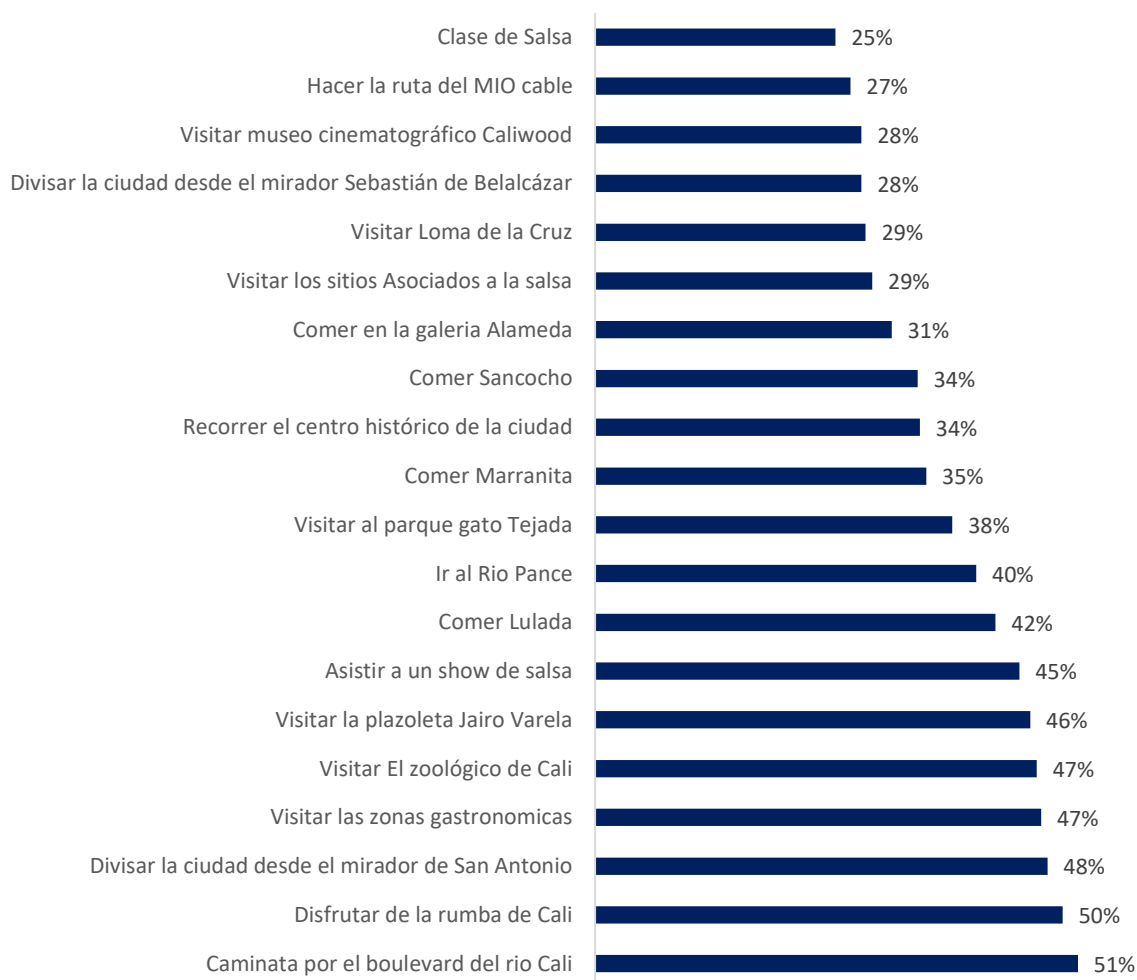


Figura 4. Planes recomendados por los habitantes de Cali.

## Actividades turísticas realizadas

De los habitantes de la ciudad de Cali que fueron encuestados, el 60% se ha comido un cholado en la novena, el 58% se ha tomado una selfie con la ermita a sus espaldas, el 56% ha participado de actividades de la feria de Cali, el 52% ha visitado el parque del gato tejada, el 48% se ha comido una marranita en el barrio San Antonio, el 47% ha desayunado en la galería de la Alameda, el 34% ha disfrutado de una tarde de baile en el barrio obrero. En fin muchos planes que resaltan los mejores atractivos de la ciudad y que todos los ciudadanos deberían realizar y recomendar. (Figura 5.)

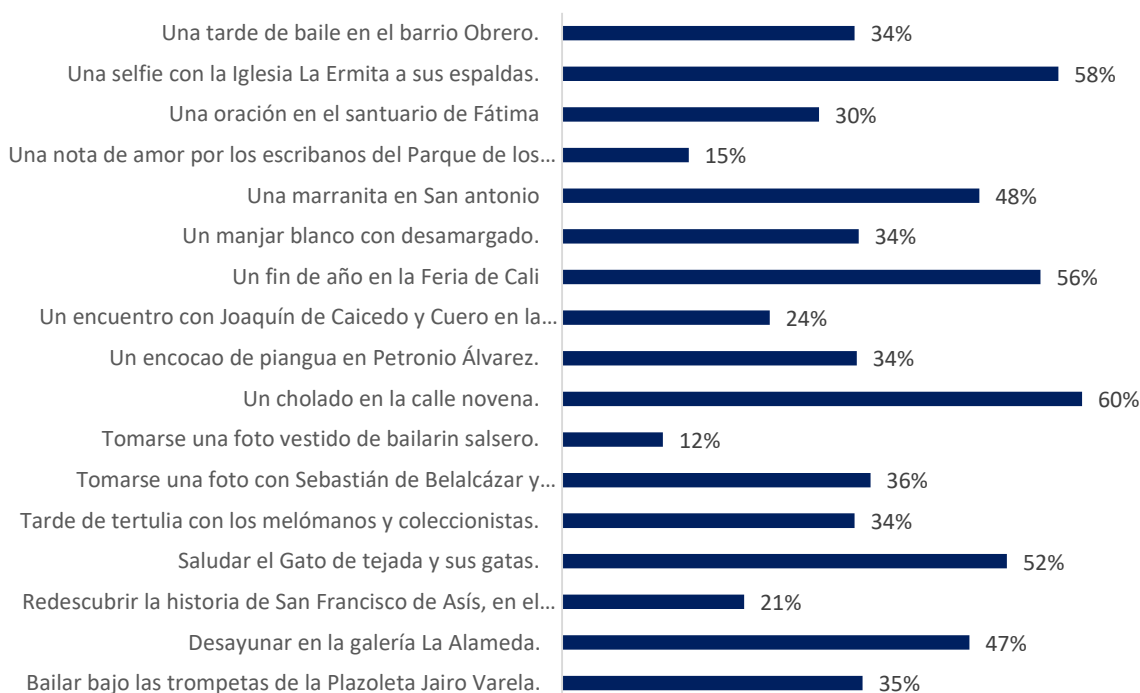


Figura 5. Planes realizados por los habitantes de Cali

La calificación promedio de todos estos planes realizados por los habitantes de Cali fue de 8,94 puntos de 10 posibles, lo que deja en evidencia la satisfacción de los residentes de Cali sobre las diferentes actividades o planes de la ciudad. Destacan la calificación de planes como una tarde de baile en el barrio Obrero con 8,92 puntos, saludar el gato de tejada y sus gatas con 8,86 puntos, bailar bajo las trompetas de la Plazoleta Jairo Varela con 8,83 puntos, comer un manjar blanco con desamargado con 8,83 puntos y redescubrir la historia de San Francisco de Asís en el centro de la capital del Valle: complejo religioso San Francisco.

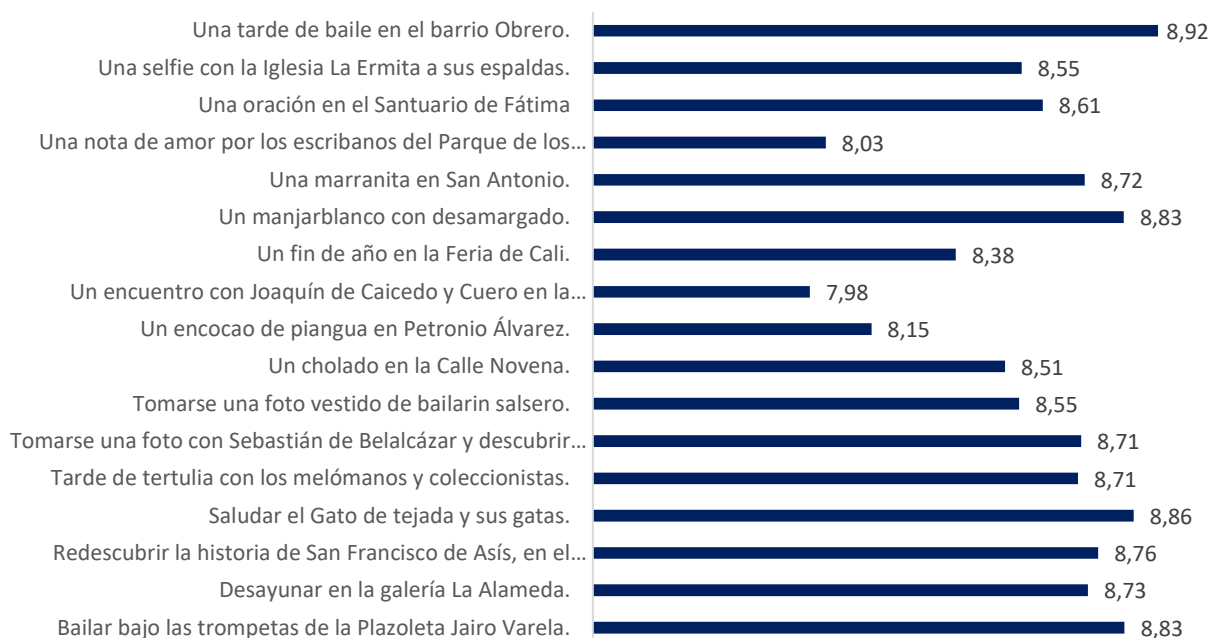


Figura 6. Calificación promedio de los planes realizados en Cali

## Gestión Turística

En 2021, se identificó que de los habitantes encuestados el 43 informaron conocer los puntos de información turística disponibles en la ciudad. Entre los puntos de información que más reconocen los habitantes esta el de la terminal de transportes, el del edificio Coltabaco, El del Centro Cultural de Cali, el de san Antonio. (Figura 7)



Figura 7. Porcentaje de habitantes de Cali que conocen los puntos de información turística habilitados en la ciudad.

Así mismo se consultó se los encuestados conocen alguna iniciativa para promocionar la oferta turística de la ciudad que se realice desde la Secretaría de Turismo distrital, donde se ve que el 32% si conocen de incitativas entre las cuales se resalta el trabajo de turismo comunitario en el barrio Siloe y el mio Cable, la feria de cali, los festivales y los eventos deportivos, entre otros. (Figura 8)

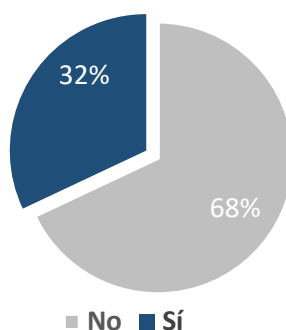


Figura 8. Porcentaje de habitantes de Cali que conocen alguna de las iniciativas de la Secretaría de Turismo municipal.