

# COLOMBIA - Caracterización de visitantes de los Puntos de Información Turística del municipio de Santiago de Cali-2015

**Secretaría de Turismo - Alcaldía de Santiago de Cali**

report\_generated\_on: July 3, 2019

visit\_data\_catalog\_at: <https://planeacion.cali.gov.co/amda/index.php>

# Información general

## Identificación

NÚMERO DE ID  
ST-PMSTC-CVPITSC-2015

## Información general

### RESUMEN INTRODUCCIÓN

Para realizar el proceso de recolección de información estadística confiable y de calidad en turismo, el procedimiento de Promoción y Monitoreo de la Secretaría de Turismo cuenta con los Puntos de Información Turística (PIT's), una estrategia de promoción turística promulgada por el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) desde el año 2012. Para el caso de Cali, la estrategia se consolidó en el 2015 y en 2016 con el establecimiento de la Secretaría de Turismo a través del Decreto 0516, momento en el cual estos puntos se convirtieron en una fuente de información clave para el sector turístico y la toma de decisiones en la materia. Actualmente contribuyen al cumplimiento de las metas planteadas en el Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019, más específicamente las del programa “Potencial turístico rural y urbano” del componente “Zonas de vocación económica y marketing de ciudad” del eje “Cali emprendedora y pujante”.

La operación estadística de “Caracterización de visitantes del Punto de Información Turística” del municipio de Santiago de Cali, tiene lugar gracias a la información recolectada en los cuatro PIT's de la ciudad, localizados en la Terminal de Transportes, la Plazoleta Jairo Varela, el Centro Cultural y y el Boulevard del río. Los tres primeros, se crearon a través del convenio entre la Secretaría de Turismo y el FONTUR, bajo la estrategia nacional orientada a articular, organizar y construir “un sistema de información confiable, que contribuya a la orientación y satisfacción del visitante y sirva como herramienta para determinar los indicadores propios de esta actividad, [para hacer] de cada región un destino más competitivo” (FONTUR, 2018), y que hoy, se consolida en una Red Nacional de Puntos de Información en 29 de los 32 departamentos del país.

El éxito notable de los PIT's, como estrategia de promoción del turismo y recolección de información del sector los convierte en una estrategia en potencia a desarrollar en otros lugares estratégicos de la ciudad, una fuente de información que puede ser fortalecida para mejorar la oferta de los productos turísticos de la ciudad y el tipo de atención que reciben los visitantes. En efecto, bajo el marco del Plan Estadístico Territorial de Cali (2016-2019), se identificó la operación estadística de Caracterización de Visitantes de los Puntos de Información Turística del municipio de Santiago de Cali es una fuente de información a fortalecer y a explotar, puesto que representa un insumo clave para toma de decisiones en materia turística de la ciudad. Por ello, siguiendo los lineamientos de documentación metodológica del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), se ha elaborado este documento que, por un lado, sirve para comprender el funcionamiento y estructura de esta operación estadística y por otro lado, contribuye a fortalecer la producción de información estadística municipal para así, aportar a la planificación y el desarrollo territorial de Cali.

El documento a continuación presenta en detalle las características de esta operación estadística de la siguiente manera: primero, se presentan los antecedentes de la operación, seguidamente se expone el diseño de la operación estadística, después se introduce el diseño estadístico, posteriormente el diseño de la ejecución, le siguen el diseño de sistemas, el diseño de métodos y mecanismos para el control de calidad, el diseño de análisis de resultados, el diseño de la difusión, el diseño de la evaluación, y cierra con el glosario, la bibliografía y los anexos.

### ANTECEDENTES

La creciente relevancia del turismo para el desarrollo económico y cultural del país durante las últimas décadas ha puesto de manifiesto la necesidad nacional de establecer estrategias para fortalecer la promoción y la oferta turística del país. En ese sentido, el gobierno nacional desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha aunado esfuerzos a nivel público y privado para promover una imagen positiva y atractiva de los destinos turísticos del país a través de diferentes estrategias lideradas por entidades como el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) y ProColombia. Ahora, para desarrollarlas, el gobierno nacional identificó tres ejes claves: el entendimiento de tendencias clave globales e implicaciones para Colombia, la revisión de mejores prácticas internacionales en materia de turismo y un diagnóstico del sector en Colombia con fortalezas, brechas y potencial de mejoramiento. En ese sentido, el desarrollo integral y diverso de la oferta turística implica un conocimiento amplio y bien documentado de las características del sector para así tener claridad respecto a los productos y servicios a ofrecer.

Así pues, en el año 2008 se institucionalizó la estrategia de promoción del turismo a través de los PIT's en Bogotá y Cartagena, por su éxito en el año anterior en la prestación del servicio y la gran afluencia de turistas en ambas ciudades (Portafolio, 2008). Estos esfuerzos para lograr una promoción integral y diversa de los destinos a nivel nacional, se fueron focalizando en los intereses del resto de las ciudades, quienes notaron la necesidad de incorporar a sus estrategias de turismo dicho servicio.

Ahora, en reconocimiento del potencial turístico de la región y los buenos resultados de las estrategias de turismo de los diferentes municipios del departamento y el país, desde el Plan de Desarrollo Municipal de 2008-2011 de Cali, "Para vivir la vida dignamente", se propuso la creación de los puestos de información y señalización turística bajo el programa "Cali emprendedora e innovadora".

Posteriormente, con el nuevo Plan de Desarrollo Municipal 2012-2016 "CaliDA, una ciudad para todos", el Plan de Desarrollo Turístico del Valle 2012 y la voluntad gubernamental de formular una Política Pública de Turismo y un Plan Decenal de Turismo para el Municipio, los puntos de información turística empezaron a implementarse no solo como una estrategia para la promoción de la oferta turística de la ciudad, sino también como un mecanismo para la captura de información estadística respecto al turismo de la misma.

Inicialmente, la Secretaría de Cultura y Turismo, mediante la Oficina de Turismo creó dos PIT's del Centro Cultural del municipio de Santiago de Cali; uno de carácter itinerante y otro permanente, en donde el segundo quedó adscrito a la Red Nacional de PIT's. En el año 2016, mediante la reforma administrativa municipal consignada en el Decreto Extraordinario 0516 de 2016, el manejo de los PIT's quedó en manos de la recién creada Secretaría de Turismo, y quien posteriormente dio lugar a nuevos PIT's permanentes en las zonas estratégicas de la Plazoleta Jairo Varela, la Terminal de Transportes y el Boulevard del Río.

Los PIT's cuentan con personal bilingüe capacitado para brindar la información turística de la ciudad e incluso de algunos destinos turísticos a nivel nacional, quien además se encarga de facilitar la caracterización de los visitantes a través de un formato de captura que será explicado en detalle en las secciones siguientes. Gracias a ese formato la operación estadística recopila la información de los visitantes que se acercan a dichos puntos, la cual es analizada posteriormente por el equipo de trabajo del procedimiento de Promoción y Monitoreo del sector turístico, encargado de interpretar esos datos en función del mejoramiento de los puntos, el fortalecimiento de las estrategias de promoción turística y el cumplimiento de sus funciones.

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Identificar las características básicas de los visitantes de los puntos de información turística de Santiago de Cali, con el fin de facilitar la toma de decisiones de los Prestadores y operadores turísticos de los servicios ofrecidos y los entes territoriales.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recopilar la información de los visitantes a los Puntos de Información Turística (PIT) ubicados en la Plazoleta Jairo Varela, Terminal de Transportes, Centro Cultural de Cali y Museo La Tertulia, a través de los formularios construidos para tal fin.
- Consolidar la información de los visitantes en la base de datos
- Analizar la información consolidada en la base de datos, para identificar las características básicas de los visitantes a los PIT.

### TIPO DE DATO

Operación estadística basada en registros administrativos (adm)

### UNIDAD DE ANÁLISIS

a) Unidad de observación: Extranjeros, nacionales y locales en Santiago de Cali.

b) Unidad de análisis: Extranjeros, nacionales y locales visitantes de los Puntos de Información Turística de Santiago de Cali.

## ámbito

## NOTAS

## MARCO DE REFERENCIA

## a) MARCO TEÓRICO

Actualmente, el sector turístico representa para el país el segundo generador de divisas, que para el 2017 representó un valor aproximado de US\$5.787 millones en la cuenta de viajes y transporte, un aumento de 5,41 puntos porcentuales con respecto al año anterior (Banco de la República, 2017 en Portafolio, 2017). Este nuevo eje de desarrollo a nivel económico, social y cultural está en crecimiento, de modo que la coordinación de esfuerzos y un entendimiento integral de las necesidades y características del sector es clave para potencializar sus fortalezas y subsanar sus debilidades. En ese sentido, contar con un sistema de información confiable es esencial para apostar por una mayor competitividad a nivel local y nacional.

En el 2006 bajo la administración de ProColombia se creó un sistema de información turística integral para todo el territorio nacional, con el fin de “estandarizar la prestación del servicio de información turística a escala regional y nacional, alineando las diferentes iniciativas emprendidas por entidades públicas y privadas, buscando la excelencia en la prestación del servicio” (FONTUR, 2017). Dicha estandarización, también buscaba ampliar las posibilidades de difusión, promoción, posicionamiento y reconocimiento del destino a nivel nacional, fortalecer constantemente la formación de los promotores, convertir a dichos puntos en un nodo de enlace entre los prestadores de servicios turísticos y las entidades públicas que contribuyeran a mejorar la comercialización de los productos turísticos locales e integrarse a un sistema nacional de recopilación de datos estadísticos sobre turismo. (FONTUR, 2017).

## b) MARCO CONCEPTUAL

El marco conceptual de la operación estadística se rige bajo las directrices de la Organización Mundial de Turismo (OMT-UMWTO, por sus siglas en inglés) (2018), el Manual de Presentación de Proyectos de FONTUR, los lineamientos de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y la normatividad nacional y local ya mencionada en el marco legal. A continuación, se definen los conceptos clave para comprender el panorama general de la operación, sus variables e indicadores.

**Guía de Turismo:** Se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducir, instruir y asistir durante la ejecución del servicio contratado. Se conoce como profesional en el área de Guionaje o Guianza turística en cualquiera de sus modalidades, a la persona que esté inscrita en el Registro Nacional de Turismo, previa obtención de la correspondiente tarjeta profesional como guía de turismo, otorgada por la entidad u organismo que el gobierno designe (Ley 1558 de 2012).

**Informador turístico:** Es el profesional que orienta y proporciona la información adecuada al usuario de un servicio turístico con el objeto de facilitarle el viaje y la estancia, así como de enriquecer su experiencia turística. Además, puede desempeñar labores encaminadas a la promoción y comercialización de algunos servicios turísticos, como la realización de reservas o la venta de algunos productos turísticos (UNWTO, 2007).

**Motivo (principal) de un viaje turístico:** El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etc.) Ver también destino principal de un viaje (UNWTO, 2007).

**Prestador de Servicios Turístico:** Toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el registro nacional de turismo (Ley 300 de 1996).

**Producto Turístico:** Es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas (Ley 300 de 1996).

**Turismo:** Conjunto de actividades que realizan las personas -turistas- durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios (Ley 1558 de 2012). De acuerdo al desplazamiento de los viajeros, el turismo puede ser:

a) Turismo emisor. El realizado por nacionales en el exterior.

b) Turismo interno. El realizado por los residentes en el territorio económico del país.

c) Turismo receptivo. El realizado por los no residentes, en el territorio económico del país.

**Turismo Temático:** se puede definir como la oferta turística vinculada al tema o motivación de viaje, en donde adquiere una importancia primordial la especialización en una actividad. Algunos ejemplos de turismo temático son: el ecoturismo, turismo cultural, el turismo de congresos y convenciones, turismo de salud, turismo de aventura, etnoturismo entre otros. (Adaptado de: Turiciencia 2007, segundo congreso de ciencias aplicadas al turismo. Buenos Aires, Argentina en: Secretaría de Turismo, 2017)

**Turista:** Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino. También se consideran turistas internacionales los pasajeros de cruceros y los colombianos residentes en el exterior de visita en Colombia (Ley 1558 de 2012).

**Viaje / turismo:** El término viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. El visitante es un tipo de viajero y, por lo tanto, el turismo es un subconjunto de viaje (UNWTO, 2007).

**Viaje turístico:** El término viaje turístico designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos (UNWTO, 2007).

**Visita:** Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico (UNWTO, 2007).

**Visitante:** Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. 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 (UNWTO, 2007).

**Visitante de negocios:** Un visitante de negocios es un visitante para el que los negocios y motivos profesionales son el motivo principal de un viaje turístico (UNWTO, 2007).

**Vivienda de vacaciones:** Una vivienda de vacaciones (también conocida como casa u hogar de vacaciones) es una vivienda secundaria visitada por los miembros del hogar, fundamentalmente con fines de ocio, vacaciones o cualquier otra forma de esparcimiento (UNWTO, 2007).

**Zona Turística:** Corresponde a un espacio físico de extensión variable, con características fisiográficas homogéneas y que cuenta con una unidad paisajística. En su interior se pueden agrupar extensiones territoriales de menor tamaño, denominadas áreas turísticas. La Zona Turística debe contar con infraestructura y servicios de comunicación entre las áreas turísticas que la integran. (Secretaría de Turismo de México, s.f. en FONTUR, 2017)

### c) MARCO LEGAL

A continuación, se presenta la normatividad que sustenta la operación estadística a nivel nacional:

**Constitución Política de la República de Colombia 1991:** art 339 establece la obligación de elaborar un plan de Desarrollo Nacional, regional y municipal, una guía de ordenamiento y desarrollo territorial en la que se deben enmarcar actividades económicas como el turismo.

**Ley 152 de 1994:** establece que, dentro de los principios generales de la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo, las entidades territoriales cuentan con la autonomía, pero también el deber de coordinar, concurrir, complementar las funciones de la nación para el desarrollo armónico de las regiones, que más adelante implica la regulación del turismo entendido a partir de la ley 300 de 1996 como una industria esencial para dicho desarrollo.

**Ley 300 de 1996:** por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones, que incluyen los principios generales de la industria turística (art 2), la conformación del sector turismo (art 3), se determinan los lineamientos para la formulación del Plan Sectorial de Turismo (art 16), las zonas de desarrollo turístico (capítulo II), entre otras. Modificada por la Ley 1558 de 2012.

**Plan sectorial de turismo de 2014-2018:** es la guía para el fomento e implementación del turismo en Colombia.

### a) Referentes internacionales

El referente más importante en materia de turismo es la Organización Mundial de Turismo (UNWTO) de la Organización de las Naciones Unidas ONU, quien actualmente promueve una serie de lineamientos sostenibles para la promoción del turismo documentados en las publicaciones “Tourism for Development - Volume I: Key Areas for Action” y “Tourism for Development - Volume II: Good Practices”, en estos documentos se exponen los cambios y recomendaciones que se requieren para lograr explotar al máximo el potencial del turismo en su contribución al desarrollo sostenible en sus tres dimensiones: económico, social y medioambiental. A través de 23 estudios de caso presentan el papel del turismo en la inclusión social, el empleo, la reducción de la pobreza, la eficiencia de los recursos, la protección del medio ambiente, el cambio climático, los valores culturales, la diversidad, la paz y la seguridad, acompañados de recomendaciones en términos de gobernanza, políticas y herramientas que permitirán tener un turismo sostenible.

Otro de los documentos que se ha usado como referente es el “Manual internacional de turismo y paz”. (UNWTO, 2007, 2018<sup>a</sup>, 2018b), el cual presenta una recopilación detallada de varios artículos de importantes especialistas internacionales sobre turismo y paz, desde donde se explora las posibilidades de desarrollo sostenible y resolución de conflictos acompañados del ecoturismo y la conservación del patrimonio. Esta nueva forma de presentar el turismo como un agente de paz, le aporta un nuevo enfoque de sensibilidad para los diversos agentes que intervienen en el desarrollo del turismo a nivel internacional y que buscan contribuir con su esfuerzo a la prevención de conflictos y la reconciliación.

Otro referente muy importante es documento publicado también por la Organización Mundial de Turismo (UNWTO) “International Recommendations for Tourism Statistics 2008 Compilation Guide” la cual proporciona una orientación práctica para el uso de fuentes y métodos para recopilar, procesar y analizar estadística sobre el turismo. Está diseñado para sustentar la producción de un conjunto de datos e indicadores básicos en los países para favorecer la comparabilidad internacional de las estadísticas de turismo.

#### d) REFERENTES NACIONALES

A nivel nacional el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo desarrolló el “Plan Sectorial de Turismo 2014-2018: Turismo para la construcción de la paz” donde presenta las estrategias para generar un turismo responsable y sostenible, las cuales buscan que todas las regiones del país cuenten con las habilidades y competencias para desempeñar sus labores con estándares de calidad y familiarizados con los conceptos de atención al cliente y dominio de la cultura general colombiana, establecidos en cuatro pilares como son: competitividad para el desarrollo turístico regional, conectividad competitiva, promoción y gobernanza y gestión eficiente.

Este documento es el principal lineamiento a nivel nacional para el desarrollo de las estrategias de promoción y aprovechamiento del potencial turístico de las regiones así como de las recomendaciones para sustentar la producción de datos y estadísticas de turismo.

-----

#### REFERENCIAS

Alcaldía de Santiago de Cali (2016). Plan de desarrollo Municipal 2016-2019 “Cali progresa contigo”. Recuperado el 29 de junio de 2018 de: <[http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/114694/plan\\_de\\_desarrollo\\_municipal\\_2016\\_2019/](http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/114694/plan_de_desarrollo_municipal_2016_2019/)>

Alcaldía de Santiago de Cali. (2016). Plan de Fortalecimiento de Registros Administrativos de la Alcaldía de Cali. Recuperado el 20 de junio de 2018 de <<http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/134656/documentos-del-plan-de-fortalecimiento-de-registros-administrativos/>>

Concejo Municipal de Santiago de Cali (septiembre 28 de 2016). Por el cual se determina la estructura de la Administración Central y las funciones de sus dependencias [Decreto 0516 de 2016].

Congreso de la República de Colombia (1991). Constitución Política de Colombia.

Congreso de la República de Colombia (julio 15 de 1994). Ley Orgánica de Plan de Desarrollo [Ley 152 de 1994]

Congreso de la República de Colombia (julio 26 de 1996). Ley General de Turismo. [Ley 300 de 1996]

Congreso de la República de Colombia (julio 10 de 2012). Por la cual se modifica la Ley

300 de 1996 - Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 [Ley 1558 de 2012].

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2014a). Guía para la elaboración de la ficha metodológica de

las operaciones estadísticas. Recuperado el 5 de julio de 2018 de  
[http://www.dane.gov.co/files/sen/lineamientos/DSO\\_020\\_LIN\\_04.pdf](http://www.dane.gov.co/files/sen/lineamientos/DSO_020_LIN_04.pdf)  
 <[http://www.dane.gov.co/files/sen/lineamientos/DSO\\_020\\_LIN\\_02.pdf](http://www.dane.gov.co/files/sen/lineamientos/DSO_020_LIN_02.pdf)>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2014b). Lineamientos para documentar la metodología de operaciones estadísticas basadas en registros administrativos. Recuperado el 5 de julio de 2018 de  
 <[http://www.dane.gov.co/files/sen/lineamientos/DSO\\_020\\_LIN\\_04.pdf](http://www.dane.gov.co/files/sen/lineamientos/DSO_020_LIN_04.pdf)>

Departamento Nacional de Planeación (DNP) (2014c). Plan sectorial de turismo de 2014-2018: "Turismo para la construcción de la paz". Recuperado el 1 de julio de 2018 de:  
 <[http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=71496&name=Plan\\_sectorial\\_de\\_turismo\\_2014-2018\\_agosto\\_22\\_de\\_2014\\_ultima\\_version.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=71496&name=Plan_sectorial_de_turismo_2014-2018_agosto_22_de_2014_ultima_version.pdf&prefijo=file)>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2014d). Lineamientos para la definición y aplicación de pruebas en las operaciones estadísticas. Recuperado el 1 de julio de 2018 de:  
[https://www.dane.gov.co/files/sen/lineamientos/DSO\\_030\\_LIN\\_10.pdf](https://www.dane.gov.co/files/sen/lineamientos/DSO_030_LIN_10.pdf)

Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) (2017) Glosario. Recuperado el 20 de julio de 2018, de  
 <<http://fontur.com.co/interactue/glosario/63>>

Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) (2018). ¿Qué son los PITS o Puntos de Información Turística de Colombia? Recuperado el 4 de julio de 2018 de:<<http://www.pitscolombia.com.co/con%C3%B3cenos/informaci%C3%B3n-relevante/>>

Gobernación del Valle del Cauca (2012) Plan de Desarrollo Turístico del Valle del Cauca. Recuperado el 19 de julio de 2018 de <[http://citur.linktic.com/upload/publications/documentos/186.Plan\\_de\\_desarrollo\\_turistico\\_del\\_Valle\\_del\\_Cauca.pdf](http://citur.linktic.com/upload/publications/documentos/186.Plan_de_desarrollo_turistico_del_Valle_del_Cauca.pdf)>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014). Plan Sectorial de Turismo 2014-2018: Turismo para la construcción de la paz". Recuperado el 5 de agosto de 2018 de  
 <[http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN\\_SECTORIAL\\_DE\\_TURISMO\\_2014-2018\\_16\\_DE\\_SEPTIEMBRE\\_DE\\_2014.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN_SECTORIAL_DE_TURISMO_2014-2018_16_DE_SEPTIEMBRE_DE_2014.pdf&prefijo=file)>

Secretaría de Turismo (2017) Glosario (sin publicar)

Organización Mundial de Turismo (UNWTO) (2007). Entender el turismo: Glosario Básico. Recuperado el 28 de julio de 2018, de <<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>>

Organización Mundial de Turismo (UNWTO) (2018a). Tourism for Development - Volume I: Key Areas for Action. Recuperado el 3 de agosto de 2018 de <<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419722>>

Organización Mundial de Turismo (UNWTO) (2018b). Tourism for Development - Volume II: Good Practices. Recuperado el 3 de agosto de 2018 de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419746>

Organización Mundial de Turismo (UNWTO) (2014). International Recommendations for Tourism Statistics 2008 Compilation Guide - Unedited Draft Version. Recuperado el 6 de noviembre de 2018 de  
 <[http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/224.International\\_Recommendations\\_for\\_Tourism\\_Statistics\\_2008\\_Act\\_mar\\_2014.pdf](http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/224.International_Recommendations_for_Tourism_Statistics_2008_Act_mar_2014.pdf)>

#### TOPICS

Tema	Vocabulario	URI
TURISMO		

#### KEYWORDS

Guía de Turismo, Informador turístico, Prestador de Servicios Turístico, Producto Turístico, Turismo, Turismo Temático, Turista, Visitante

## Cobertura

#### COBERTURA GEOGRÁFICA

cobertura a nivel local exclusivamente en cuatro puntos de la ciudad que corresponden al Museo La Tertulia, Terminal de

Transportes, la Plazoleta Jairo Varela y el Centro Cultural de Cali. Actualmente, el PIT del Museo La Tertulia no se encuentra en funcionamiento.

#### GEOGRAPHIC UNIT

A nivel general, la desagregación se hace por países de origen y ciudad, así mismo, es por regiones para el caso de los nacionales y por continentes para internacionales.

#### UNIVERSO DE ESTUDIO

Visitantes locales, nacionales y extranjeros que se acercan a los PIT's de la Terminal de Transportes, Museo la Tertulia, la Plazoleta Jairo Varela y el Centro Cultural de Cali.

## Productores y Patrocinadores

#### INVESTIGADOR(ES) PRIMARIO(S)

Nombre	Dependencia
Secretaría de Turismo	Alcaldía de Santiago de Cali

#### OTROS PRODUCTORES

Nombre	Dependencia	Rol
Beatriz Emilia Salazar	Secretaría de Turismo	
Verónica Morales McCormick	Secretaría de Turismo	
Diana María Ortiz Yela	Secretaría de Turismo	
Gloria Bastidas	Secretaría de Turismo	
Dolly Ximena Holguín	Secretaría de Turismo	
Sara Bentaqourt	Secretaría de Turismo	
Lina Olaya	Secretaría de Turismo	
	Secretaría de Turismo	

#### FINANCIAMIENTO

Nombre	Abreviación	Rol
Secretaría de Turismo	ST	

## Producción del metadato

#### METADATO PRODUCIDO POR

Nombre	Abreviación	Dependencia	Rol
Paola Andrea Silva Roza	PASR	Departamento Administrativo de Planeación Municipal	Documentador
Diana Maria Ortiz Yela	DMOY	Secretaría de Turismo	Elaboración de documento metodológico

#### FECHA DE PRODUCCIÓN DEL METADATO

2018-11-27

#### VERSIÓN DEL DOCUMENTO DDI

Versión 1 (Julio de 2019)



VERSIÓN DEL DOCUMENTO DDI (2)

IDENTIFICADOR DEL DOCUMENTO DDI

COL-CALI-ST-CVPITSC-2015

## Muestreo

No content available

## Cuestionarios

### **Información general**

---

El formato de caracterización de visitantes del punto de información turística MMDS01.11.18.P03.F03 se divide en varios módulos. El primero recoge información respecto a la ubicación del punto y la fecha. El segundo recoge información básica personal del visitante (nombre, correo, nacionalidad, ciudad, procedencia, edad, sexo, cantidad de personas que le acompañan y número de veces que ha visitado la ciudad). El tercero recopila información respecto al motivo de viaje, el cuarto respecto al idioma, el quinto sobre el tipo de alojamiento y el sexto sobre tipo de transporte

## Recolección de datos

### Fechas de recolección de datos

Inicio	Fin	Período
2015-01-01	2015-12-31	N/A

### Periodo(s) de tiempo

Inicio	Fin	Período
2015-01-01	2015-06-30	N/A

### Modo de recolección de datos

Entrevista personal con formulario de papel

### Notas sobre la recolección de datos

#### ENTRENAMIENTO

Los puntos de información turística cuentan con informadores turísticos (uno por cada punto), quienes están encargados de brindar información de interés turístico a la ciudad a los visitantes que arriban a los puntos de información. Estos informadores se capacitan en unas jornadas llamadas “Clínica de Ventas” diseñadas para instruirlos en el propósito e importancia de la encuesta, su diligenciamiento, técnicas para que los visitantes suministren la información y la forma en que se debe digitar la información en base de datos. Dicha capacitación se hace de manera semestral, principalmente cuando se contratan nuevos informadores.

#### ACTIVIDADES PREPARATORIAS

a) Sensibilización: a través de los puntos de información itinerantes que se instalan en los diferentes eventos de interés cultural turístico constantemente se está divulgando y sensibilizando a los ciudadanos y turistas sobre los objetivos y la utilidad de los puntos de información para la ciudad, así como su ubicación y los servicios que presta. De este modo, se invita a que los usuarios visiten los puntos, hagan uso de sus servicios e incluso compartan esa información con otros visitantes potenciales.

b) Selección del personal: el perfil del informador turístico corresponde a un técnico bilingüe (español e inglés) en gestión turística o áreas relacionadas, con conocimientos básicos en turismo. El personal que lleva a cabo la recolección de la información del proceso estadístico se define de acuerdo a los perfiles establecidos anteriormente, quienes adicionalmente reciben capacitaciones para que desarrollen sus tareas teniendo en cuenta las especificaciones indicadas. Respecto al personal que hace el procesamiento de la información, se requiere de un analista con habilidades en estadística, manejo avanzado de todo el paquete de office especialmente de Excel y conocimiento de las actividades turísticas del municipio.

### Cuestionarios

El formato de caracterización de visitantes del punto de información turística MMDS01.11.18.P03.F03 se divide en varios módulos. El primero recoge información respecto a la ubicación del punto y la fecha. El segundo recoge información básica personal del visitante (nombre, correo, nacionalidad, ciudad, procedencia, edad, sexo, cantidad de personas que le acompañan y número de veces que ha visitado la ciudad). El tercero recopila información respecto al motivo de viaje, el cuarto respecto al idioma, el quinto sobre el tipo de alojamiento y el sexto sobre tipo de transporte

### Recolector(es) de datos

Nombre	Abreviación	Dependencia
--------	-------------	-------------

Nombre	Abreviación	Dependencia
Secretaría de Cultura	SC	Alcaldía de Santiago de Cali

## Supervisión

### ACOPIO O RECOLECCIÓN DE LOS DATOS:

#### a) Métodos y mecanismos para la recolección:

La información primaria se recolecta en los puntos de información turística a través de la encuesta (física) “Caracterización de visitantes punto de información turística” a los visitantes que arriban. El procesamiento de la información es el siguiente:

- 1.Recolección de la información en los puntos de información turística en formato físico.
- 2.Digitación de información en base de datos en google drive.
- 3.Depuración de base de datos.
- 4.Construcción de tablas dinámicas y tablas resumen de la información.
- 5.Construcción de indicadores.
- 6.Análisis de la información.
- 7.Divulgación de la información.

b) Transmisión de datos: Una vez depositados los datos en la base, se procede a depurar la misma, con el objetivo de corroborar que la información suministrada esté acorde a los lineamientos, además se completan las casillas de edad y noches de estancia en rangos con el objetivo de volverlas cualitativas y analizar los rangos de interés. Para el tema de la plataforma de FONTUR, se realiza la digitación directamente de acuerdo a los lineamientos que ellos establecen.

c) Control de cobertura: El control de calidad se realiza en la depuración, teniendo en cuenta que la base en que se suministran los datos está condicionada con la información que se incluye; cuenta con listados para seleccionar las opciones, tiene campos de error y advertencia, lo que limita a los digitadores para que ingresen campos que no corresponden.

Próximamente se implementará la digitación de la información por medio digital (tabletas), lo que contribuirá a minimizar los errores de digitación y agiliza el proceso de recolección de la información. Actualmente cada punto de información es atendido por una persona que se capacita para la recolección de la información y su suministro en la base de datos, la encuesta cuenta con un espacio en que los usuarios pueden calificar la atención recibida por cada una de estas personas.

d) Consolidación de archivos: Una vez depurada la base de datos, se crea un subconjunto con las variables donde se eliminan los datos personales de cada visitante, con el objetivo de ingresar los datos a la plataforma nacional de datos abiertos. Luego procede a realizar tablas dinámicas para tener resumen de los indicadores de investigación, se construye una tabla por cada variable y luego se realizan cruces entre ellas.

## Procesamiento de datos

### Edición de datos

---

#### VALIDACIÓN DE LOS DATOS

##### a) CRÍTICA Y CODIFICACIÓN DE LOS DATOS

La depuración se realiza, teniendo en cuenta que la base en que se suministran los datos esté condicionada con la información que se incluye; cuenta con listados para seleccionar las opciones, tiene campos de error y advertencia, lo que limita a los digitadores para que ingresen campos que no corresponden. Cuando se tienen datos faltantes, se verifica el registro en el documento físico y si es posible completar el campo se diligencia de lo contrario queda como “No responde”. Ejemplo: si la casilla “Sexo” se encuentra vacía, se revisa el nombre y se completa la casilla de ser posible, en caso de tener el país se indaga en internet el continente al que pertenece, y el idioma que hablan en ese país y se completa. También se verifica que los datos estén acordes al registro, es decir si un visitante proviene de USA, este debe estar clasificado como extranjero y la zona de procedencia es Norteamérica.

Para conocer las Normas, especificaciones o reglas de validación, consistencia e imputación revisar el documento metodológico de la operación estadística

##### b) MÉTODOS Y MECANISMOS PARA EL CONTROL DE CALIDAD

Para garantizar la calidad de los resultados, se verifica la depuración de la base de datos teniendo en cuenta que la base consta de listas de opciones de respuesta con restricciones de texto y mensajes de error en caso de no digitar la información requerida en el campo, también contiene condiciones en las que se da la guía de qué casilla se debe diligenciar si se contestó una pregunta anterior, una vez depurada la base de datos, se construyen las tablas dinámicas, se realiza el cruce de variables siempre vigilando que la información concuerde y se procede con la construcción de los indicadores correspondientes.

## Otros procesamientos

---

#### VARIABLES

Variables de caracterización de los visitantes de los puntos de información:

- Ubicación del punto: punto de información que visitó el visitante (Plazoleta Jairo Varela, Centro Cultural, Terminal de Transportes o Museo La Tertulia)
- Nombre: nombres y apellidos del visitante
- Correo: dirección de correo electrónico del visitante
- Autoriza envío de información: autorización para el envío de información a través de correo electrónico
- Nacionalidad: vínculo jurídico y político entre el visitante y un Estado
- Ciudad: ciudad donde vive el visitante
- Procedencia: Clasificación del visitante (Extranjero, Nacional, Local).
- Edad: edad en años del visitante
- Sexo: características fisiológicas y biológicas del visitante que puede tomar los valores de hombre o mujer
- Grupo (cantidad): cantidad de personas que acompañan al visitante al PIT
- Cuántas veces ha visitado la ciudad: número de veces que el visitante a visitado la ciudad
- Principal motivo: principal razón el visitante está en la ciudad
- Establecimiento de alojamiento: tipo de alojamiento que escogió el visitante
- Tipo de transporte que llega a la ciudad: tipo de transporte que utilizó el visitante para llegar a la ciudad
- Idioma de procedencia: idioma del país de procedencia del visitante
- Tiempo de estancia: Noches que se queda el visitante en la ciudad
- Calificación la atención recibida: valoración del visitante respecto a la atención recibida en el PIT.

#### INDICADORES

- Cantidad de visitantes de los puntos de información turística
- Porcentaje de visitantes atendidos por punto de información

- Días Promedio para atender las solicitudes de Información Turística
- Porcentaje de visitantes extranjeros
- Porcentaje de visitantes nacionales:
- Porcentaje de visitantes locales
- Porcentaje de mujeres
- Porcentaje de hombres
- Edad promedio de visitantes:
- Porcentaje de visitantes de acuerdo al rango de edades de visitantes por periodo de tiempo
- Porcentaje de visitantes de acuerdo al principal motivo de viaje por periodo de tiempo
- Porcentaje de visitantes de acuerdo al tipo de establecimiento de alojamiento por periodo de tiempo.
- Porcentaje de visitantes de acuerdo al rango de las noches en que permanece en la ciudad
- Promedio de noches de estancia del visitante
- Porcentaje de visitantes de acuerdo al tipo de transporte en que llega a la ciudad:
- Porcentaje de visitantes de acuerdo al idioma de procedencia

## PLAN DE RESULTADOS

Esta operación estadística produce y recopila información de manera diaria, la cual se almacena en una base de datos general y se analiza y difunde en informes de gestión, tablas, gráficos, cuadros, boletines e infografías, que se difunden a nivel interno y en canales externos como son los eventos culturales y de turismo a los que asiste el equipo de Promoción y Monitoreo de la Secretaría de Turismo en la página web de la Alcaldía, redes sociales y el sistema de datos abiertos.

## CUADROS DE SALIDA

Para organizar y analizar los datos obtenidos se han diseñado los siguientes cuadros o tablas:

Cuadro 1. Cantidad de visitantes por mes: registra la cantidad de visitantes de los PITS mensualmente

Cuadro 2. Cantidad de visitantes por lugar de procedencia: registra el número de visitantes de los PITS de acuerdo a su lugar de procedencia (local, nacional o extranjero)

Cuadro 3. Cantidad de visitantes por rango de edad: registra el número de visitantes de los PITS por rango de edad

Cuadro 4. Porcentaje de visitantes por motivo de viaje: registra el número por motivo de viaje (cultural, recreacional o vacacional, salud y bienestar, naturaleza, visita de familiares o amigos, otros)

Cuadro 5. Porcentaje de visitantes por tipo de hospedaje: registra el número de visitantes por tipo de hospedaje (hotel, hostel, alojamiento familiar o de amigos, otros)

Cuadro 6. Porcentaje de visitantes por tipo de transporte: registra el número de visitantes por tipo de transporte que utilizaron para llegar a la ciudad (aéreo, terrestre público, terrestre particular u otro)

Cuadro 7. Cantidad de visitantes por noches de estancia: registra el número de noches que se quedan los visitantes

Cuadro 8. Cantidad de visitantes por Idioma que hablan: distribución de los visitantes de acuerdo al idioma de procedencia

## Indicadores de la Calidad/Evaluación de la Calidad

### Otros indicadores de calidad

#### ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

##### a) ANÁLISIS ESTADÍSTICO

El tipo de análisis empleado para desarrollar el proceso estadístico es descriptivo, lo que aporta a formarse una idea lo más exacta posible a las características de los visitantes de los puntos de información y de alguna manera de los que llegan a la ciudad y a determinar las características más importantes. El análisis se centra en construcción de cantidades, porcentajes, promedios, variaciones y rangos que ayudan a identificar la importancia de las características de los visitantes.

##### b) ANÁLISIS DE CONTEXTO

Con el objetivo de conocer la participación de la ciudad en la atención de los puntos de información turística a nivel nacional, se realizan comparaciones con los PIT's de las ciudades principales, esto permite identificar estrategias que otras ciudades están implementado y evaluar su aplicabilidad en nuestra ciudad en caso de ser posible. También se analizan la información con los datos históricos del registro para analizar los cambios en la afluencia de visitantes a los puntos e identificar estrategias para atraer más visitantes.

##### c) COMITÉS DE EXPERTOS

Se realizan reuniones mensuales de seguimiento a las actividades realizadas desde los PIT's, donde se discuten los problemas e inconvenientes con el responsable de los mismos. Además, se discute y evalúa a cantidad de visitantes por cada punto, en orden de analizar si los puntos están funcionando, si es necesario idear estrategias para mejorar las visitas, revisar la afluencia de los puntos, hacer comparaciones con datos históricos de las visitas. También, la persona encargada de orientar a los informadores se reúne con ellos cada quince días para organizar actividades, solicitar informes, recolectar sus necesidades e inconvenientes y comunicarlos para tomar acciones al respecto.



## **file\_description**

## **variable\_list**

**BD VPIT 2015**

## Contenido

Casos	1145
Variable(s)	18
Estructura	Tipo: Claves: ()
Version	Versión 1
Productor	Secretaría de Turismo
Datos omisos (missings)	

**Variables**

ID	Nombre	Etiqueta	Tipo	Formato	Pregunta
V1	Encuesta	Encuesta	contin	numeric	Identificador de la encuesta
V2	Fecha	Fecha	discrete	character	Fecha de diligenciamiento del formato
V3	Mes	Mes	discrete	character	Mes de diligenciamiento del formato
V4	PaisProc	PaisProc	discrete	character	Pais de procedencia del visitante
V5	CiudadProc	CiudadProc	discrete	character	Ciudad de procedencia del visitante
V6	Procedencia	Procedencia	discrete	character	Clasificación del visitante
V7	ZonaNacio	ZonaNacio	discrete	character	Zona de procedencia de visitantes nacionales
V8	ZonaInter	ZonaInter	discrete	character	Zona de procedencia de visitantes internacionales
V9	Sexo	Sexo	discrete	character	Sexo del visitante
V10	EdadRango	EdadRango	discrete	character	Edad del visitante definida en rango
V11	MotivoVia	MotivoVia	discrete	character	Principal motivo de viaje
V12	MotivoOtro	MotivoOtro	discrete	character	Otro motivo de viaje diferente a los listados
V13	Idioma	Idioma	discrete	character	Idioma del país de procedencia del visitante
V14	IdiomaOtro	IdiomaOtro	discrete	character	Especificación del otro idioma en caso de que no esté en el listado establecido en la variable Idioma
V15	Alojamiento	Alojamiento	discrete	character	Tipo de alojamiento que escogió el visitante
V16	AlojamientoOtro	AlojamientoOtro	discrete	character	Especificación del otro tipo de alojamiento en caso de que no esté en el listado establecido en la variable Alojamiento
V17	TipoTransporte	TipoTransporte	discrete	character	Tipo de transporte que utilizó el visitante para llegar a la ciudad
V18	RangoTiempoEstancia	RangoTiempoEstancia	discrete	character	Noches que se queda el visitante en la ciudad



## Encuesta (Encuesta)

### Archivo: BD VPIT 2015

#### Información general

Tipo: Continua  
 Formato: numeric  
 Decimales: 0  
 Rango: 1-1145

Casos válidos: 1145  
 Inválidos: 0

#### Pregunta textual

Identificador de la encuesta

## Fecha (Fecha)

### Archivo: BD VPIT 2015

#### Información general

Tipo: Discreta  
 Formato: character

Casos válidos: 1145  
 Mínimo: NaN  
 Máximo: NaN

#### Pregunta textual

Fecha de diligenciamiento del formato

## Mes (Mes)

### Archivo: BD VPIT 2015

#### Información general

Tipo: Discreta  
 Formato: character  
 Ancho: 10

Casos válidos: 1145  
 Inválidos: 0

#### Pregunta textual

Mes de diligenciamiento del formato

## PaisProc (PaisProc)

### Archivo: BD VPIT 2015

#### Información general

Tipo: Discreta  
 Formato: character  
 Ancho: 17

Casos válidos: 1145  
 Inválidos: 0

#### Pregunta textual

Pais de procedencia del visitante

## CiudadProc (CiudadProc)

### Archivo: BD VPIT 2015

#### Información general

Tipo: Discreta  
 Formato: character  
 Ancho: 23

Casos válidos: 1145  
 Inválidos: 0

#### Pregunta textual

Ciudad de procedencia del visitante

## Procedencia (Procedencia)

Archivo: BD VPIT 2015

### Información general

Tipo: Discreta

Formato: character

Ancho: 11

Casos válidos: 1145

Inválidos: 0

### Pregunta textual

Clasificación del visitante

## ZonaNacio (ZonaNacio)

Archivo: BD VPIT 2015

### Información general

Tipo: Discreta

Formato: character

Ancho: 9

Casos válidos: 1145

Inválidos: 0

### Pregunta textual

Zona de procedencia de visitantes nacionales

## ZonaInter (ZonaInter)

Archivo: BD VPIT 2015

### Información general

Tipo: Discreta

Formato: character

Ancho: 14

Casos válidos: 1145

Inválidos: 0

### Pregunta textual

Zona de procedencia de visitantes internacionales

## Sexo (Sexo)

Archivo: BD VPIT 2015

### Información general

Tipo: Discreta

Formato: character

Ancho: 6

Casos válidos: 1145

Inválidos: 0

### Pregunta textual

Sexo del visitante

## EdadRango (EdadRango)

Archivo: BD VPIT 2015

### Información general

Tipo: Discreta

Formato: character

Ancho: 14

Casos válidos: 1145

Inválidos: 0

### Pregunta textual

Edad del visitante definida en rango

## MotivoVia (MotivoVia)

### Archivo: BD VPIT 2015

#### Información general

Tipo: Discreta  
Formato: character  
Ancho: 25

Casos válidos: 1145  
Inválidos: 0

#### Pregunta textual

Principal motivo de viaje

## MotivoOtro (MotivoOtro)

### Archivo: BD VPIT 2015

#### Información general

Tipo: Discreta  
Formato: character  
Ancho: 54

Casos válidos: 1145  
Inválidos: 0

#### Pregunta textual

Otro motivo de viaje diferente a los listados

## Idioma (Idioma)

### Archivo: BD VPIT 2015

#### Información general

Tipo: Discreta  
Formato: character  
Ancho: 9

Casos válidos: 1145  
Inválidos: 0

#### Pregunta textual

Idioma del país de procedencia del visitante

## IdiomaOtro (IdiomaOtro)

### Archivo: BD VPIT 2015

#### Información general

Tipo: Discreta  
Formato: character  
Ancho: 10

Casos válidos: 1145  
Inválidos: 0

#### Pregunta textual

Especificación del otro idioma en caso de que no esté en el listado establecido en la variable Idioma

## Alojamiento (Alojamiento)

### Archivo: BD VPIT 2015

#### Información general

Tipo: Discreta  
Formato: character  
Ancho: 26

Casos válidos: 1145  
Inválidos: 0

#### Pregunta textual

Tipo de alojamiento que escogió el visitante

## AlojamientoOtro (AlojamientoOtro)

Archivo: BD VPIT 2015

**Información general**

Tipo: Discreta

Formato: character

Ancho: 17

Casos válidos: 1145

Inválidos: 0

**Pregunta textual**

Especificación del otro tipo de alojamiento en caso de que no esté en el listado establecido en la variable Alojamiento

## TipoTransporte (TipoTransporte)

Archivo: BD VPIT 2015

**Información general**

Tipo: Discreta

Formato: character

Ancho: 20

Casos válidos: 1145

Inválidos: 0

**Pregunta textual**

Tipo de transporte que utilizó el visitante para llegar a la ciudad

## RangoTiempoEstancia (RangoTiempoEstancia)

Archivo: BD VPIT 2015

**Información general**

Tipo: Discreta

Formato: character

Ancho: 16

Casos válidos: 1145

Inválidos: 0

**Pregunta textual**

Noches que se queda el visitante en la ciudad