

**CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE ALOJAMIENTO Y  
RESTAURACIÓN UBICADOS EN EL SECTOR HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE  
POPAYÁN, CAUCA.**



**LEIDY ESMERALDA NAVIA MERA.**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA.**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS.**

**PROGRAMA DE TURISMO.**

**POPAYÁN.**

**2019.**

**CARACTERIZACIÓN DE CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS  
TURÍSTICOS DE ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN UBICADOS EN EL SECTOR  
HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE POPAYÁN, CAUCA.**



**LEIDY ESMERALDA NAVIA MERA.**

**Plan de trabajo de la práctica profesional para optar al título de Profesional en Turismo.**

**GUSTAVO ADOLFO FUENTES DELGADO.**

**Asesor Académico.**

**FABIAN MENESES.**

**Asesor Empresarial.**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA.**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS.**

**PROGRAMA DE TURISMO.**

**POPAYÁN.**

**2019.**

*Dedicado a mi madre María del Socorro,  
a mi adorada hija Ariadna y mis sobrinos  
Verónica, Salomé y Mauricio.*

## AGRADECIMIENTOS

A Dios, a María Auxiliadora, al Divino Niño y San Miguel Arcángel, por su misericordia infinita para conmigo durante estos años de carrera.

A mis abuelitos Carmen Rosa Salazar y Luis Elías Velasco, quienes desde el cielo cuidaron y guiaron mis pasos para lograr cumplir esta meta.

A mi madre Socorro, por su fe, amor, sabiduría, paciencia, nobleza y fortaleza, por ser mi motor, por levantarme cuando había desfallecido. Gracias mamita por todo, sin ti, este sueño no hubiese sido posible.

A mi hija Ariadna, mis sobrinos Verónica, Salomé y Mauricio, por ser nuestros maestros, por contagiarnos de su alegría aún en los momentos difíciles. Los amo.

A mis hermanos Viviana, Lorena, Marly y Andrés, por ser unos grandes seres humanos y profesionales, por ayudarme cuando más lo necesité, por su cariño sin límites, por cada una de sus contribuciones en el logro de esta meta profesional.

A mi primo Oscar Fernando Mera, por su nobleza y solidaridad en los momentos más arduos.

A Oswaldo Sossa, por creer en mí, por estar siempre presente, por sus ánimos, sus consejos y apoyo incondicional durante todo este tiempo.

Al Alma Mater de la Universidad del Cauca, en especial a mi asesor académico Gustavo Fuentes, por sus valiosos aportes en mi vida y carrera profesional, gracias por su compromiso con mi trabajo de grado; A sus 46 estudiantes de Geografía Física de Colombia, del primer semestre del 2018 quienes participaron activamente en la recolección de la información del sector de Restauración.

A mis profesores Carolina Delgado, Luz Marina Ardila, Luz Stella Pemberty, María Fernanda Moreno, Johana Sandoval, Mauricio Manrique, por su calidad humana, profesionalismo, ánimo, comprensión y consejos en el transcurso de mi carrera.

A la profesora Isabel Gonzales, directora del CES, por su asesoramiento, calidad humana y comprensión.

A la Oficina de Turismo en especial a la Coordinadora Claudia Cruz por darme la oportunidad de desarrollar este proyecto y a todo su equipo, al profesor Paulo López, Cristian Moreno y mi asesor Fabian Meneses por el acompañamiento en este proceso.

A Marcela Fierro, Julieth Mueses, Marcela Reyes, Tatiana Cardona, Ana María Fernández por su valiosa amistad.

A todos y cada uno de las personas que aportaron e hicieron parte de este proyecto profesional.  
Mil gracias.

## **TABLA DE CONTENIDO.**

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 1.     | INTRODUCCIÓN .....  | 7  |
| 2.     | CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO.....                        | 9  |
| 2.1    | Problematización.....                                     | 9  |
| 2.2    | Justificación.....  | 10 |
| 2.3    | Objetivos.....  | 12 |
| 2.3.1  | Objetivo General .....                                    | 12 |
| 2.3.2  | Objetivos Específicos .....                               | 12 |
| 2.4    | Alcance.....  | 13 |
| 3      | CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA .....                           | 14 |
| 3.1    | Marco teórico .....                                       | 14 |
| 3.1.1  | Caracterización.....                                      | 15 |
| 3.1.2  | Restauración .....  | 16 |
| 3.1.3. | Prestadores de los servicios turísticos en Colombia ..... | 16 |
| 3.1.4  | Instrumentos para la caracterización.....                 | 18 |
| 3.2    | MARCO LEGAL.....  | 19 |
| 3.2.1  | Disposiciones Generales .....                             | 21 |
| 3.3.   | Marco contextual.....                                     | 26 |
| 4      | CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA .....                      | 28 |
| 4.1    | Tipo de estudio .....                                     | 28 |

|  |    |
|--|----|
| 4.2 Población.....   | 29 |
| 4.3 Descripción de las estrategias metodológicas.....                              | 30 |
| 5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....   | 31 |
| 5.1 Análisis Encuestas De Alojamiento.....   | 31 |
| 5.1.1 Servicios Ofertados por los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje..... | 37 |
| 5.1.2 Observaciones de los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje.....        | 53 |
| 5.2 Resultados Encuestas De Sector De Restauración.....                            | 56 |
| 5.2.1. Productos Que Ofrecen.....  | 64 |
| 5.3 Observaciones De Mejora Por Parte De Los Restaurantes.....                     | 71 |
| 5.3.1 Observaciones De Mejora De Las Cafeterías.....                               | 77 |
| 6. CONCLUSIONES.....   | 80 |
| 7. RECOMENDACIONES.....  | 86 |
| 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....   | 87 |
| 9. ANEXOS.....   | 88 |

## ÍNDICE DE TABLAS.

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 <i>Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje que Cuentan con el RNT.</i> .....                       | 13 |
| Tabla 2 <i>Total de Empleos Generados por el Sector de Alojamiento y Hospedaje.</i> .....                      | 51 |
| Tabla 3 <i>Caracterización de los establecimientos de Alojamiento y Hospedaje.</i> .....                       | 52 |
| Tabla 4 <i>Especialidades Ofertadas.</i> .....   | 59 |
| Tabla 5 <i>Reporte de Establecimientos de Restauración que cuentan con Registro Nacional de Turismo.</i> ..... | 60 |



## ÍNDICE DE FIGURAS.

|   |    |
|---|----|
| <i>Figura 1</i> Mapa del Sector Histórico de Popayán. ....                                    | 13 |
| <i>Figura 2</i> Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje con el RNT según el RUES.....     | 32 |
| <i>Figura 3</i> Comparativo del estado actual del RNT entre ENCUESTAS vs RUES. ....           | 32 |
| <i>Figura 4</i> Disponibilidad de Habitaciones y Camas según el Tipo de Establecimiento. .... | 33 |
| <i>Figura 5</i> Total de Habitaciones y Camas Según Tipo de Acomodación. ....                 | 34 |
| <i>Figura 6</i> Capacidad Máxima de Alojamiento.....  | 35 |
| <i>Figura 7</i> Medios de Información. ....   | 36 |
| <i>Figura 8</i> Servicios de Wifi.....  | 37 |
| <i>Figura 9</i> Servicio de Televisión por Cable. ....  | 37 |
| <i>Figura 10</i> Servicio de Llamada Local. ....  | 38 |
| <i>Figura 11</i> Servicio de Lobby Bar. ....  | 39 |
| <i>Figura 12</i> Servicio de Restaurante.....   | 40 |
| <i>Figura 13</i> Servicio de Piscina y Zonas Húmedas. ....                                    | 40 |
| <i>Figura 14</i> Servicio de Lavandería.....  | 41 |
| <i>Figura 15</i> Centro de Negocios.....  | 41 |
| <i>Figura 16</i> Consolidado de los Servicios Ofertados De Alojamiento y Hospedaje.....       | 42 |
| <i>Figura 17</i> Tipo de Clientes. ....   | 43 |
| <i>Figura 18</i> Tarifas Para un Pax. ....  | 44 |
| <i>Figura 19</i> Municipios de Procedencia. ....  | 45 |
| <i>Figura 20</i> Ciudades de Procedencia. ....  | 46 |
| <i>Figura 21</i> Países de Procedencia. ....  | 47 |
| <i>Figura 22</i> Medios de Transporte.....  | 48 |

|  |    |
|--|----|
| <i>Figura 23</i> Motivo del Viaje. ....                  | 49 |
| <i>Figura 24</i> Temporadas Altas en el año 2017. ....   | 49 |
| <i>Figura 25</i> Temas de Interés para Capacitación..... | 50 |

## **Resumen**

Este proyecto lleva a cabo un análisis importante que permite conocer con que cuenta el turista en el momento de suplir sus necesidades de alojamiento y alimentación, permite contar con información precisa y actual en la calidad del servicio ofrecidos, la caracterización de estos establecimientos en mención ubicados dentro del sector histórico de Popayán, son línea base para establecer comparaciones de desarrollo en este mismo sector y de cómo se proyecta para mejorar.

Los resultados obtenidos traerán mediadas estratégicas tanto para organismos turísticos como para los empresarios del sector interesados en mejorar o mantener la satisfacción del cliente, en especial al turista.

Palabras clave: Caracterización, turismo, hospedaje y alojamiento, restauración.

## **Abstract**

This project carries out an important analysis that allows to know what counts the tourist at the time of supplying their needs for accommodation and food, allows to have accurate and current information on the quality of the service offered, the characterization of these establishments in mention located within the historical sector of Popayán, they are baseline to establish comparisons of development in this same sector and how it is projected to improve.

The results obtained will bring strategic mediations for both tourism organizations and industry entrepreneurs interested in improving or maintaining customer satisfaction, especially the tourist.

## 1. INTRODUCCIÓN

El departamento Cauca cuenta con gran diversidad de atractivos y recursos históricos, culturales, religiosos, étnicos y naturales todos ellos con un amplio interés para el desarrollo turístico local y departamental, entre los históricos encontramos en el municipio de Popayán, la zona centro, más conocido por los residentes como: “El sector histórico”, espacio de gran convergencia local, nacional e internacional, por desarrollarse eventos de gran trascendencia mundial, los cuales, le han permitido a la ciudad ser merecedores de dos reconocimientos por parte de la UNESCO, uno de ellos hace alusión a la tradición católica de la SEMANA SANTA, la principal festividad que permite a los visitantes disfrutar de cuatro siglos y medio de tradición, arte y cultura, proclamado así, como Patrimonio cultural e inmaterial de la humanidad en octubre de 2009, convirtiéndose en las únicas en el mundo de esta característica que ostentan este título (ALCALDIA DE POPAYÁN, 2009); El segundo reconocimiento hace alusión al Congreso Nacional Gastronómico, al ser nombrada en el 2005 como la primera Ciudad de la Gastronomía, debido a su notable oferta tanto en platos, ingredientes como en restaurantes (UNESCO, 2005); Motivos que potencializan la riqueza de Popayán y fortalecen espacios como el sector histórico por su arquitectura y paredes blancas, siendo así conocida también como “La Ciudad Blanca” donde se congregan turistas y visitantes, por ser la zona de mayor concentración de iglesias, museos, hotelera y gastronómica, siendo de vital importancia conocer la calidad y tipos de productos y servicios que se ofertan para generar sinergias en el sector empoderados y encaminados hacia objetivos comunes que permitan un turismo responsable y sostenible.

Siendo así, necesario que se generen estudios que permitan ampliar conocimientos sobre el estado actual de los servicios ofertados y desde la academia, como práctica profesional se obtendrá esta información para la caracterización de los servicios de alojamiento, hospedaje y restauración establecidas en el sector histórico de Popayán, dichos resultados contribuirán al conocimiento de ventajas y desventajas de estas empresas y los diferentes ejes internos para proponer ideas de fortalecimiento ambiental, cultural, tecnológico, para finalmente impulsar la toma de decisiones de inversión y por ende, fomentar el crecimiento económico y el desarrollo social incluyente para la ciudad.

Exponer la situación actual de las empresas que ofrecen productos y servicios turísticos en el sector histórico, permitirán con determinación el nivel de participación competitividad de cada una de las empresas estudiadas, es necesario poner de forma cuantitativa (cifras y/o indicadores) la información obtenida para lograr caracterizar estos tipos de servicios.

Para tal objetivo se cuenta con el apoyo de la Oficina de Turismo, que hace parte de la Oficina de Planeación de la Alcaldía de Popayán, ubicada en la Carrera 5 No. 4 - 68 en el centro de la misma ciudad, en el Departamento del Cauca, a cargo de la Coordinadora Claudia Cruz.

El diseño del proyecto de Caracterización, se realizará a través del método cuantitativo, del cual, se pretende obtener una cantidad importante de información estadística, por medio de encuestas a cada establecimiento de alojamiento, de alimentos y bebidas encontradas dentro del sector histórico de Popayán, contando además con la recolección cualitativa cuya metodología incluye las observaciones de los participantes y entrevistas abiertas con los actores, permitiendo de esta manera un equilibrio en la percepción de naturaleza impersonal frente a las estadísticas asociadas con el proyecto a realizar en el sector histórico de Popayán.

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO

### 2.1 Problematización

El turismo es una industria internacional que ha venido avanzando como factor de desarrollo económico, social político y ambiental, en cada uno de los sectores en donde se ejerce esta actividad económica, en las últimas décadas ha avanzado o aportando un 11% del PIB mundial según la Organización Mundial de Turismo (OMT) generando, 1 de cada 10 empleos directo o indirecto, participando con un 7% de las exportaciones mundiales y un 30% con las exportaciones de servicio<sup>1</sup>. Respecto a Colombia, según el Barómetro de Turismo, los registros son positivos, con más del 11,7% en la variación anual, alcanzando a 133.341 de llegadas de turistas extranjeros al país y manteniendo la tendencia de los últimos 8 años.

La ciudad de Popayán, en el Departamento del Cauca, conforme al Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019 “VIVE EL CAMBIO” a cargo del Alcalde Cesar Cristian Gómez Campo, en el que reconocen a la ciudad como polo de atracción por su trayectoria histórica, cultural, museística, patrimonial y su riqueza arquitectónica y natural, ha logrado ser caracterizado como el quinto destino más frecuentado después de Bogotá, Cartagena, Boyacá y Medellín, por motivos religiosos, culturales, coloniales, además de declaraciones de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), dichas potencialidades deben ir de la mano con la estrategia empresarial y sectorial del turismo, haciéndose primordial los procesos evaluativos de la oferta, como capacidad y ocupación hotelera, aunque se dispone de indicadores

---

<sup>1</sup> Organización Mundial del Turismo (UNWTO), <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

por región a nivel nacional, dichas cifras no son representativas para lograr una comprensión más real, integra y sistémica del turismo y de sus actividades conexas, es por ello, surge la necesidad de realizar una Caracterización de la actividad turística en el sector histórico de la ciudad, con el fin de detallar la situación actual de la capacidad instalada en referencia a los servicios de alojamiento y hospedaje, restaurantes con el propósito de disponer de estadísticas confiables y reales que impulsen la toma de decisiones por los entes encargados en la promoción del turismo, promoviendo de esta manera una apuesta al turismo de alto impacto, permitiendo desestacionalizar e incrementar las semanas de temporada alta y dar apertura a la propuesta de nuevos diseños de producto turístico para el sector histórico de la ciudad de Popayán.

## **2.2 Justificación**

En la última década el Departamento del Cauca ha tenido un crecimiento en muchos aspectos gracias al desarrollo local turístico, el cual, ha ido escalando como una alternativa de progreso económico local y regional, dando lugar a que entes encargados fijen su mirada en proyectos de desarrollo, fomento y fortalecimiento de la economía local y regional, es por ello, que dentro del Plan de Desarrollo Municipal, determinan componentes de Promoción del desarrollo y Competitividad, por el cual, exponen 2 programas, el primero enfocado el Empleo, emprendimiento e innovación y el segundo al Fortalecimiento del Sector Histórico, con el que, se pretende consolidar a Popayán como destino turístico mediante la labor de promoción basada en el incremento de la oferta turística y el mejoramiento de los servicios.

Es de gran importancia contar información actualizada o estadísticas con respecto a la caracterización de sitios frecuentados o de interés en el sector histórico por parte del turista como son la oferta en establecimientos de alojamiento, hospedaje y de restauración.

Los resultados obtenidos en la práctica profesional servirán de apoyo para nuevos estudios y de referencia base para medir el crecimiento económico dentro del sector turístico de la ciudad, la Oficina de Turismo de Popayán, considera de igual modo que existe una carencia de este tipo de información económica ante los diferentes entes turístico y de desarrollo local, contando así, con la oportunidad y apoyo en la realización de la presente práctica profesional, tales estadísticas permitirán a interesados tomar decisiones de impulso económico a dicho sector, generando propuestas estratégicas que permitan fomentar el desarrollo y posicionamiento local y regional sostenible.



## **2.3 Objetivos**

### **2.3.1 Objetivo General**

Caracterizar los prestadores de servicios turísticos (alojamiento, hospedaje y establecimientos de restauración) encontrados en el sector histórico de la ciudad de Popayán.

### **2.3.2 Objetivos Específicos**

- Recolectar la información de los establecimientos de alojamiento, hospedaje y restauración en el sector histórico de la ciudad de Popayán.
- Analizar los resultados requeridos para la caracterización, análisis de falencias y oportunidades de mejora de los prestadores de servicios turísticos.
- Generar informe de la caracterización de los prestadores de servicios turísticos.
- Plantear recomendaciones a los prestadores de servicios turísticos de hospedaje, alojamiento y restauración.

## 2.4 Alcance

El sector histórico del municipio de Popayán, se encuentra ubicado entre la calle primera (1ª) a la séptima (7ª) y la carrera primera (1ª) a la carrera décima (10ª) en el centro del municipio en mención, el sector histórico es el foco comercial del municipio y principal espacio de congregación turística dentro del área urbana municipal.



Figura 1 Mapa del Sector Histórico de Popayán.

Fuente: Alcaldía de Popayán

### 3 CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

#### 3.1 Marco teórico

La OMT 1994 (Organización Mundial del Turismo) menciona algunas características que se deben considerar entorno al turismo y del cual, se podría sintetizar que son “aquellas actividades que las personas efectúan mientras están de viaje en ambientes donde no es habitual que se encuentren.

Según Cuervo “El turismo es un conjunto (un gran conjunto) bien definido de relaciones, servicios e instalación que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos”. Los mismos se generan en dos líneas, identificando como subconjuntos al transporte, al alojamiento, los servicios de alimentación, las diversiones, las amenidades, los establecimientos comerciales relacionados con el turismo y los servicios complementarios como los guías de turismo, las arrendadoras de automóviles, a los que se les puede agregar como subsistemas a la superestructura, la demanda, la infraestructura y la comunidad local, afirmando que de cada uno de estos subconjuntos se derivan otros subconjuntos, como del transporte de aproximación, que se divide en marítimo, fluvial, carretero y aéreo, el que puede ser comercial o de carga.

Ascanio (2010) en su obra a Hunziker y Krapfsos tiene que “El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas”.

Para comprender el turismo como una división económica social se citará a Sancho (2008) quien, en su texto de introducción al turismo, expone que la dinámica del turismo y como producto de su interacción con el entorno y desde una perspectiva sistémica se genera un “sistema turístico

el cual, junto a las motivaciones turísticas de los sujetos, conllevan a la creación de relaciones entre cuatro pilares de la actividad turística:

1. La demanda: El conjunto de/o posibles consumidores de bienes y servicios.
2. La oferta: Conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
3. Espacio geográfico: Base física donde tiene lugar el enlace entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí la misma un elemento turístico.
4. Los operadores del mercado: Son aquellas empresas y organismos cuya función primordial es facilitar la interacción entre la oferta y la demanda.

### **3.1.1 Caracterización**

La acción de caracterizar consiste en establecer las particularidades o atributos de algo o de alguien, este permite lograr una diferenciación entre lo caracterizado y lo demás.  
(<https://definicion.de/caracterizar/>, 2018)

Cuando se habla de caracterización se podrá estar haciendo referencia a dos cuestiones...Por un lado, a la determinación de aquellos atributos peculiares que presenta una persona o una cosa y que por tanto la distingue claramente del resto de su clase.  
(<https://www.definicionabc.com/general/caracterizacion.php>, 2018)

### **3.1.2 Restauración**

Según la ley 300, y en materia de restaurantes y cafeterías, se entiende por actividad turística de restauración aquella que se desarrolla en establecimientos abiertos al público y que consiste en ofrecer habitualmente y mediante precio el servicio de comidas y bebidas, para su consumo en el mismo local, independientemente de que esta actividad se desarrolle de forma principal o como complemento de otras relacionadas con el alojamiento, ocio o esparcimiento.

La restauración (restaurantes, bares, cafeterías, etc.) tradicionalmente ha sido considerada como un servicio complementario de la oferta turística, pero en los últimos años se ha convertido en sí misma en un servicio turístico diferenciado y único. (<https://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/restauracion/actividad-turistica-de-restauracion/>, 2018)

### **3.1.3. Prestadores de los servicios turísticos en Colombia**

En la dinámica del sector turístico crea un papel muy importante las empresas prestadoras de servicios turísticos. En Colombia a través de la ley 1558 del 2012 se definen aquellos prestadores, siendo estos los más importantes a la promoción del turismo nacional:

1. Los hoteles, centros vacacionales y servicios de alojamiento prestado por clubes sociales.
2. Las viviendas dedicadas ocasionalmente al uso turístico o viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente.
3. Las agencias de viajes y turismo, mayoristas y operadoras.
4. Las oficinas de representaciones turísticas.

5. Las empresas dedicadas a la operación de actividades de turismo de naturaleza o aventura.
6. Operadores profesionales de congresos.
7. Arrendadores de vehículos.
8. Los usuarios operadores.
9. Empresas comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.
10. Los bares y restaurantes turísticos clasificados como tal, de acuerdo a la resolución emanada del Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
11. Centros terapéuticos o balnearios con fines de salud.
12. Empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicio turístico propagado.
13. Parques temáticos.
14. Concesionarios de aeropuertos y carretera.
15. Empresas de transporte pasajeros: aéreo y terrestre excepto el urbano.
16. Empresas de transporte automotor.
17. Concesionarios de servicios turísticos en parque nacionales.
18. Centros de convenciones.
19. Empresas de seguros de viajes y de asistencia médica en viajes.
20. Sociedades portuarias, marinas o puertos turísticos.
21. Establecimiento de comercios ubicados en terminales de transporte terrestre.
22. Empresas operadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad las empresas asociativas de redes de vendedores multinivel de servicios turísticos.

### **3.1.4 Instrumentos para la caracterización**

Frente a la definición caracterización citaremos a Bonilla, Hurtado y Jaramillo (2009):

Es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo: para cualificar ese algo previamente se debe identificar y organizar los datos y a partir de estos caracterizar (describir) de una forma estructurada y posteriormente, establecer su significado (sistematizar de forma crítica).

Con el propósito de desarrollar un instrumento que permita describir y comparar los servicios de hospedaje y alojamiento y de restauración que se encuentran ubicados en el sector histórico es necesario implementar algunas metodologías.

### 3.2 MARCO LEGAL

Dentro del marco Institucional y legal en Colombia, se crea en la Constitución Política de 1991, una serie de postulaciones que dieron apertura al turismo como una alternativa para los colombianos, cuyo contenido reconoce las actividades del tiempo libre, como un derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre, mencionado en el Artículo 44 y 52, como también la obligación por parte del Estado y de los individuos a la protección de las riquezas culturales y naturales de la Nación (Artículo 8 y 95); Como también la protección de los bienes de uso público, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, los parques naturales, el patrimonio arqueológico y demás bienes que conformen la identidad nacional, pertenecen exclusivamente a la Nación. (Artículo 63), siendo esto un aspecto que fomenta el uso y goce de dichos territorios como también su conservación.

Así mismo, define la educación como función social, y a partir de ahí el acceso a los bienes y valores culturales, los cuales, están intrínsecamente relacionados con la actividad turística, ya que, son generadores de atracción por parte de los visitantes, por ello su valor a la promoción y fomento de la educación como deber del Estado (Artículo 70), de igual manera, su inclusión y pertinencia en los planes de desarrollo sociales y económicos que fomenten la ciencia, tecnología y las demás manifestaciones culturales, (Artículo 71) de la Entidades Territoriales.

Respecto al rol de las asambleas departamentales en el Artículo 300, define que por medio de Ordenanzas, tienen la facultad para “expedir las disposiciones relacionadas con la planeación, el desarrollo económico y social, el apoyo financiero y crediticio a los municipios, el turismo, el transporte, el ambiente, las obras públicas, las vías de comunicación y el desarrollo de sus zonas



de frontera”, constituyendo lineamientos para enfocar el desarrollo del turismo con sentido social y económico en sinergia con todos los actores.

La Ley 300 de 1996 “Ley General de Turismo”, en el que se contempla la principal normatividad que ha sido modificada por varios decretos, entre ellos, el Decreto 2194 del 2000, que modifica la fecha para la actualización del Registro Nacional de Turismo.

Conforme al reporte del Ministerio de Industria y Turismo, se cuenta con las siguientes leyes, decretos y resoluciones en materia de actividad turística relacionados con el presente proceso:

- Resolución 148 de 2015. Por la cual se reglamente el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística.
- Decreto 2183 de 2013, “Por el cual se regula la elaboración y registro de las estadísticas relacionadas con el sector turístico y se dictan otras disposiciones”.
- Ley 1558 de 2012. "Por la cual se modifica la ley 300 de 1996, ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones".

Acerca del Registro Nacional de Turismo tomado del Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (MiniCit 2018) SECCIÓN 1.

### **3.2.1 Disposiciones Generales**

Artículo 2.2.4.1.1.1. Objeto del registro. Modificado por el artículo 1 del decreto 229 de 2017. El Registro Nacional de Turismo tiene como objeto: 1. Habilitar las actividades los prestadores servicios turísticos. 2. Publicidad a los actos de inscripción, actualización, modificación, cancelación o suspensión de la inscripción. 3. Establecer un sistema de información sobre el sector turístico.

Parágrafo. Inscripción en el Registro Nacional de Turismo es requisito previo y obligatorio para que los prestadores de servicios turísticos inicien sus operaciones.

Artículo 2.2.4.1.1.12. Prestadores de servicios turísticos que deben inscribirse en el Registro Nacional Turismo. Modificado por el artículo 1 del Decreto 229 de 2017 En el Registro Nacional de Turismo deberán inscribirse siguientes de servicios turísticos:

1. Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que servicio alojamiento por horas.
2. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
3. Las oficinas de representaciones turísticas.
4. Los guías de turismo.
5. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
6. Los arrendadores vehículos para turismo nacional e internacional.
7. Los usuarios industriales de servicios turísticos de las zonas.
8. Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos tiempo compartido y multipropiedad.

9. Las compañías de intercambio vacacional.

10. Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos anuales sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes y que además se encuentren en los lugares que determine como sitio interés turístico el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

11. Las captadoras de ahorro para viajes y servicios turísticos prepagados.

12. Los concesionarios de servicios turísticos en parques.

13. Las empresas de transporte terrestre automotor especial, empresas operadoras chivas y vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.

14. Los parques temáticos.

15. Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.

Parágrafo 1. Las cámaras comercio se abstendrán inscribir en el Registro Nacional de Turismo a los establecimientos que presten el servicio de alojamiento por horas.

Parágrafo 2. Los prestadores servicios turísticos que presten adicionalmente servicios que correspondan a las funciones, actividades y de otra categoría de prestador, deberán inscribirse en la categoría correspondiente y cumplir con las condiciones y requisitos establecidos para esta.

Artículo 2.2.4.1.3.5. Incumplimiento de obligaciones frente al Registro Nacional de Turismo. Modificado por el artículo 1 del Decreto 229 de 2017. Quien preste el servicio sin estar inscrito en el Registro Nacional de Turismo, o el prestador de servicios turísticos que incumpla su obligación de actualizarlo u omita o incluya en esta información no fidedigna, quedará sujeto a las sanciones previstas en el artículo 72 de la Ley 300 de 1996, modificado por el artículo 47 de la Ley 1429 de 2010, previo agotamiento del procedimiento administrativo sancionatorio previsto en la Ley 1437 de 2011 o la que la modifique o sustituya.

Artículo 2.2.4.1.3.6. Multas por operar sin el previo registro. Modificado por el artículo 1 del Decreto 229 de 2017. Cuando la infracción consista en la prestación de servicios turísticos sin estar inscrito en el Registro Nacional de Turismo la multa será de cinco (5) hasta cincuenta (50) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

La multa irá acompañada de la solicitud de cierre del establecimiento dirigida al respectivo Alcalde Distrital o Municipal, o al Gobernador del Departamento para el caso del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

Una vez se haya cerrado el establecimiento, la prestación del servicio sólo se podrá restablecer, una vez se haya pagado la multa y obtenido el respectivo registro, o verificado su actualización, según sea el caso.

Artículo 2.2.4.1.3.7. Suspensión o cancelación del registro. Modificado por el artículo 1 del Decreto 229 de 2017. Las cámaras de comercio procederán a la suspensión o cancelación de la inscripción en el Registro Nacional de Turismo por las siguientes razones:

1. Por decisión de la Superintendencia de Industria y Comercio.
2. Por solicitud del prestador inscrito.
3. Por inactividad, cuando el prestador de servicios turísticos no actualice durante dos (2) periodos consecutivos su Registro Nacional de Turismo, la cámara de comercio correspondiente cancelará de manera automática la inscripción del mismo.
4. Cuando se den las condiciones establecidas en el presente decreto.
5. Por ministerio de la ley.

6. En caso de tratarse de establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas inscritos en el Registro Nacional de Turismo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo solicitará la cancelación inmediata del mismo a la Cámara de Comercio correspondiente.

Parágrafo 1°. En caso de cancelación del Registro Mercantil, la cámara de comercio procederá a la cancelación automática del respectivo Registro Nacional de Turismo.

Parágrafo 2°. El prestador de servicios turísticos deberá informar a la cámara de comercio sobre la suspensión de actividades turísticas en forma previa, caso en el cual, la correspondiente inscripción será suspendida por el tiempo que dure la inactividad. El prestador deberá informar a la cámara de comercio la fecha cierta en que la actividad se reanudará.

Parágrafo 3°. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ejercerá sus funciones, de acuerdo con el régimen de transición establecido en el Decreto número 4176 de 2011.

Para noviembre de 2018 se expide el Decreto 2063 expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con beneficios frente al trámite de inscripción o actualización del Registro Nacional de Turismo quedando totalmente gratuito.

La Política de mercadeo y promoción turística de Colombia, al permitir el desarrollo de las regiones se convierte en prioridad en las diferentes agendas y planes de acción de todas aquellas organizaciones actoras en el desarrollo de la actividad turística; Dentro de los ejes temáticos se define el mercadeo y la promoción turística nacional e internacional, basados en los lineamientos de mejora en aspectos tales como, la investigación de mercados turísticos, diferenciación y promoción de productos turísticos prioritarios, las actividades y herramientas de promoción turística, la comercialización turística, articulación interinstitucional para potencializar los mecanismos de mercadeo y promoción .

- El Plan Estratégico para la Construcción del Producto Turístico Gastronómico Nacional 2014-2018.

- El Plan Estratégico de Seguridad Turística.

- El Plan Sectorial de Turismo “Turismo para la Construcción de la Paz” 2014-2018.

Y respecto a la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible se encuentran las siguientes Normas Técnicas Sectoriales:

Para los Establecimientos Gastronómico, se tendrán en cuenta:

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006 I actualización. Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos, 2009.

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 007. Norma sanitaria de manipulación de alimentos, 2005.

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 009. Seguridad industrial para restaurantes, 2007

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 011. Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes 2012

Respecto al Alojamiento y Hospedaje intervienen:

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 001. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Realización de actividades básicas para la prestación del servicio, 2003.

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006 I actualización. Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos, 2009.

### **3.3. Marco contextual**

El desarrollo de la práctica profesional se llevará a cabo en el sector histórico de Popayán que está comprendido entre la calle primera (1ª) a la séptima (7ª) y la carrera primera (1ª) a la carrera décima (10ª) en el centro del municipio en mención, el sector histórico es el foco comercial del municipio y principal espacio de congregación turística dentro del área urbana, es el punto de referencia para la obtención de la información del sector a caracterizar.

La práctica empresarial se inicia en el primer semestre del año 2018, en la Oficina de Turismo, el cual, hace parte de la Oficina de Planeación Municipal de la Alcaldía de Popayán, ubicada en la Carrera 5 No. 4 - 68 en el centro de la misma ciudad, en el Departamento del Cauca, a cargo de la Coordinadora Claudia Cruz.

La Oficina de Turismo, para la cual, propongo realizar la Caracterización de los servicios turísticos referentes a la oferta de alojamiento, hospedaje y restauración establecidas en el sector histórico de Popayán, con el fin de exponer la situación actual con la que cuenta la ciudad y verlo reflejado en cifras, cuyos indicadores permitirán identificar las fortalezas y debilidades, reconociendo así, con determinación el nivel de participación durante el desarrollo de la actividad turística en el sector histórico para el fortalecimiento de la economía de la ciudad, como también su nivel de competitividad desde varias perspectivas como la gestión, el soporte turístico, la sostenibilidad ambiental, tecnológica, para así, impulsar la toma de decisiones de inversión y por ende, el crecimiento económico y el desarrollo social incluyente para la ciudad.

El diseño del proyecto de Caracterización, se realizará a través del método cuantitativo, del cual, se pretende obtener una cantidad importante de información estadística, por medio de encuestas a cada establecimiento de alojamiento, hospedaje, de alimentos y bebidas, contando además con la recolección cualitativa cuya metodología incluye las observaciones de los

participantes y entrevistas abiertas con los actores, permitiendo de esta manera un equilibrio en la percepción de naturaleza impersonal frente a las estadísticas asociadas con el proyecto a realizar en el sector histórico de Popayán.

Finalmente, resaltando el vital papel que desarrolla la actividad turística, contribuyendo desde la Academia con estudios que permitan un fortalecimiento a las microempresas y el fomento a su crecimiento incluyente, sostenible y con proyección social.



## 4 CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA

### 4.1 Tipo de estudio

En el desarrollo de la práctica empresarial “Caracterización de los servicios turísticos de alojamiento y restauración ubicados en el sector histórico de la ciudad de Popayán, Cauca”, se lleva a cabo bajo el enfoque descriptivo, el cual, se centrará en las distintas características de la oferta turística ubicada en el sector histórico de Popayán el turismo, la propuesta de caracterización estará basada en componentes que abarquen desde lo económicos, tecnológicos, académicos, hasta el comportamiento de las empresas de servicios.

Las fuentes directas se abordarán mediante el instrumento de entrevista semiestructurada, elaborada de acuerdo con los criterios de caracterización de la oferta, al tiempo que permitirán validar la información obtenida por fuentes secundarias. Respecto a las fuentes indirectas se sistematizarán por medio de cuadros o matrices, en el cual, las empresas estarán segmentadas por los criterios de caracterización, con el fin de emplear indicadores de estadística descriptiva para apoyar las observaciones de campo, las opiniones de los expertos y del equipo de trabajo.

La Metodología Cualitativa de investigación, como referente con los objetivos específicos del proyecto, siendo, una técnica o método de investigación que alude a las cualidades. Este método se apoya en describir de forma minuciosa, eventos, hechos, personas, situaciones, comportamientos, interacciones que se observan mediante un estudio. (Quintero, 2016).

## 4.2 Población

Los participantes serán todos los establecimientos de alojamiento, hospedaje y los establecimientos de restauración que se encuentran ubicados dentro del sector histórico de Popayán.

### Procedimiento

| Objetivo general   | Objetivos específicos  | Acciones a desarrollar   |
|--|--|--|
| Caracterizar los prestadores de servicios turísticos (alojamiento, hospedaje y establecimientos de restauración) encontrados en el sector histórico de la ciudad de Popayán. | <ul style="list-style-type: none"><li>Recolectar la información de los establecimientos de alojamiento, hospedaje, restauración en el sector histórico de la ciudad de Popayán.</li><li>Analizar los resultados requeridos para la caracterización, análisis de falencias y oportunidades de mejora de los prestadores de servicios turísticos.</li><li>Generar informe de la caracterización de los prestadores de servicios turísticos.</li><li>Plantear recomendaciones a los prestadores de servicios turísticos de hospedaje, alojamiento y restauración.</li></ul> | <p>Recorrer el sector histórico de la ciudad de Popayán, identificando los establecimientos a caracterizar.</p> <p>Visitar los establecimientos para diligenciar el instrumento de caracterización.</p> <p>Tabular los datos obtenidos en el instrumento de caracterización.</p> <p>Analizar los datos obtenidos.</p> <p>Crear una base de datos de los establecimientos participantes.</p> <p>Desarrollar la reseña de interpretación y el informe final para sustentación académica.</p> |

Fuente: Elaboración Propia.

### **4.3 Descripción de las estrategias metodológicas.**

Se realiza inicialmente un recorrido a pie, para identificar cada uno de los establecimientos de alojamiento, hospedaje y de restauración, partiendo de la carrera primera hasta la carrera once y la calle primera hasta la calle octava comprendidas como sector histórico de la ciudad de Popayán.

Y a partir del 27 de abril del 2018 hasta el 29 de mayo del mismo año, se procede a realizar las encuestas, acerca de la información general, capacidad, tarifas, horarios de servicios, tipo de cliente y mercado objetivo de los establecimientos, dándose de esta manera el inicio al desarrollo de la propuesta.

## 5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

### 5.1 Análisis Encuestas De Alojamiento

En el trabajo de campo realizado en el centro histórico de Popayán, se encontraron 40 establecimientos de alojamiento y hospedaje, siendo sólo 39 quienes brindaron información, permitiendo así identificar 26 hoteles, 8 hostales, 3 residencias y 2 hosteles, con los cuales, realizaremos el trabajo planteado en este proyecto de grado.

En el ejercicio de recolección de datos se procede a obtener información general de cada establecimiento de alojamiento y hospedaje, cuya información fué completada con la suministrada por los buscadores en línea con cada establecimiento, tales como direcciones, teléfonos de contacto, página web, redes sociales, entre otros, como también las páginas oficiales como las de Cámara de Comercio del Cauca, en el cual, se verificó el estado actual del Registro Nacional de Turismo (RNT), obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 1  
*Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje que Cuentan con el RNT.*

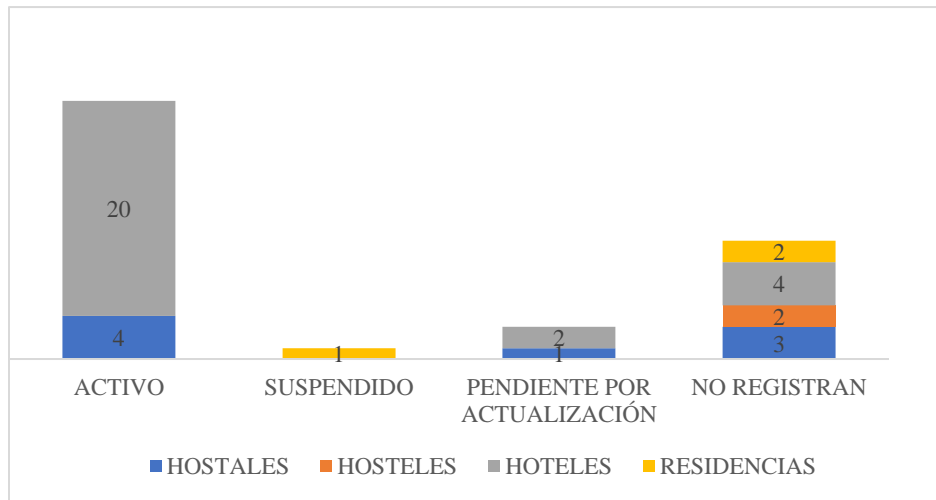
| TIPO ESTABLECIMIENTO | HOSTALES | HOSTELES | HOTELES | RESIDENCIAS | TOTALES |
|----------------------|----------|----------|---------|-------------|---------|
| SI                   | 4        | 1        | 25      | 1           | 31      |
| NO                   | 4        | 1        | 1       | 2           | 8       |
| TOTAL                | 8        | 2        | 26      | 3           | 39      |

Fuente: Elaboración propia.

Identificando un total de 31 establecimientos de alojamiento y hospedaje que equivale a un 79,50% quienes afirmaron estar activos en el RNT.

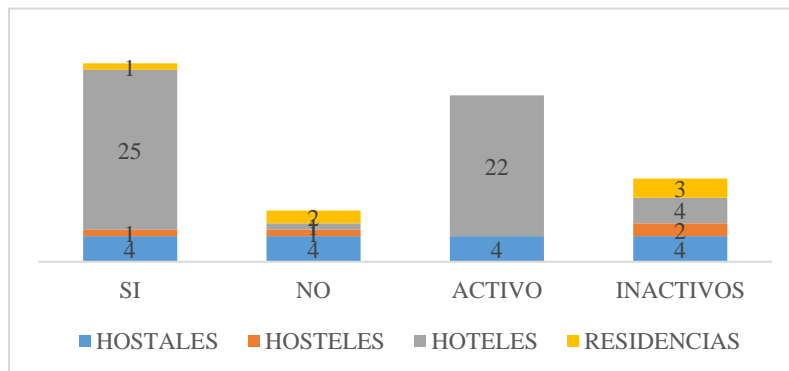
Sin embargo, la información recopilada en el trabajo de campo se compara con la suministrada por la página del REGISTRO UNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL - RUES y se obtuvieron los siguientes resultados:

*Figura 2* Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje con el RNT según el RUES.



Fuente: Elaboración propia según consulta en el RUES (noviembre, 2018).

*Figura 3* Comparativo del estado actual del RNT entre ENCUESTAS vs RUES.

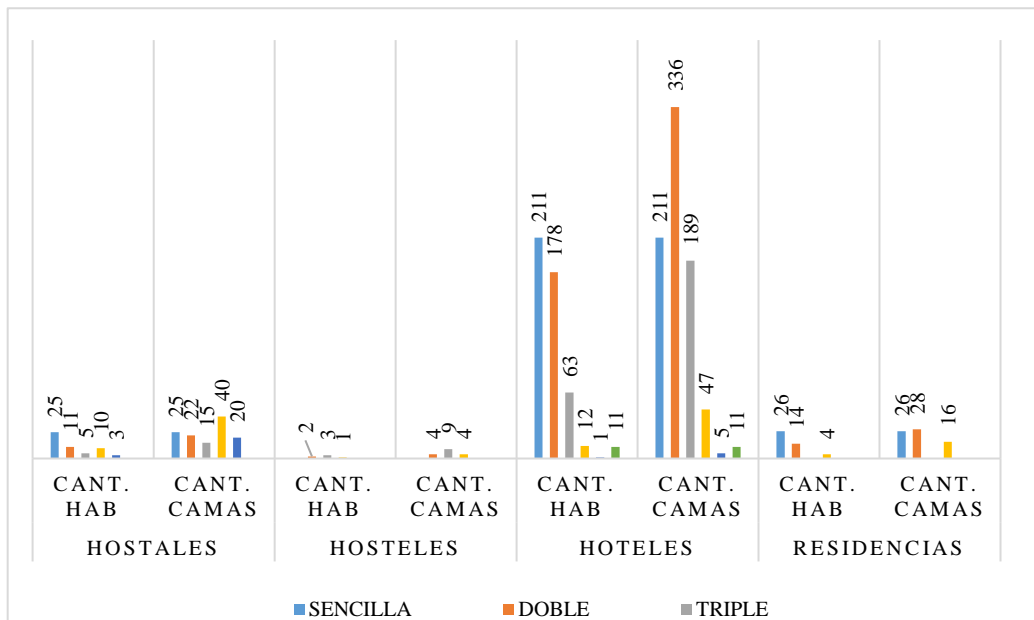


Fuente: Elaboración propia.

De esta manera, en las figuras No. 2 y 3, se logra comparar los resultados obtenidos con la información brindada en el RUES (nov, 2018), permitiendo identificar que ya no son 31 establecimientos los que cuentan con el Registro Nacional Turismo en estado “ACTIVO”, sino que sólo son 26, de los cuales 22 de ellos son hoteles y 4 hostales, incrementándose así los inactivos o no registrados de 8 a 13, por lo cual, se hace un llamado a dichos establecimientos, ya que, ello es un requisito previo y obligatorio para el funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos, y su incumplimiento acarrea sanciones, cierre temporal e inmediato del establecimiento conforme los parágrafos 5 y 6 del artículo 33 de la Ley 1558 de 2012.

Por otra parte, el conocer la capacidad instalada, permite identificar el potencial en infraestructura con el que se cuenta, facilitando la toma de decisiones para fomentar la creación de eventos, ferias, etc, que fomenten la actividad turística, cuya información se detalla a continuación:

*Figura 4* Disponibilidad de Habitaciones y Camas según el Tipo de Establecimiento.

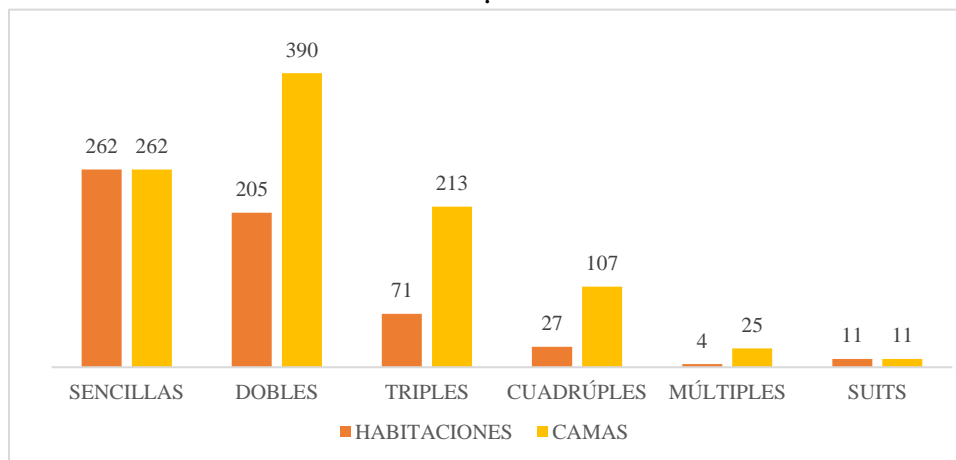


Fuente: Elaboración propia.

Respecto al tipo de acomodación y capacidad de alojamiento, en la anterior figura, se logra identificar que entre los 26 hoteles disponen en total de 476 habitaciones y 799 camas, correspondiendo la mayoría a 211 habitaciones sencillas, seguidas de 178 habitaciones dobles con 336 camas, 63 habitaciones triples con 189 camas, 12 habitaciones cuádruples para 47 camas y por último 11 tipo suits; Respecto a los 8 hostales reportaron un total de 54 habitaciones y 122 camas, los 2 hostales registraron un total de 6 habitaciones y 17 camas. Finalmente, las 3 residencias la sumatoria 44 habitaciones y 70 camas.

Con referencia a la cantidad de camas disponibles en la Figura No.5, se observa que el tipo de acomodación con mayor predominación fueron las camas dobles con un total de 390, seguida de las sencillas con 262, triples con 213, cuádruples 107, dentro de las múltiples se incluyeron habitaciones con 5 y 6 camas para un total de 25 camas y 11 tipo suits, para un gran total de 1008 camas y 580 habitaciones, siendo esta últimas la mayoría sencillas con 262, seguidas de 205 dobles, 71 triples, 27 cuádruples, 4 múltiples y 11 suits.

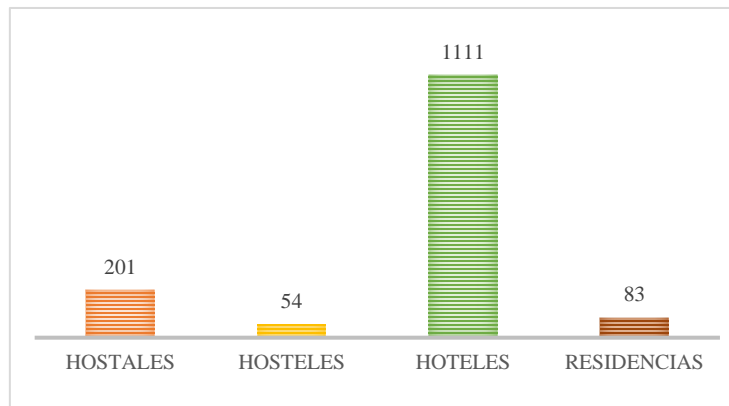
*Figura 5* Total de Habitaciones y Camas Según Tipo de Acomodación.



Fuente: Elaboración Propia.

Otro dato también importante a destacar, se refleja en el gráfico No.6, acerca de la capacidad máxima de huéspedes a alojar, siendo la mayoría por los hoteles con un total de 1.111 pax, seguido por los hostales para 201, las residencias para 83 pax y el restante corresponde a los hosteles, para un gran total a hospedar de 1.449 pax.

*Figura 6* Capacidad Máxima de Alojamiento.

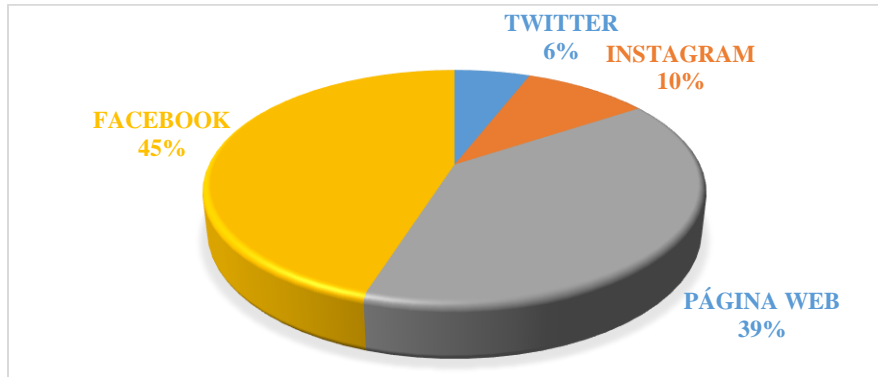


Fuente: Elaboración Propia.

Por otra parte, dentro de la solicitud de información básica general de cada establecimiento para darse a conocer o mantenerse en el mercado, se logra reconocer el uso de medios digitales, como se describe en la Figura No. 7, de los cuales, sólo 23 establecimientos que corresponde a un 45% utilizan Facebook, seguido de la Páginas web con un 39% que equivalen a 20 establecimientos, respecto a Instagram sólo un 10% lo usan y sólo 3 establecimientos que corresponde a un 10% utilizan Twitter.



Figura 7 Medios de Información.



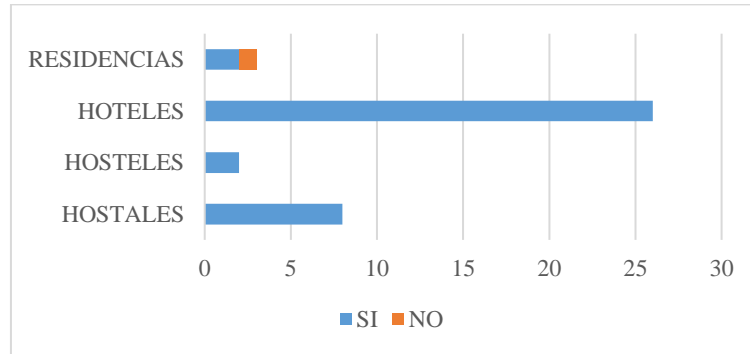
Fuente: Elaboración Propia.

Dentro de esta opción de correo electrónico cabe resaltar que sólo 33 establecimientos lo brindaron, pero 7 de ellos correspondía al correo personal, para lo cual, se sugiere crear uno con el nombre corporativo, ya que, ello permite, mejora la perspectiva y credibilidad de la organización.

### 5.1.1 Servicios Ofertados por los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje.

En la siguiente sección se encuentra el segundo bloque de la encuesta que corresponde a cada uno de los servicios que los 39 establecimientos brindan a sus huéspedes.

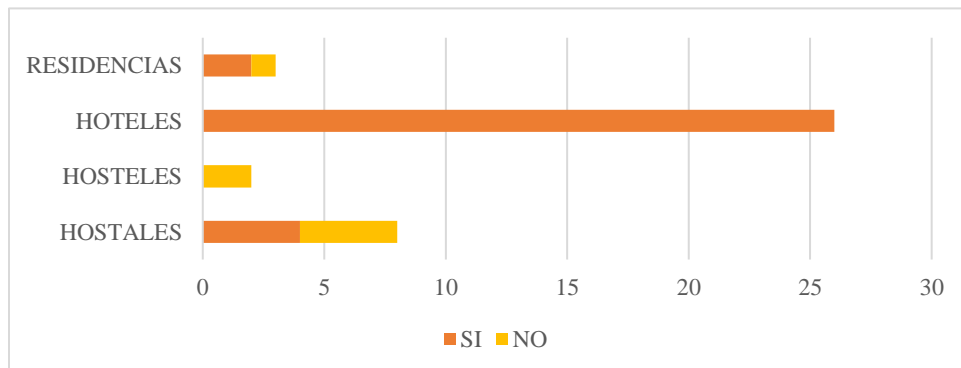
*Figura 8* Servicios de Wifi.



Fuente: Elaboración Propia.

En el marco de los servicios a ofrecer, tan solo una residencia no ofrece el servicio de wifi, el restante que equivale a un 97% si lo brinda a sus huéspedes.

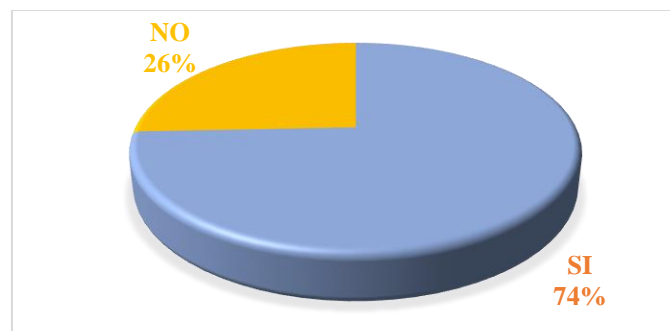
*Figura 9* Servicio de Televisión por Cable.



Fuente: Elaboración Propia.

Respecto al servicio de televisión por cable, tan solo un 18% que corresponde a 7 establecimientos (4 hostales, 2 hosteles y una residencia) no lo ofrecen, los restantes establecimientos que corresponde al 82% sí lo disponen, correspondiendo a la totalidad de los hoteles, 2 residencias y la mitad de los hostales encuestados, siendo importante destacar la función primordial de cada establecimiento y las necesidades para cada uno de sus huéspedes, en las cuales, algunos llegan con el fin de conocer el lugar de destino e intercambiar culturas y no les es tan relevante este servicio, mientras que los otros llegan a la ciudad por motivos laborales o de negocios deben quedarse en promedio de 2 a 3 días haciendo uso de este servicio desde la privacidad de su habitación.

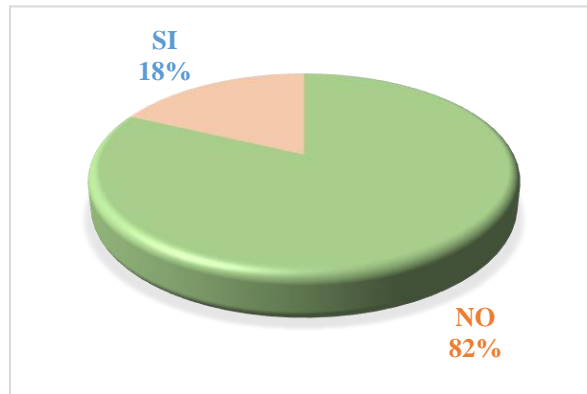
*Figura 10* Servicio de Llamada Local.



Fuente: Elaboración Propia.

Frente al servicio de llamada local tan solo un 26% que corresponde a 10 establecimientos, entre ellos, 5 hostales, 2 hoteles, 2 residencias y 1 hostel no lo ofrecen, los 29 restantes que corresponde al 74%, 24 hoteles, 3 hostales, un hostel y una residencia sí lo brindan.

Figura 11 Servicio de Lobby Bar.



Fuente: Elaboración Propia.

En cuanto a los ambientes a ofrecer a sus huéspedes tan solo un 18% que corresponde a 7 hoteles, disponen de un Lobby Bar siendo un valor agregado y de exclusividad para sus huéspedes o visitantes.

Tabla 2

Servicio de Parqueadero.

| TIPO DE ESTABLECIMIENTO | SERVICIO DE PARQUEADERO | CANTIDAD | CAPACIDAD |
|-------------------------|-------------------------|----------|-----------|
| HOSTAL                  | ALTERNO                 | 1        | 5         |
| HOSTEL                  | PROPIO                  | 1        | 3         |
|                         | PROPIO                  | 5        | 94        |
| HOTEL                   | ALTERNO                 | 7        | 71        |
|                         | TOTAL                   | 14       | 173       |

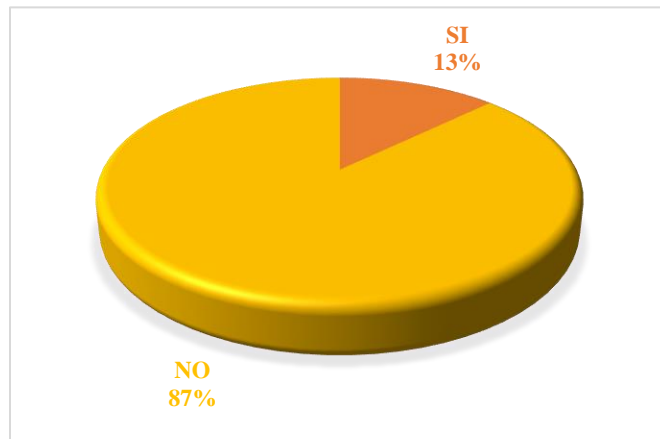
Fuente: Elaboración Propia.

De los espacios para guardar los vehículos tan solo un 36% que corresponde a 12 hoteles, 1 hostel y 1 hostel, respondieron que sí brindaban dicho servicio, de los cuales, 6 afirmaron que era propio, los restantes alterno o en convenio, resultando una capacidad máxima entre los 14

parqueaderos, únicamente para 173 vehículos, siendo esta cantidad muy reducida frente a los huéspedes que los frecuentan.

Los 24 establecimientos restantes que equivalen a un 64% no cuentan u ofrecen dicho servicio.

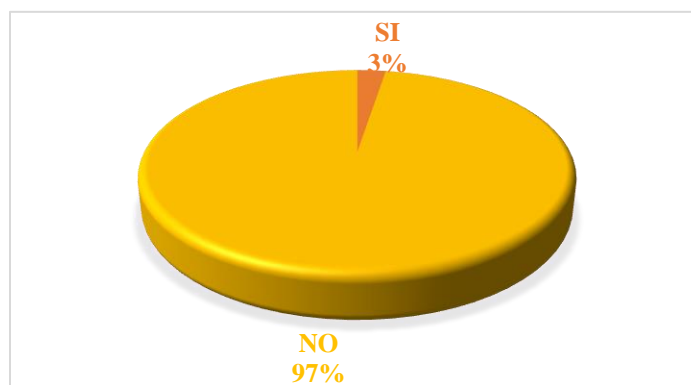
*Figura 12* Servicio de Restaurante.



Fuente: Elaboración Propia.

Siendo un complemento importante el servicio de restaurante para una atención integral a sus huéspedes tan solo un 13% que corresponde a 5 hoteles si lo ofrecen, mientras que el 87% restante no.

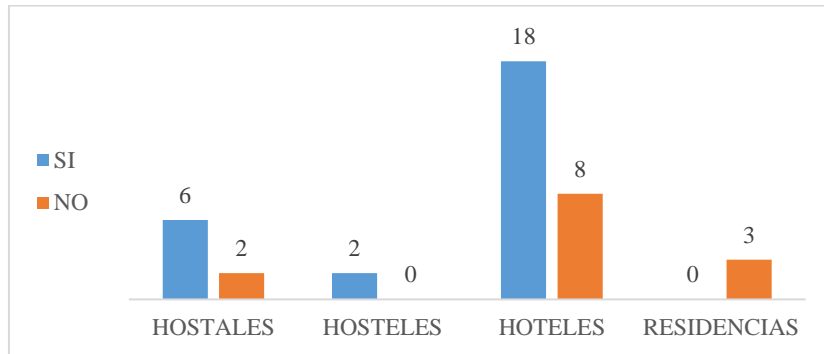
*Figura 13* Servicio de Piscina y Zonas Húmedas.



Fuente: Elaboración Propia.

Se encontró que, en el sector histórico, tan sólo un hotel ofrece el servicio de piscina y zonas húmedas para sus huéspedes, el cual, corresponde al único establecimiento que cuenta con 5 estrellas.

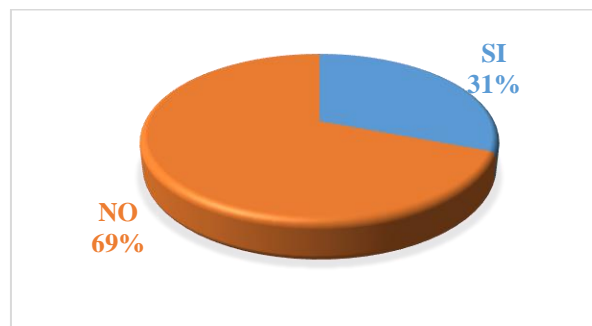
*Figura 14* Servicio de Lavandería.



Fuente: Elaboración Propia.

Respecto al servicio de Lavandería para sus huéspedes un 33% no lo ofrece, mientras que un 67% que equivale a 26 establecimientos, entre ellos, 18 hoteles, 6 hostales y 2 hosteles, si lo brindan.

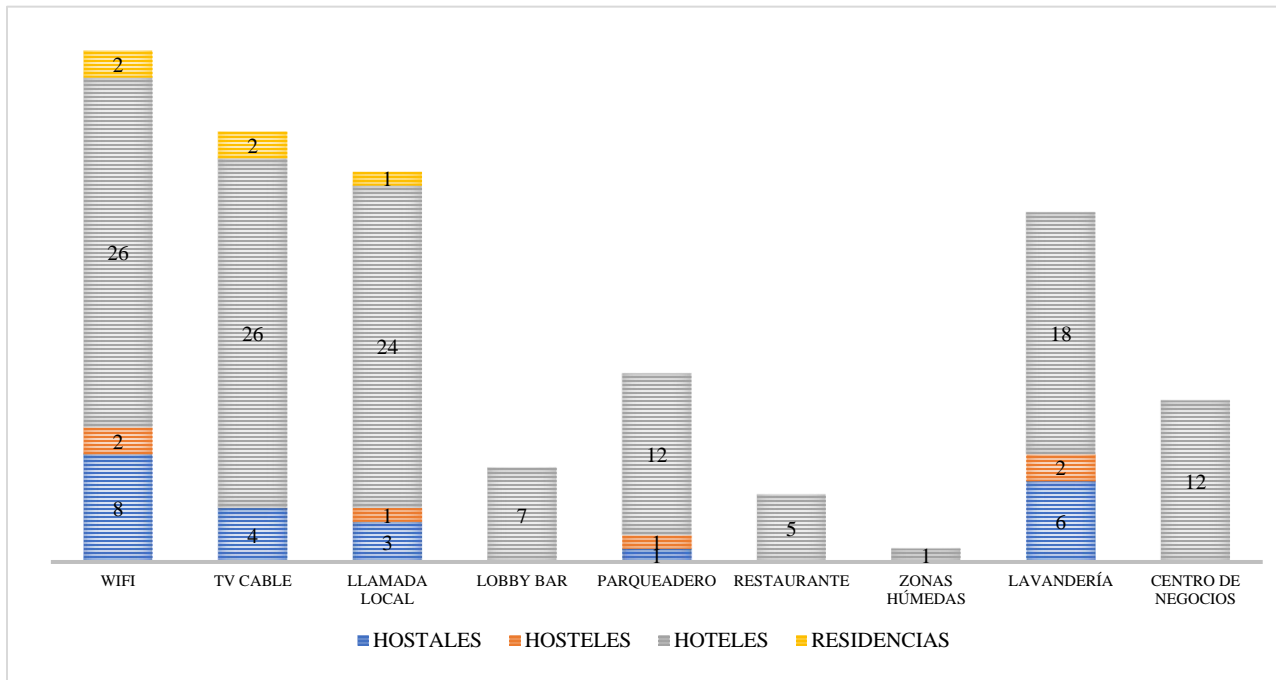
*Figura 15* Centro de Negocios.



Fuente: Elaboración Propia.

De los 39 encuestados un 69% no cuentan con un centro de negocios, el restante 31% que corresponden a 12 hoteles si lo disponen, evidenciando su naturaleza y necesidades que deben ajustarse a las prioridades de sus huéspedes.

Figura 16 Consolidado de los Servicios Ofertados De Alojamiento y Hospedaje.

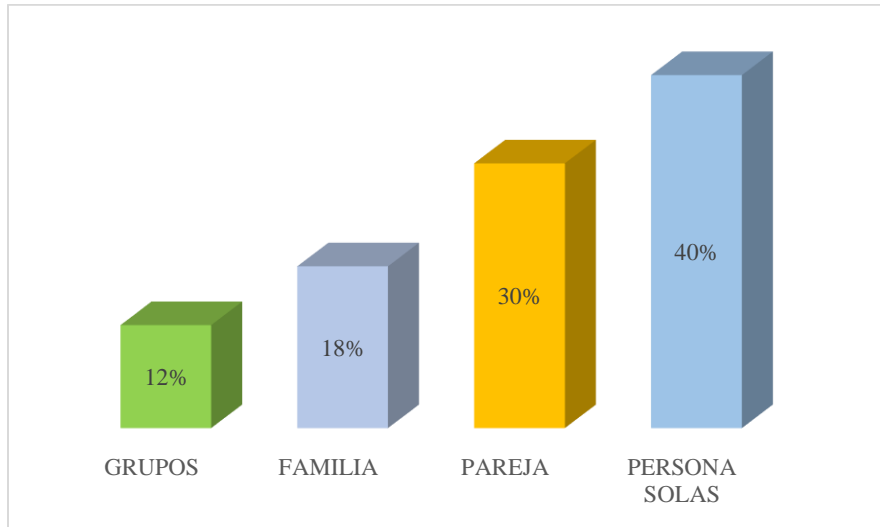


Fuente: Elaboración Propia.

Se evidencia de esta manera, la función principal de cada establecimiento de Alojamiento y Hospedaje conforme a las características y prioridad en la prestación de sus servicios; Sin embargo, es importante sugerirles ampliar el portafolio de servicios, a través de convenios con otras empresas u Organizaciones todo ello para garantizar una eficiente atención a cada uno de los visitantes y huéspedes que los frecuentan.

De esta manera, el trabajo de campo permitió identificar también el Tipo de Cliente clasificados a continuación:

Figura 17 Tipo de Clientes.



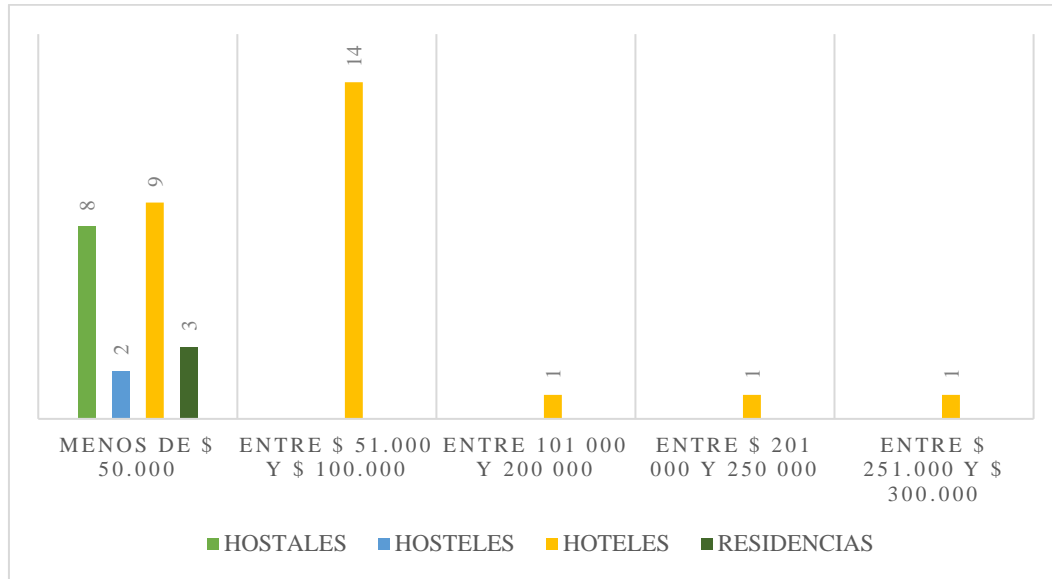
Fuente: Elaboración propia.

Todos los encuestados, mencionaron al menos un tipo de cliente que más los frecuenta, de los cuales, 24 de los establecimientos que corresponde al 40% respondieron que las “personas solas” seguido por 18 de los entrevistados que equivale al 30% dijeron “parejas” y los 18 establecimientos restantes entre “familia” con un 18% y para la opción de “grupos” con un 12%.

Por lo cual, en la figura No. 18 se logra establecer la tarifa de alojamiento según el tipo de establecimiento de hospedaje, obteniendo los siguientes resultados:



Figura 18 Tarifas Para un Pax.

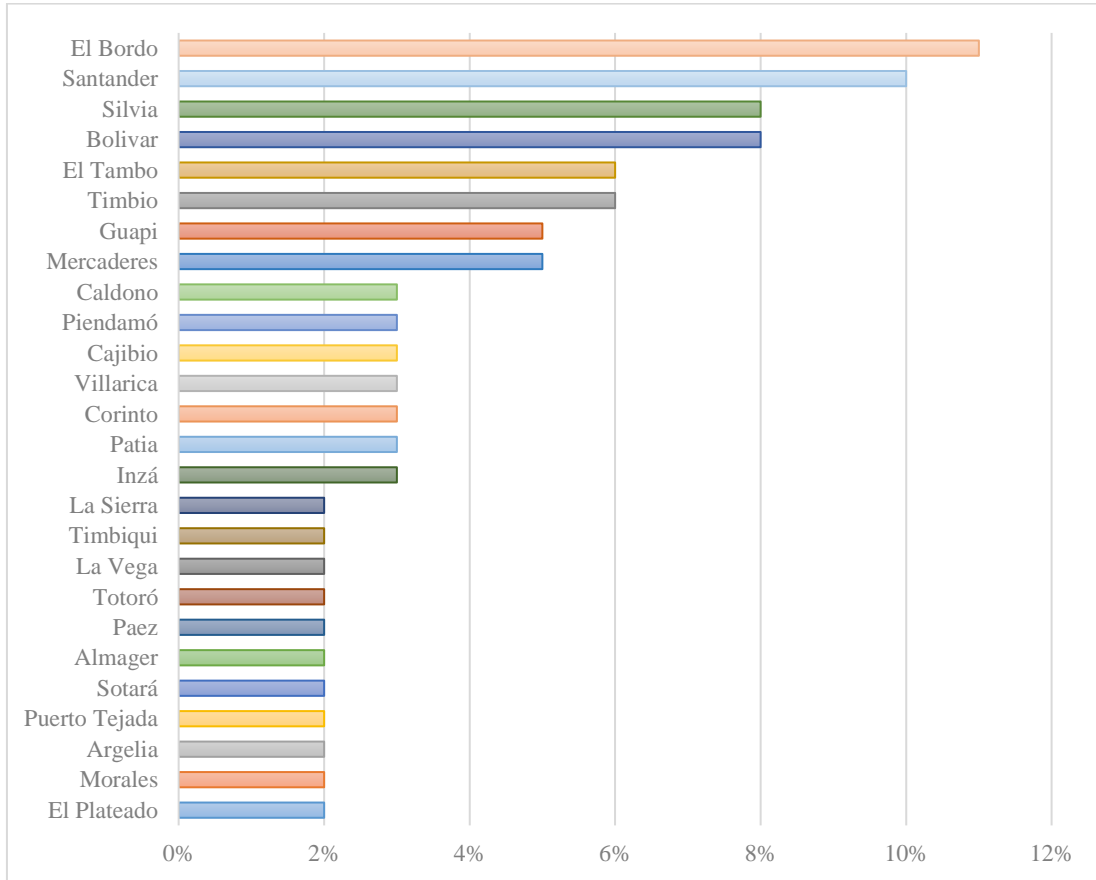


Fuente: Elaboración Propia.

Un 56% que equivale a 22 establecimientos siendo 8 hostales, 9 hoteles, 3 residencias y 2 hosteles, ofrecen una tarifa inferior a \$ 50.000 para un pax, seguido de un 36% que equivalen a 14 hoteles cuya tarifa oscila entre \$ 51.000 y \$ 100.000.; Las tres restantes tarifas corresponden cada una a un hotel, que ofrecen las tarifas más altas y se justifican en los servicios adicionales a brindar a sus huéspedes, como el que se encuentra la tarifa de \$ 101.000 y \$ 200.000 ofrece servicio de restaurante, es un hotel que lleva cuatro años en el mercado, el siguiente se encuentra en el rango de \$ 201.000 y \$ 250.000 es uno de los hoteles con importante trayectoria en el sector, dispone de su propio parqueadero, ofrece también del servicio restaurante de reconocida comida nacional e internacional y por último, el hotel entre \$ 251.000 y \$ 300.000, brinda sus valores agregados como reconocido restaurante propio y con platos nacionales e internacionales, siendo el único en ofrecer piscina y zonas húmedas para huéspedes.

Respecto a los lugares de procedencia se logran identificar los municipios del Departamento del Cauca, ciudades y países con mayor frecuencia en los establecimientos, descritos a continuación:

*Figura 19* Municipios de Procedencia.

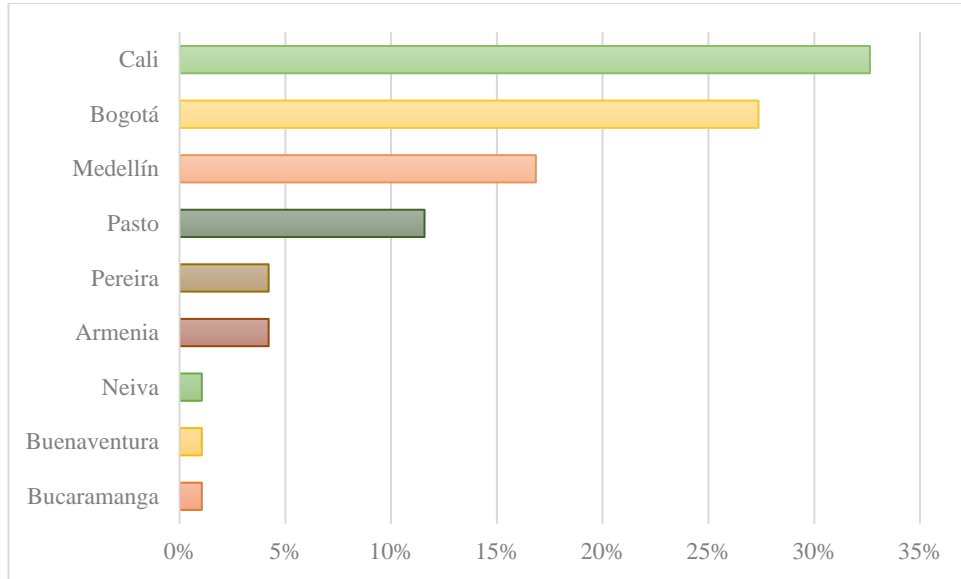


Fuente: Elaboración propia.

De los encuestados, sólo 25 establecimientos de alojamiento y hospedaje, mencionaron que sus huéspedes también arriban de al menos un municipio del Departamento del Cauca, dando un total de 62 respuestas para un total de 26 municipios nombrados, resaltando al Bordo con un 11%, seguido de Santander con un 10%, Silvia y Bolívar con un 8%, el Tambo y Timbío con un 6%, Guapi y Mercaderes con un 5%, también fueron mencionados Caldono, Piendamó, Cajibío,

Villarrica, Corinto, Patía e Inzá con un 3%, los restantes municipios como La Sierra, Timbiquí, La Vega, Totoró, Paez, Almaguer, Sotará, Puerto Tejada, Argelia, Morales y El Plateado con un 2%.

*Figura 20 Ciudades de Procedencia.*



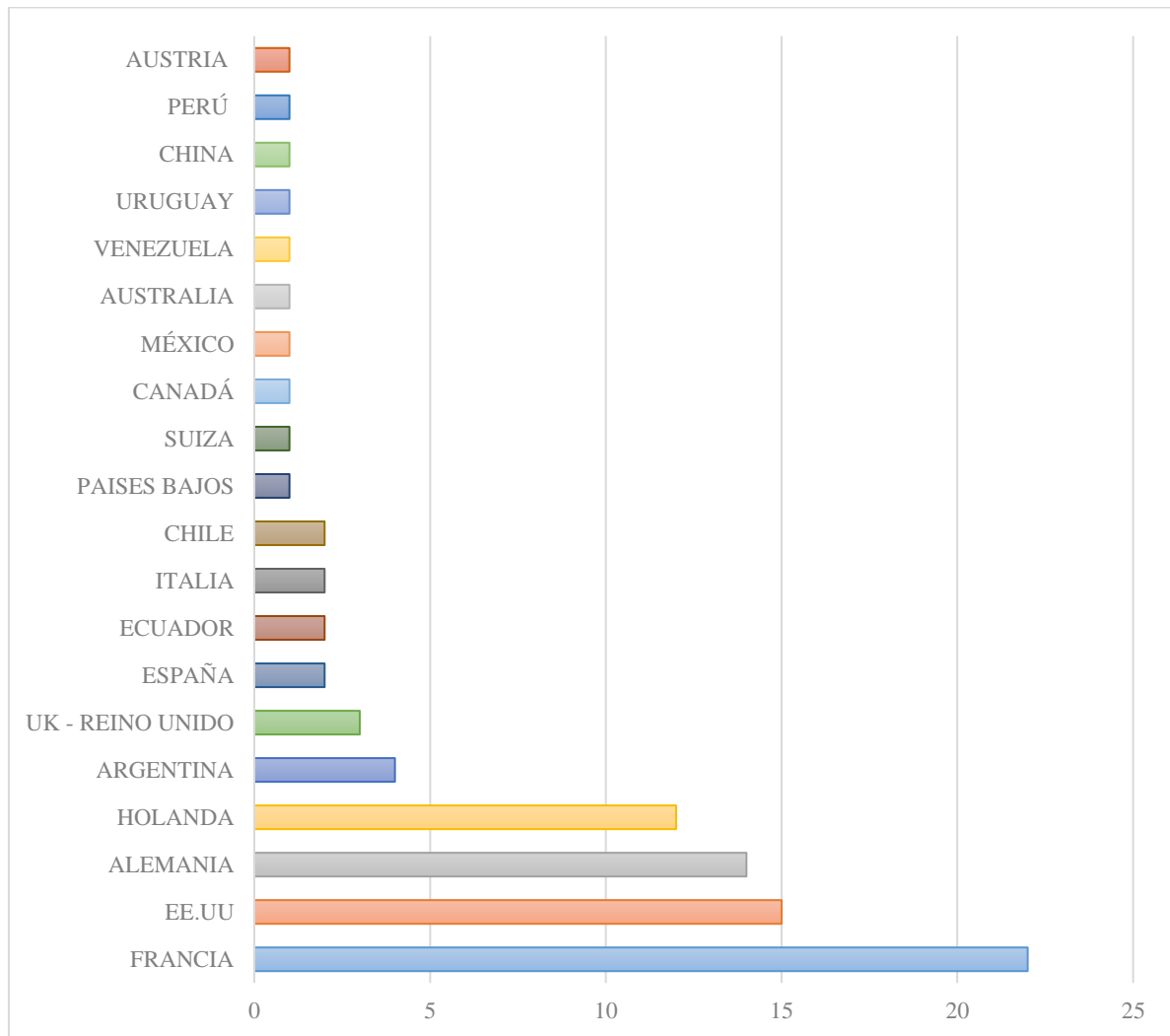
Fuente: Elaboración propia.

De las ciudades de procedencia a nivel nacional, se pudo identificar que 34 establecimientos respondieron al menos 1 ciudad para un total de 95, de los cuales, un 33% reconoció a Cali, como la mayor ciudad de procedencia de sus huéspedes, seguido por Bogotá con un 27%, Medellín un 17% y un 12% para Pasto.

Otras ciudades, mencionadas con menor frecuencia de arribo a la ciudad fueron Armenia, Pereira con un 4%, Bucaramanga, Neiva y Bucaramanga con un 1%.

Se resalta en la Figura No. 19, la procedencia de sus huéspedes de al menos, 20 países a la ciudad Blanca de Colombia, Popayán ilustradas a continuación:

Figura 21 Países de Procedencia.

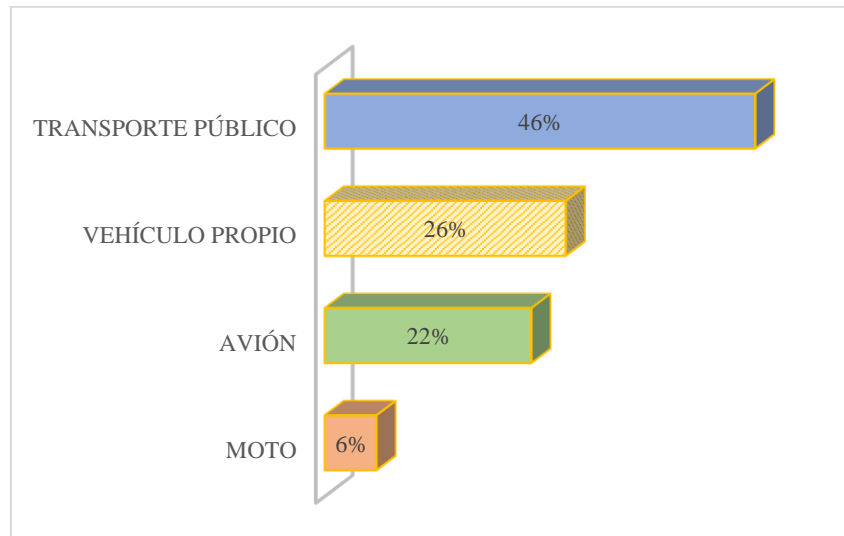


Fuente: Elaboración propia.

En el cual, los 31 encuestados, mencionaron al menos dos países, para un total de 88 respuestas y 20 países nombrados, entre ellos se destacó Francia con un 25%, seguido de Estados Unidos con un 17%, Alemania con un 16%, Holanda con un 14%, Argentina con un 5%, Reino Unido con un 3%, dentro de los 10 restantes se encuentran Países Bajos, Suiza, Canadá, México, Australia, Venezuela, Uruguay, China, Perú y Austria con una participación del 1%.

Siendo el transporte un sector vital en el desarrollo de la actividad turística, los encuestados arrojaron los siguientes resultados:

*Figura 22 Medios de Transporte*

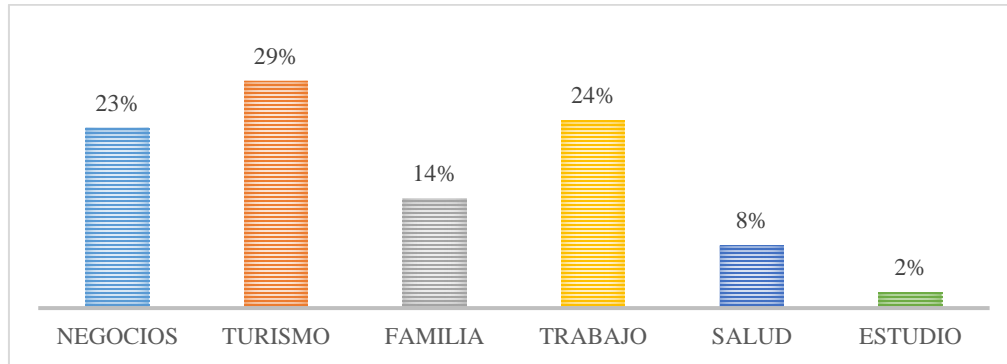


Fuente: Elaboración propia.

Resaltando así, el servicio transporte público con un 46%, seguido del 26% por vehículo propio, un 22% por avión y un 6% por moto, por lo cual, se hace importante realizar alianzas con este sector tanto terrestre como aéreo para fortalecer la frecuencia de arribo a la ciudad.

Conocer las razones de visita a la ciudad también fueron relevantes en el presente estudio, ya que, esto permiten perfilar a los turistas que frecuentan la ciudad, para así mismo ampliar y mejorar su experiencia a través los servicios a ofertar conforme a sus necesidades y preferencias.

Figura 23 Motivo del Viaje.

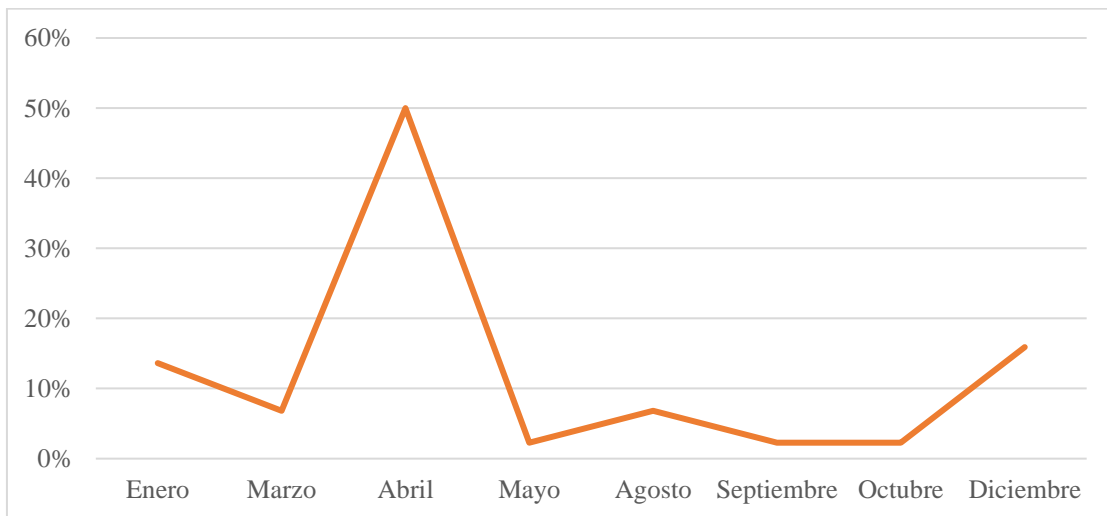


Fuente: Elaboración propia.

Los propietarios y administradores mencionaron el turismo como el motivo más frecuente de visita con un 29%, seguido de trabajo con el 24%, negocios un 23%, familia un 14%, y el restante 10% entre salud y estudio.

Y la motivación se ve enlazada con la siguiente Figura, por lo que la ciudad se destaca por su Turismo religioso, conservándose a través de los años, como la única temporada alta del año.

Figura 24 Temporadas Altas en el año 2017.

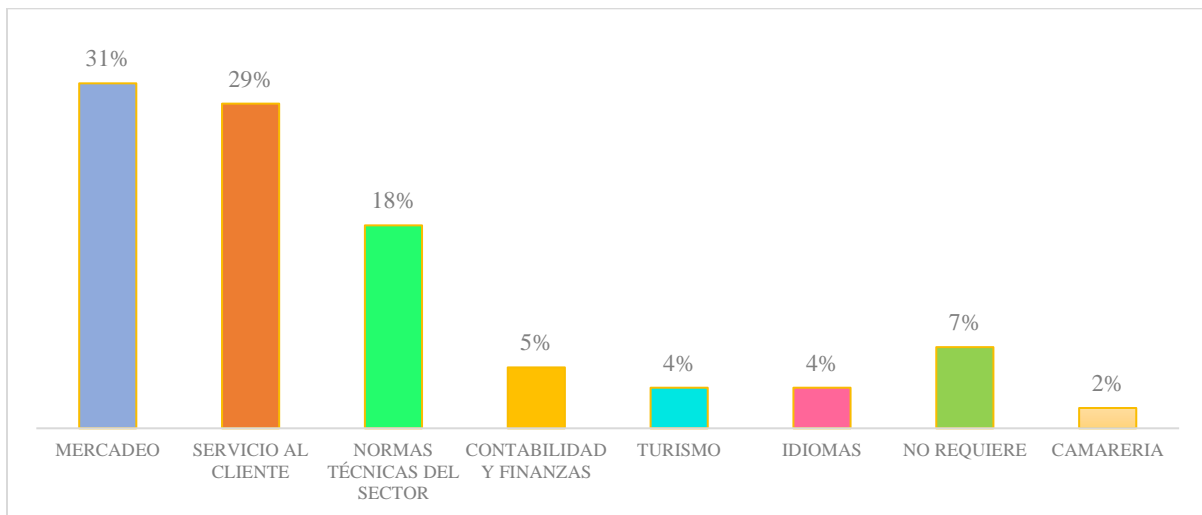


Fuente: Elaboración propia.

Para el año inmediatamente anterior 38 respondieron con al menos una temporada alta, en el cual, el de más votación es abril y se relaciona con SEMANA SANTA, periodo comprendido entre el 09 al 17 de abril del 2017, seguido de diciembre con un 7% y enero con un 6%, relacionándose con el periodo de vacaciones de fin de año, entre los comentarios recopilados resaltan la segunda quincena de diciembre y los 15 primeros días de enero. También fueron mencionados con menor frecuencia los meses de mayo, agosto, septiembre y octubre.

Y con el objetivo de generar una experiencia memorable a cada uno de los huéspedes, es un factor relevante y clave contar con un personal altamente calificado, por lo cual, los encuestados lo reconocen y mostraron interés en los siguientes temas para capacitarse:

*Figura 25* Temas de Interés para Capacitación.



Fuente: Elaboración propia.

Fueron un total de 6 áreas en las cuales, les interesaría capacitarse, entre ellas predominaron con un 31% Mercadeo de los cuales, tres establecimientos sugirieron temas específicos como el Marketing digital y otro mencionó el manejo de plataformas digitales como Booking;

A este porcentaje le sigue Servicio al cliente con un 29%, Normas Técnicas del Sectoriales un 18% , en el cual, 2 de ellos también mencionaron capacitación en temas de Calidad, un 7% definió que no requería capacitación, seguido de un 5% para Contabilidad y Finanzas, en donde uno de ellos sugirió el tema de costos hoteleros, respecto a los temas de Turismo e idiomas un 4%, de este último 2 precisaron el idioma de inglés y un 2% para el área de Ama de Llaves, camarería.

Dentro de ese capital humano que contribuye en el desarrollo de la actividad turística, es importante reconocer los aportes económicos que estos establecimientos de alojamiento y hospedaje hacen a la ciudad, generando una cantidad de empleos que se deben incrementar progresivamente, siendo el punto de partida los siguientes datos:

Tabla 2

*Total de Empleos Generados por el Sector de Alojamiento y Hospedaje.*

| <b>EMPLEOS</b>    | <b>HOSTALES</b> | <b>HOSTELES</b> | <b>HOTELES</b> | <b>RESIDENCIAS</b> | <b>TOTAL</b> |
|-------------------|-----------------|-----------------|----------------|--------------------|--------------|
| <b>DIRECTOS</b>   | 15              | 4               | 134            | 3                  | 156          |
| <b>INDIRECTOS</b> | 8               | 4               | 99             | 2                  | 113          |
| <b>TOTAL</b>      | 23              | 8               | 233            | 5                  | 269          |

Fuente: Elaboración propia.

Un total de 269 empleos son los que generan los 39 establecimiento de alojamiento, de los cuales 156 son directos, 113 indirectos, correspondiendo la mayoría a los hoteles con 233 trabajadores, los hostales un total de 23 empleos siendo 15 directos, hosteles con 8 correspondiendo a 4 empleados directos y las residencias reportaron un total de 5 empleados.

De esta manera, se logra definir las características que los establecimientos de alojamiento y hospedaje ubicados en el centro histórico de Popayán están determinadas, descritas a continuación:



Tabla 3

*Caracterización de los establecimientos de Alojamiento y Hospedaje.*

| TIPO DE ESTABLECIMIENTO                         | HOSTAL   | HOSTEL  | HOTEL   | RESIDENCIA   |
|---|--|---|---|--|
| Cantidad de establecimientos                    | 8  | 2   | 26  | 3  |
| Tipo y cantidad de habitaciones                 | 25 Sencillas, 11 Dobles, 5 Triples y 10 Cuádruples y 3 Múltiples.  | 2 Dobles, 3 Triples y 1 Cuádruples  | 211 Sencillas, 178 Dobles, 63 Triples, 12 Cuádruples y 11 Tipo Suit.  | 26 Sencillas, 14 Dobles y 4 Cuádruples   |
| Capacidad total instalada y máxima alojamiento. | 54 habitaciones con 122 camas para 201 pax.  | 6 habitaciones con 17 camas para 54 pax.  | 476 habitaciones con 799 camas para hospedar máximo a 1.111 pax.  | 44 habitaciones con 70 camas para 83 pax.  |
| Tarifa para un pax.                             | Inferior a \$ 50.000.  | Inferior a \$ 50.000.   | Nueve manejan tarifa inferior a \$ 50.000; 14 entre \$ 51.000 y \$ 100.000; 3 entre de \$ 51.000 hasta \$300.000.   | Inferior a \$ 50.000.  |
| Servicios ofertados                             | *Wifi.<br>* Sólo 4 ofrecen TV CABLE.<br>* Tres ofrecen Servicio de Llamada Local.<br>* Sólo uno ofrece parqueadero alterno.<br>* 6 ofrecen servicio de Lavandería. | *Wifi.<br>* Ninguno ofrece TV CABLE.<br>* Uno ofrece Servicio de Llamada Local.<br>* Sólo uno cuenta con parqueadero propio.<br>* Ambos ofrecen servicio de Lavandería. | Ofrecen todos Wifi; 24 de ellos servicio de Llamada Local; Siete disponen de Lobby Bar; Sólo 5 cuentan con parqueadero propio y 7 alterno; Cinco ofrecen Servicio de Restaurante; Sólo cuenta con Zonas Húmedas; 18 ofrecen servicio de Lavandería y sólo 12 brindan un Centro de Negocios. | * Sólo 2 residencias ofrecen Wifi.<br>* Sólo una ofrece Servicio de Llamada Local. |
| Empleos totales generados                       | 23   | 8   | 233   | 5  |

Fuente: Elaboración propia.

### 5.1.2 Observaciones de los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje.

1. “El sentido de pertenencia por la ciudad” (Hotel Colonial, 2018).
2. “Competencia desleal, bloqueos” (Hotel San Jerónimo, 2018).
3. “Los paros y el cierre del Anarkos” (Hotel el Paso, 2018).
4. “Los paros y el cierre de vías en el centro” (Hotel Alcayata Colonial, 2018).
5. “Cierres de vías centro y conectividad aérea” (Hotel Popayán Plaza, 2018).
6. “Paros, protestas y cierres de vías centro” (Hotel Alcayata Popayán, 2018).
7. “Mejorar el servicio al cliente, iglesias abiertas” (Hotel Marandú, 2018).
8. “Deficiencia parqueaderos sector histórico” (Hotel Krone, 2018).
9. “Informalidad en el sector; Falta promoción; Percepción negativa del orden público” (Hotel Popayán Inn, 2018).
10. “Competencia desleal y los paros y cierres de la vía” (Hotel los Portales Inn, 2018).
11. “Vendedores ambulantes y seguridad” (Hotel Ciudad Blanca, 2018).
12. “Los paros, mayor vigilancia en sectores como el morro” (Hotel La Plazuela, 2018).
13. “Los paros” (Hotel Achalay, 2018).
14. “Los atractivos turísticos cerrados los fines de semana” (Hotel Dann Monasterio, 2018).
15. “Cierre de las vías sector histórico” (Residencias Boston, 2018).
16. “Falta promocionar la ciudad; Fotomultas para respetar las cebras” (Hostal Belén, 2018).
17. “Falta promocionar la ciudad; Falta informar sobre destinos dentro de la ciudad” (Hostal Caracol, 2018).
18. “Falta señalización; Falta información de turismo a los payaneses” (Morobik, 2018).
19. “Falta promocionar el turismo en la ciudad” (Coffee break hostel, 2018).
20. “Falta información turística; Falta de seguridad de los turistas en el morro” (Hostel Trail, 2018).
21. “Falta oferta de museos los domingos” (Le Soleil Hostel, 2018).
22. “Falta difusión de eventos; Acompañamiento de seguridad en el sector e iluminación” (Casona Tulcán, 2018).
23. “Los altos costos en el hotelería” (Residencias Rosa Elvira, 2018).

“Cierre del centro comercial Anarkos, por lo que surtían y compraban” (Hotel Panamá, 2018).

“Los ha afectado el cierre del centro comercial Anarkos, temporada de elecciones, los paros de los campesinos.” (Hotel Capital del Cauca, 2018).

24. “Inseguridad, mucha delincuencia, atracos en el Idema, en el puente el humilladero” (Residencia Montecarlo, 2018).

25. “Inseguridad, cierre del Anarkos” (Hotel Central, 2018).

26. “Falta de promoción; Información de los sitios turísticos; Guía turística para extranjeros” (Hotel San Cristóbal, 2018).

27. “Marketing digital (Booking)” (Hotel Don Blas, 2018).

28. “Mejorar la seguridad en las noches en el sector, ya que, es muy solo. 2. Manejo de plataformas digitales (Booking)” (Hotel Pakandé, 2018).

29. “El cierre de Anarkos los afectó mucho” (Hotel Casa Real 1, 2018).

30. “Combatir inseguridad; Arreglar las calles; Capacitación a auxiliares bachilleres de la policía.” (Hotel Camino Real, 2018).

31. “Brindar un desayuno más completo, en los restaurantes” (Hostel Park Life, 2018).

32. “La falta de promoción de ciudad y del departamento; Monopolización de los mercados cerrados; Desestacionalización de la Semana Santa; Altos impuestos; Persiguen a los legalmente constituidos; Hotelería ilegal; Falta de gestión; No hay personal idóneo para el progreso de la ciudad con visión en turismo para vender la ciudad; Mejorar la administración; Alianza el Cauca es generador de café y tiene mucho potencial; Potencial en avistamiento de aves y no hay suficiente información; Las iglesias los fines de semana están cerradas, los restaurantes típicos también, no hay nada para hacer; No hay personal

comprometido para contratar; Fomentar la creación de festivales; Programar el congreso gastronómico en calendario académico para que los estudiantes de otras ciudades puedan participar; Carencia de parqueaderos en temporadas altas ( quitan vehículos a turistas y se pierden clientes). (Hotel Arcada Payanesa, 2018).

33. “Generar más eventos 2. Más publicidad 3. Más promoción turística 4. Mas seguridad” (Casa Familiar Turístico Hostal, 2018).

34. “ Que hayan taxis en los aeropuertos, abrir los museos, información de los restaurantes típicos, hay escasa información turística; Capacitar a los bachilleres que se encuentran en los puntos de información; Manifiesta desorden en el Registro Nacional de Turismo para los guías de turismo y hoteles; Mejorar la atención a los visitantes; Que haya control de ruido a los establecimientos cuando hacen apertura de bares, que la autoridad competente ejerza el cumplimiento de la ley sin preferencias, ya que, lleva muchos años con un bar cerca de su negocio y la contaminación auditiva los fines de semana en la madrugada le ha ocasionado pérdidas frente a las constantes quejas de sus huéspedes y pide que se le ayude con ésta problemática" (Hotel Los Balcones, 2018).

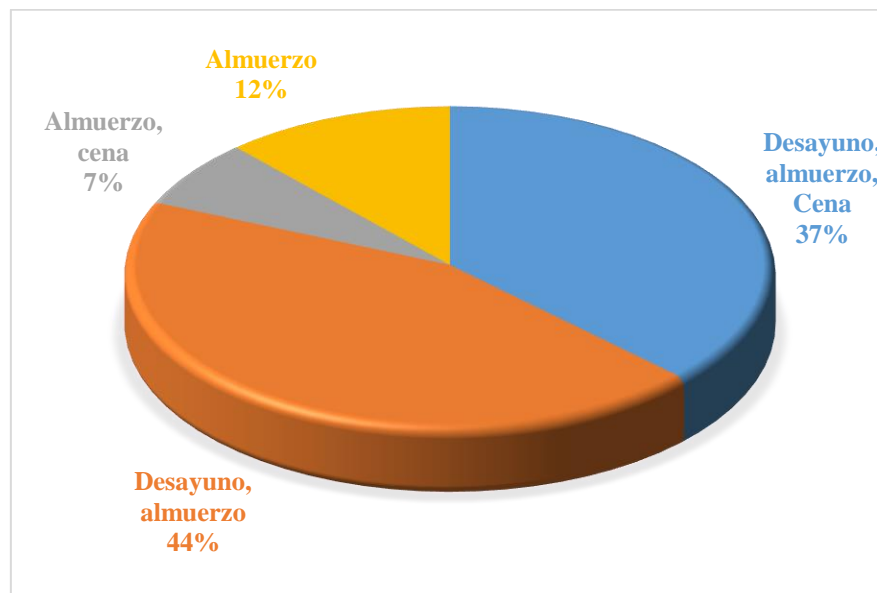
35. "Carencia en guías turísticos y falta de información turística" (Hotel Casona del Virrey, 2018).

36. "Inseguridad; Cierre del Anarkos" (Hotel Familiar, 2018).

## 5.2 Resultados Encuestas De Sector De Restauración

La siguiente información se recolectó entre el 06 y el 13 de junio del 2018, contando con la participación de 46 estudiantes a cargo también de mi asesor Académico Mg. Gustavo Fuentes, de la materia Geografía Física de Colombia del primer semestre del 2018, donde se hallaron 192 establecimientos de alimentos y bebidas, de los cuales, sólo 163 respondieron la encuesta clasificándolos en 102 restaurantes y 61 cafeterías, caracterizados conforme a la prestación de sus servicios y productos descritos a continuación:

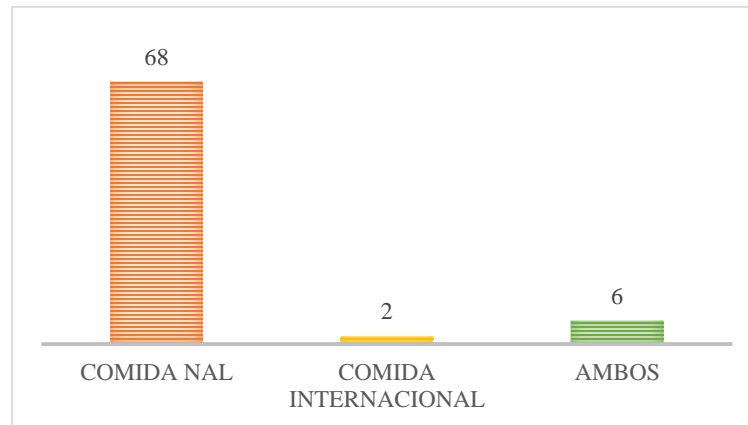
Figura 26 Tipo de Servicio Ofrecido Por los Restaurantes.



Fuente: Elaboración propia.

Conforme a la figura No. 26, se resaltan los tres principales servicios de alimentación en el día, de los cuales, se logra identificar que 38 de ellos brindan desayuno, almuerzo y cena, 45 prestan el servicio de desayuno y almuerzo, 7 sólo almuerzo y cena y 12 restaurantes que únicamente ofrecen el almuerzo, siendo éste último el servicio que más predomina con un 94%, seguido de 78% por desayuno y cena con un 44%.

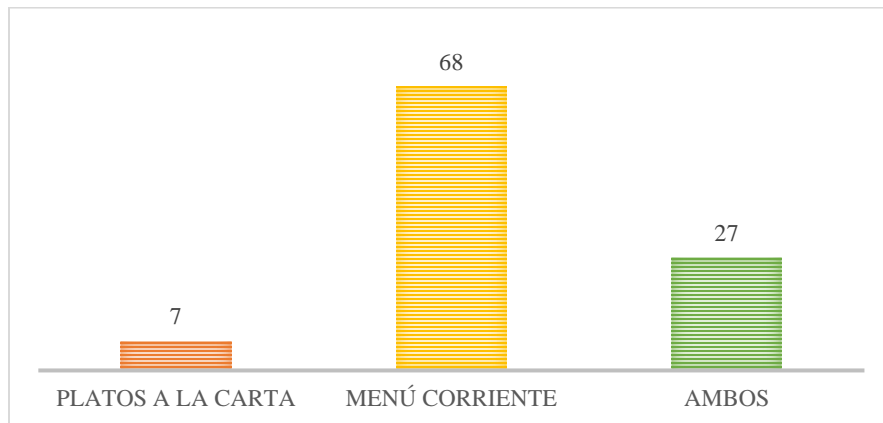
Figura 27 Tipo de Comida.



Fuente: Elaboración propia.

Respecto al tipo de comida, sólo 76 restaurantes especificaron su especialidad, siendo dos de ellos de tipo internacional, 6 dijeron ofrecer comida nacional e internacional y los restantes de tipo nacional.

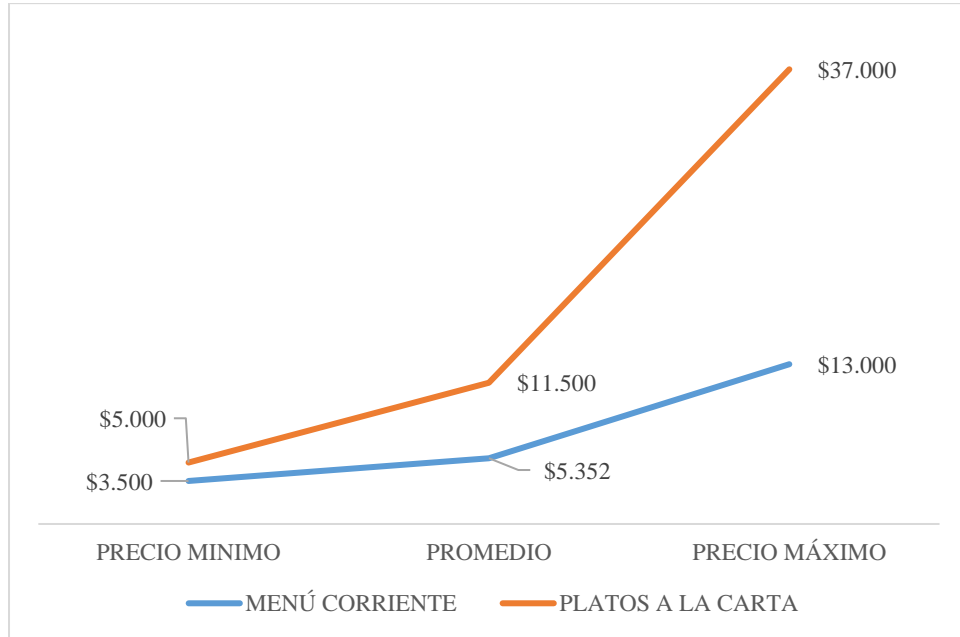
Figura 28 Tipo de Platos.



Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la oferta gastronómica como lo muestra la figura No. 28, se logra definir, que 7 restaurantes se dedican exclusivamente a ofrecer platos a la carta, mientras que 68 solo brindan un menú corriente y 27 establecimientos ofrecen ambas opciones para sus clientes.

Figura 29 Relación Menú / Precio.



Fuente: Elaboración propia.

De igual manera, se logra conocer la tarifa promedio de \$ 11.500 para los platos a la carta y para el menú corriente de \$ 5.352. Así mismo, se identifican las especialidades definidas y mencionadas por ellos, descritas en la siguiente tabla:

Tabla 4  
Especialidades Ofertadas.

| ESPECIALIDADES |                    |                   |                     |
|----------------|--------------------|-------------------|---------------------|
| POLLO          | AL HORNO           | PANADERIA         | GENOVESA            |
|                | AL LIMÓN           |                   | ALMOHABANA          |
|                | BROASTER           |                   | CROASAN             |
|                | AL CARBÓN          |                   | PAN DE MAIZ         |
|                | ORIENTAL           |                   | EMPANADAS DE PIPIÁN |
| CARNES         | A LA PARRILLA      | PLATOS<br>TIPICOS | BANDEJA PAISA       |
|                | LOMO DE RES ANDINO |                   | PAPA RELLENA        |
|                | COSTILLA           |                   | FRIJOLES CON GARRA  |
|                | CHULETAS           |                   | TAMALES DE PIPIAN   |
|                | TILAPIA            |                   | SANCOCHO DE GALLINA |
| PESCADO        | TRUCHA             | SOPAS             | ANJIACO             |
|                | NARIÑENSE          |                   | SANCOCHO DE PESCADO |
| COMIDA         | DE MAR             | OTROS             | CAZUELA DE MARISCOS |
|                | CHINA              |                   | AREPA CON TODO      |
|                | GOURMET            |                   | PIZZA               |
|                | SALUDABLE          |                   | CHORIZO             |
|                | VEGETARIANA        |                   |                     |

Fuente: Elaboración Propia.

Las anteriores especialidades permiten evidenciar una amplia variedad en gastronomía en el sector histórico de Popayán, permitiendo una mejor atención a propios y visitantes.



Tabla 5

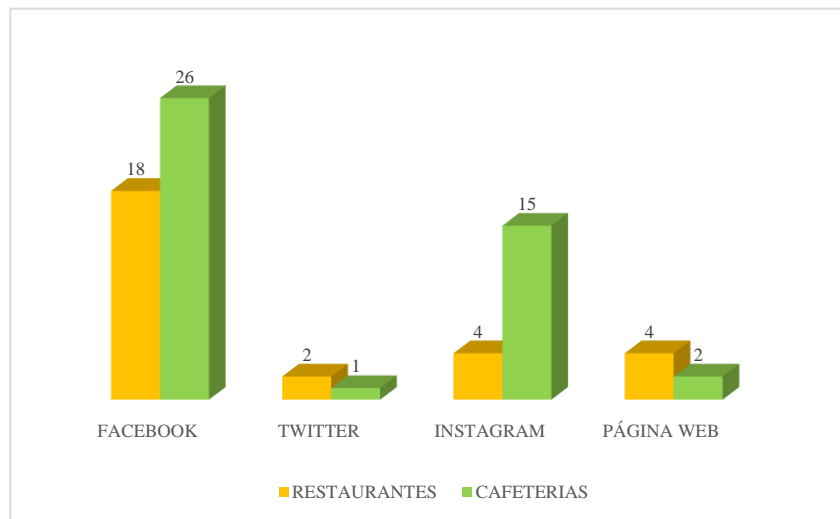
*Reporte de Establecimientos de Restauración que cuentan con Registro Nacional de Turismo.*

|       | RESTAURANTES | CAFETERIAS | TOTAL |
|-------|--------------|------------|-------|
| SI    | 17           | 14         | 31    |
| NO    | 85           | 47         | 132   |
| TOTAL | 102          | 61         | 163   |

Fuente: Elaboración propia.

La anterior tabla, permite determinar que, de los 163 establecimientos de restauración encuestados, tan solo 17 restaurantes y 14 cafeterías, respondieron que si contaban con el Registro Nacional de Turismo actualizado mientras que los 132 restantes no, siendo para los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes conforme al Decreto 2395 de 1999, Resoluciones No. 347 y 348 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (QUINDIO., 2018)

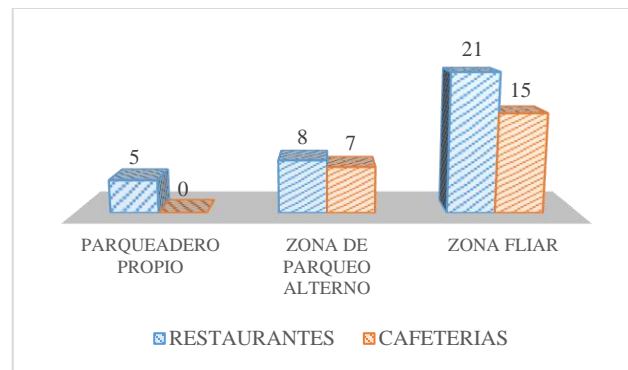
*Figura 30 Plataformas de Comunicación.*



Fuente: Elaboración propia.

Respecto al uso de plataformas de comunicación en línea, 72 de ellos respondieron con el uso de al menos una plataforma, determinándose así, la frecuencia de tres las redes sociales predominando Facebook con un 61%, de las cuales dos de ellos, proporcionaron la misma cuenta personal como para la empresa, para lo cual, se les recomienda crear una por cada establecimientos, ya que, ello mejora la perspectiva del mismo; La segunda red más frecuente fue Instagram con un 26% y Twitter solo con un 4%; Así mismo, 6 establecimientos que corresponde a un 8% manejan página web para sus negocios.

*Figura 31* Espacios para Clientes.

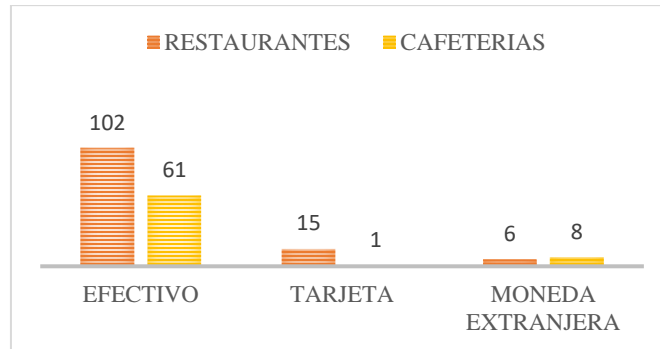


Fuente: Elaboración propia.

De los lugares de alimentos y bebidas encuestados, se logra identificar que al menos, 5 restaurantes cuentan con parqueadero propio, mientras que con parqueadero alterno o en convenio, sólo 8 restaurantes y 7 cafeterías, lo disponen.

Por otra parte, 21 restaurantes y 15 cafeterías ofrecen una zona familiar para sus clientes, siendo un valor agregado y diferenciador.

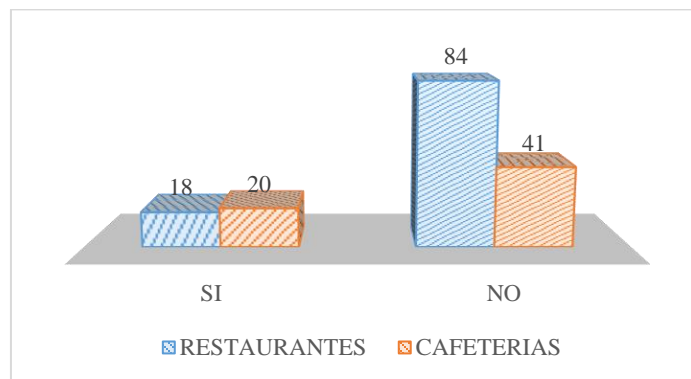
Figura 32 Forma de Pago.



Fuente: Elaboración propia.

En la anterior grafica se puede observar que el medio de pago 100% utilizado por ambos, es el efectivo; Mientras que sólo 15 restaurantes y 1 cafetería reciben pagos con tarjeta y un total de 14 establecimientos, reciben moneda extranjera, por lo cual, se sugiere ampliar las modalidades de pago como la inclusión de datafono para una mejor prestación del servicio.

Figura 33 Promociones.



Fuente: Elaboración propia.

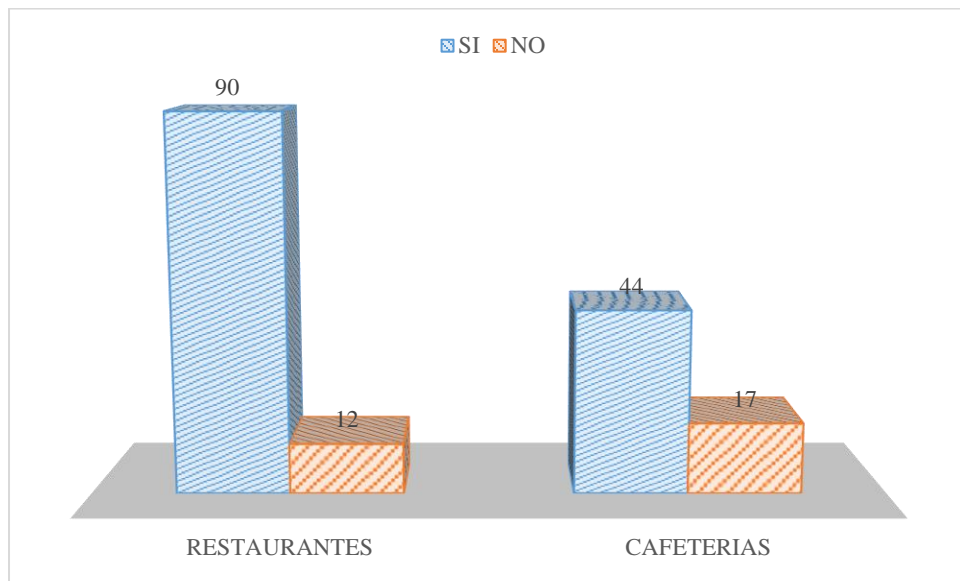
Con el ánimo de incrementar las ventas o dar a conocer productos o servicios, se consideran importantes las promociones para atraer nuevos clientes o fidelizarlos; Sin embargo, tan sólo 38 establecimientos que corresponde a un 23% de los encuestados respondió con al menos una

estrategia de venta, destacándose los combos, los 2 por 1, descuentos en tiquetera para más de 20 personas y un 10% para grupos mayores de 10 personas.

Por lo cual, se recomienda a los 125 establecimientos restantes implementar estrategias que les permita incrementar su clientela y por ende sus ventas.

Conforme a la figura No. 34 se puede evidenciar que 134 que corresponde al 82% de los encuestados cuentan con el carnet de manipulación de alimentos, mientras que, de los 29 restantes, solo dos restaurantes manifestaron estar interesados en actualizarse y certificarse.

*Figura 34* Cumplimiento Normativo en Manipulación de Alimentos.



Fuente: Elaboración propia.

Dentro del ejercicio, los encuestadores también observaron que 3 de estos establecimientos que contaban con el carnet de manipulación, no cumplían con las normas de higiene requeridas, ya que, el personal que, en ese momento, se encontraba en el área de preparación de alimentos, no contaba con los elementos de protección personal, tales como, guantes, tapabocas y uno de los empleados tenían puestos aretes y cadenas.

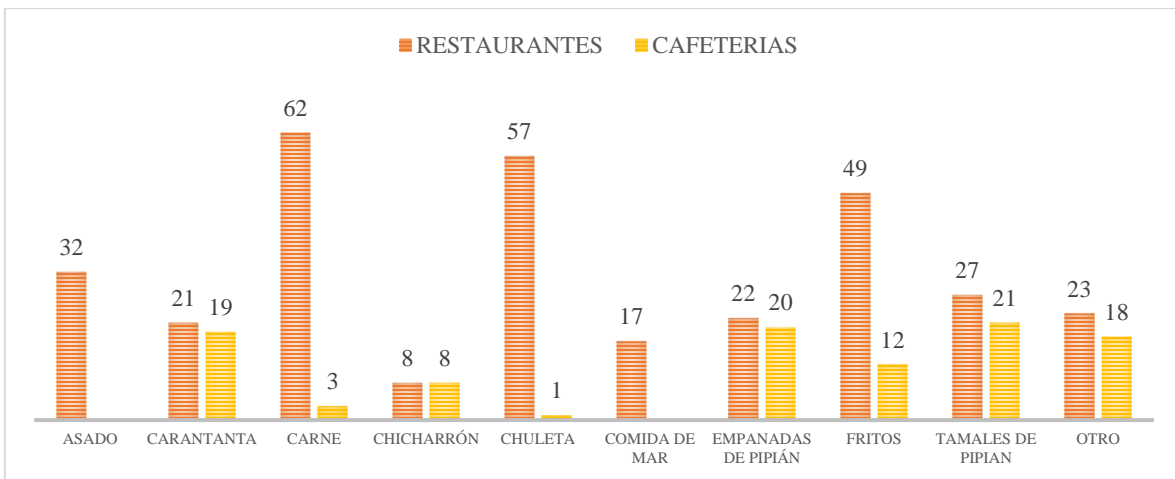
### 5.2.1. Productos Que Ofrecen

Dentro de la variedad de productos a brindar los restaurantes, se destaca con un 61% la oferta de carnes, en un 56% chuleta, fritos un 48%, seguido de asados en un 31%, los chicharrones en un 8%, resaltándose también productos típicos como los tamales y empanadas de pipián en un 26% y 22%, para la carantanta un 21%. En la opción de otros, con un 23% se relacionaron productos como rellena, carnes vegetarianas, comida nariñense, pastas, comidas rápidas y arroces.

La comida de mar, aunque con un 17% también fue incluida en el menú de los restaurantes del centro histórico.

Para las cafeterías los productos más ofertados fueron las empanadas y tamales de pipián con un 33% y 34%. En la opción de otros, 18 de ellos mencionaron sándwich, emparedados, patacones, arepas, comidas rápidas.

Figura 35 Productos más Ofertados entre Restaurantes y Cafeterías.

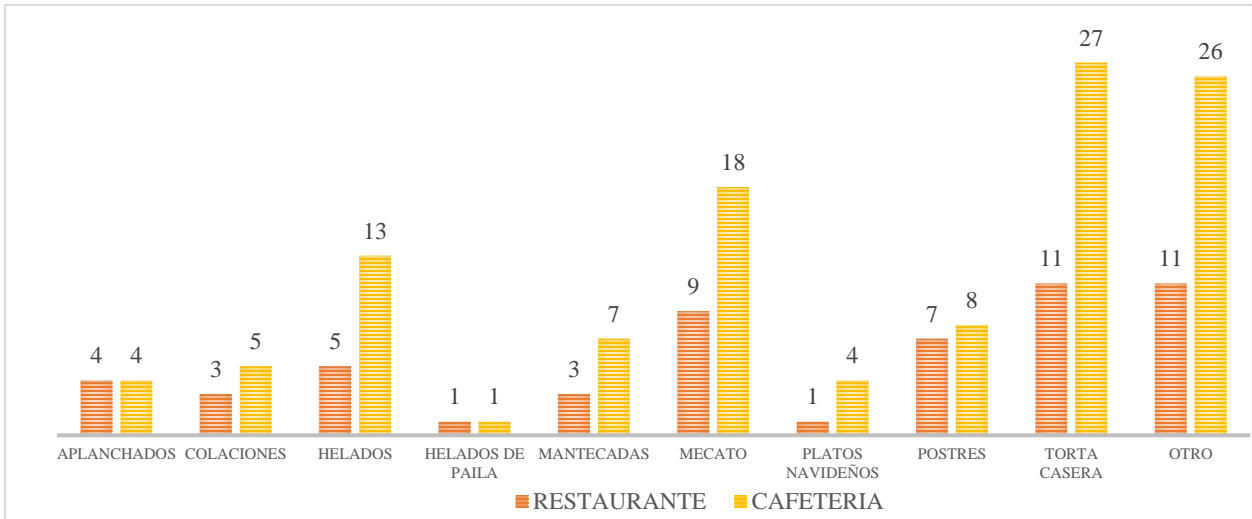


Fuente: Elaboración propia.

Permitiendo así reconocer la totalidad de los productos más ofertados entre restaurantes y cafeterías, entre los que se encuentran, carnes con un 40%, fritos un 37%, chuleta con 36%, tamales

de pipián con un 29%, empanadas de pipián con un 26%, siendo importante estas cifras para el fomento y fortalecimiento en la oferta de los platos típicos de la ciudad.

Figura 36 Otros Productos Ofertados.



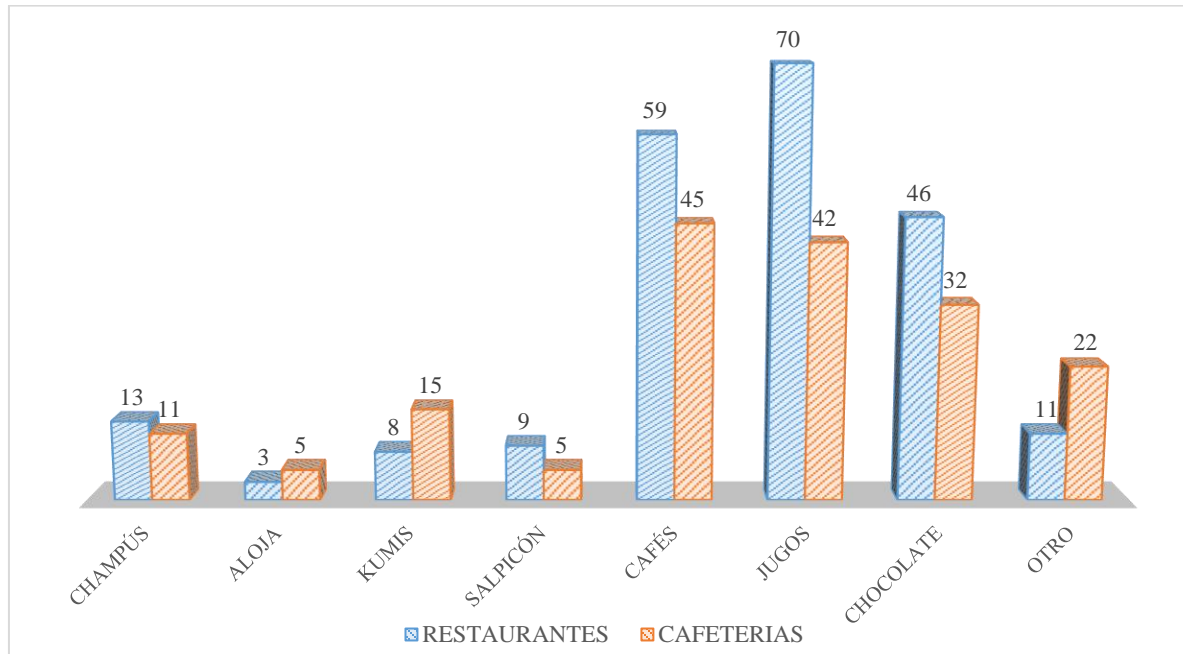
Fuente: Elaboración propia.

En referencia a la diversidad de productos alternos y tradicionales ofrecidos entre restaurantes y cafeterías, se logra identificar que un 55% ofrece torta casera, seguido de la opción Otros con un 53%, en el cual, se especificaron productos tales como, alchiras huilenses, tortas (integral, fría, negra), cocadas, quesitos de cabeza, pollitas, peras, currambas, brownie, snacks, alfajor, merengos, pandebono, almojábanas, rosquillas, repostería internacional; Seguido por un 38% por mecato.

Para la sección de heladería tan solo un 29% respondieron que si lo ofrecían, de los cuales un 3% especificaron su especialidad en helados de paila; Respecto a los postres tan sólo un 7% del 20% que corresponde a los restaurantes, confirmaron que estaban incluidos en el menú diario.

Finalmente, un 44% respondieron que ofertaban dulces típicos entre los que resaltaron un 11% colaciones, 10% aplanchados y el restante entre mantecadas y dulces navideños.

Figura 37 Bebidas Sin Alcohol.

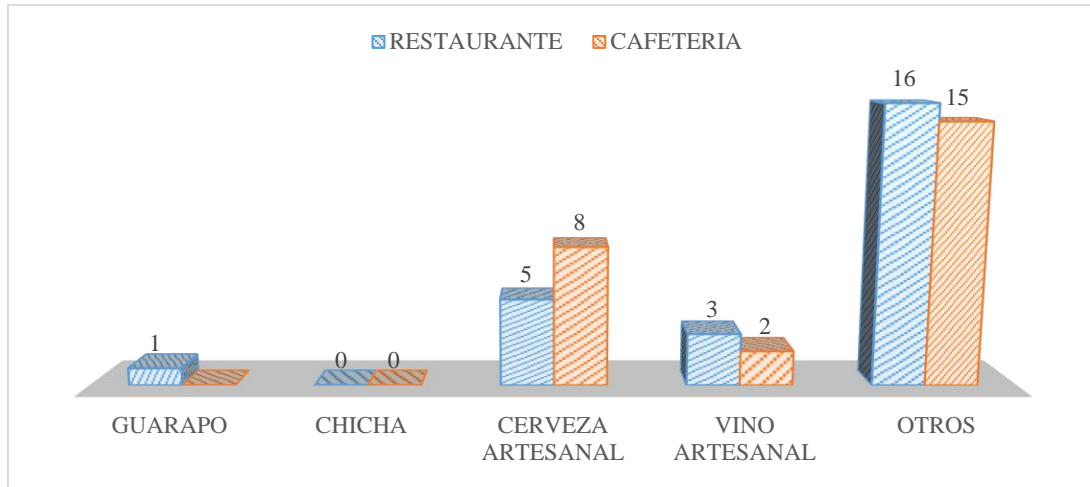


Fuente: Elaboración propia.

Con relación a las bebidas sin alcohol, de los 163 establecimientos de alimentos y bebidas, se logra identificar que un 69% ofrece jugos, seguido de café con un 64%, chocolate con un 48%, un 20% para la opción de Otros, en el cual, mencionaron bebidas como agua, gaseosa, milo, agua de panela, té, limonada de coco, aromática, borojó, lulada y batidos.

Un total del 20% entre aloja y Champús y un 23% de los cuales, un 14% corresponde al kumis y el restante al salpicón.

Figura 38 Bebidas Ofrecidas Con Alcohol.



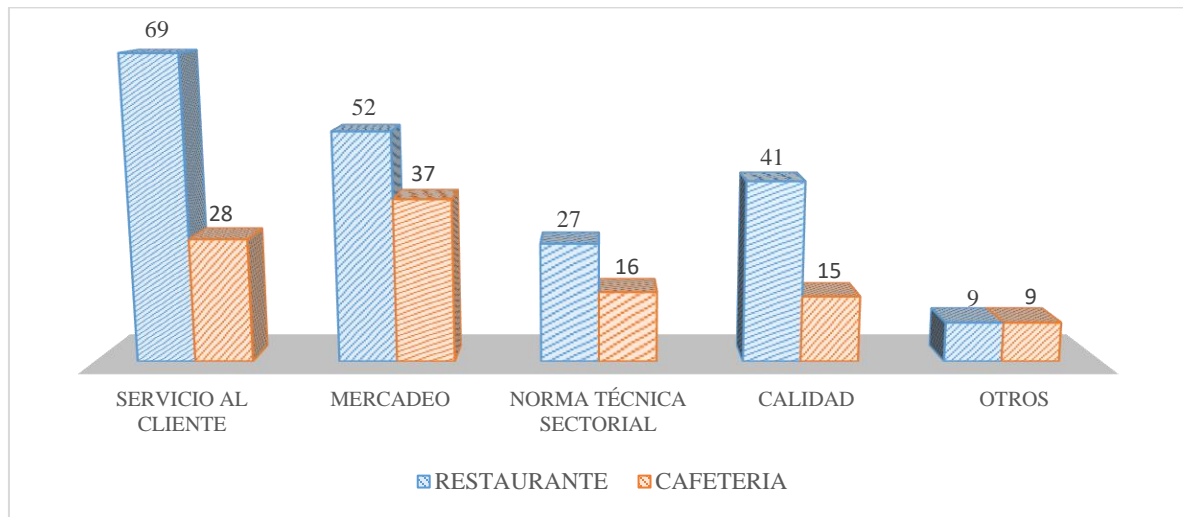
Fuente: Elaboración propia.

Para las bebidas con alcohol solo un 31% de los encuestados las ofrecen, siendo el 19% para la opción de Otros, en el cual, se incluyeron cerveza nacional e importada en botella y enlatada, afrodisiacos tales como, arrechón, tumbacatre y viche, hervidos de frutos rojos, licores (vinos) nacionales y extranjeros, seguido de un 8% para la cerveza artesanal, un 3% para vino artesanal y tan sólo un restaurante dijo ofrecer guarapo y ninguno ofrece chicha.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Chicha es el nombre que reciben diversas variedades de bebidas derivadas principalmente de la fermentación no destilada del maíz y otros cereales originarios de América; aunque también en menor medida, se suele preparar a partir de la fermentación de diferentes cereales y frutas. En línea disponible en :<https://es.wikipedia.org/wiki/Chicha>



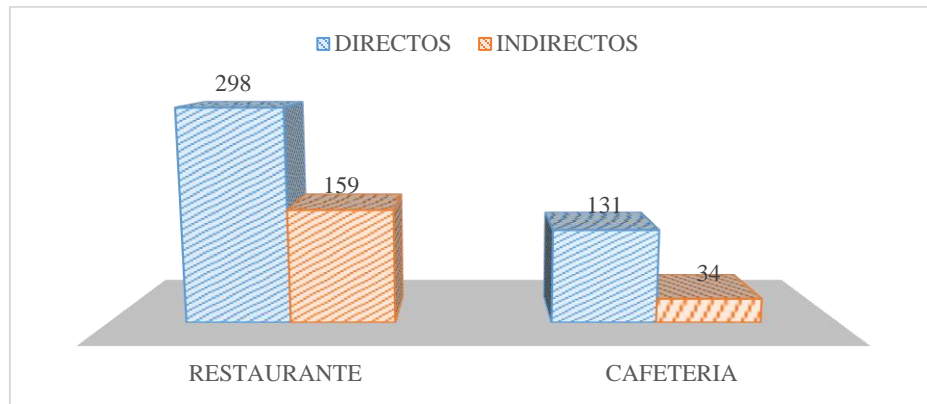
Figura 39 Temas de interés para capacitación.



Fuente: Elaboración propia.

En temas de capacitación, los encuestados mencionaron al menos un tema en el cual, estuvieran interesados o necesitaran capacitarse, correspondiendo un 60% a la formación en Servicio al cliente, un 55% en Mercadeo, seguido de un 34%, para lo relacionado con Calidad, en Normas Técnicas Sectoriales un 26% y en la opción de Otro, se mencionaron contenidos de interés tales como, competencia desleal, manipulación y preparación de alimentos típicos, reciclaje, desarrollo de productos, Sistema de Gestión Seguridad y Salud en el Trabajo, idiomas y comida extranjera.

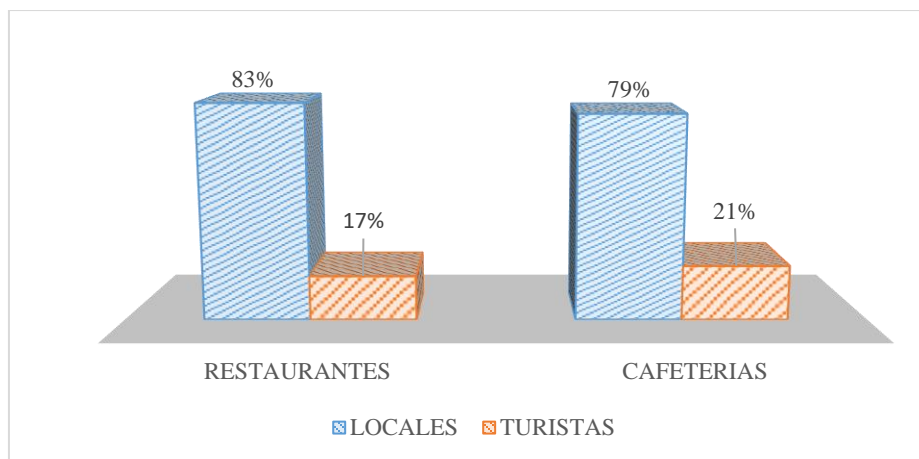
Figura 40 Empleos Generados.



Fuente: Elaboración propia.

El trabajo de campo permitió conocer que, de los 163 establecimientos encuestados, se generan un total de 622 empleos, siendo 429 directos, de los cuales, 131 son por parte de las cafeterías y 298 por los restaurantes, mientras que los 193 empleos indirectos, 159 son generados por los restaurantes y los restantes por las cafeterías.

Figura 41 Tipo de Clientes que los Frecuentan.



Fuente: Elaboración propia.

Se identifica que en promedio la visita de clientes turistas es del 17% para los restaurantes y el 21% para las cafeterías, los restantes pertenecen a clientes locales para ambos establecimientos; Siendo importante con el presente ejercicio reconocer y resaltar estos valores, para fomentar y

promocionar la visita a estos establecimientos y desde la Oficina de Turismo brindar información completa y actualizada, ya que, muchos de ellos no son visitados por desconocimiento de la misma ciudadanía.

### 5.3 Observaciones De Mejora Por Parte De Los Restaurantes.

Finalmente, en la última opción de la encuesta se incluyó Observaciones de mejora, en el cual, los administradores y/o propietarios incluyeron temas de ciudad que se describen a continuación:

1. "La inseguridad por parte de los ciudadanos y en el sector". (Crunchy Pollo, 2018)
2. "Una política clara del turismo por parte de la Alcaldía, que hagan promociones que ayuden" (Granadino al Limón, 2018).
3. "Necesitan también ser más reconocidos en el sector y aumenten la seguridad" (Terragona, 2018).
4. "Necesitan que le den más importancia al sector para ser reconocidos y más seguridad"(Cafetería payanés, 2018).
5. "Necesitan más publicidad para ser conocidos en la ciudad y una buena infraestructura"(Delicias del Maná, 2018).
6. "Más seguridad para el sector, tener en cuenta el sector del centro para más personas turísticas" (Broaster Chicken Centro, 2018).
7. "Restringsen mucho la publicidad, necesitan más reseña para ser más reconocidos"(Don Carbón, 2018).
8. "Cree que manejan bien el tema del turismo para ser una ciudad tan pequeña"(Hotel Herrería Colonial, 2018).
9. "La movilidad, la atención, información y que los sitios más ocurrentes estén más abiertos al público"(Gran Hotel, 2018).
10. "Mejorar la seguridad, más seguridad" (Herrería, 2018).
11. "Vendedores ambulantes, incremento de impuestos"(Peter, 2018).
12. "Publicidad a nivel regional, oportunidad de ofrecer el producto en la noche de museos"(La Tienda de Faby, 2018).
13. "Campañas, promoción de la Cafetería en la Noche de museos"(Cafetería, 2018).
14. "Más vigilancia, control de personas en la calle"(Cafetería La Ermita, 2018).

15. "Mejoramiento de las vías, la movilidad, que las vías sean buenas y no taponadas"(Casona La Quinta, 2018).
16. "No tapar las calles" " Precio fijo para todos los establecimientos"(Restaurante Pipián, 2018).
17. "Invitar a los restaurantes locales de la ciudad a los distintos eventos gastronómicos"(Rinconcito Pastuso, 2018).
18. "Mayor publicidad a los locales"(Sr. Pollo Broaster, 2018).
19. "Falta de parqueadero"(Restaurante y Asadero " Casa Mía", 2018).
20. "La adaptación a la cultura que se maneja en el municipio en cuanto a las horas laborales, a las 7 am no es posible encontrar un negocio"(Restaurante y Cafetería La Orquídea Paicoleña, 2018).
21. "Movilidad, seguridad. Se genere más eventos en donde haya más visitantes en el sector (Noche de Museos)" - "En el tema de seguridad sería importante tener más apoyo en el acompañamiento" - "Generar proyectos de impacto turístico general, como la noche de museos". (Lonchería Caldas).
22. "Publicidad para el negocio, capacitaciones"(Mis Sabores, 2018).
23. "Alianzas estratégicas"(Casa Blanca Popayán, 2018).
24. "No quitar servicios públicos, sobre todo el agua"(Punto Broaster Del Sabor, 2018).
25. "Dar a conocer más los locales y así mismo los productos. Más uso de los medios de comunicación en pro de los comerciantes"(La Arepa Cuadrada, 2018).
26. "Más publicidad" (Qué Rico, 2018).
27. "Más comunicación y articulación, Alcaldía y comerciantes. Más asesoría respecto a la mejora y potencialización de los locales" (Pollo El Vecino, 2018).
28. "Seguridad en el sector, publicidad"(Cafetería Azul, 2018).
29. "Iluminación en el sector, provoca desconfianza en el turista para acceder al sector"(Restaurante La Especial, 2018).

30. "Potencia en el sector turístico en la ciudad. La movilidad en la ciudad, planes o estrategias para que conozcan el local - Noche de Museos, impulsan mucho a que los turistas vengan a conocernos"(Santo Remedio, 2018).
31. "Comida saludable Popayán - preferencial. - Apertura de noche de museos traen afluencia de público y de turistas." (La Deliciosa Cocina Express, 2018).
32. "Promocionar, como apoyar más a la gente que trabaja. - Grabaciones de películas y la televisión permite que la ciudad se congestiona y no hay afluencia del público en los locales"(Moliendo Maní, 2018).
33. "Acabar los vendedores ambulantes" (Zoratama, 2018).
34. "Seguridad permanente y señalización" (Cafetería Antojos, 2018).
35. "Desea mejoramiento del lugar más control de las personas de la calle" (Casa Blanca, 2018).
36. "Afluencia de personas, caracterizar las necesidades de las personas y adecuarse a los horarios del mayor flujo de personas (Hicieron solicitud al SENA, pero no obtuvieron respuesta alguna"(Restaurante Nuevo, Por Definir Nombre, 2018).
37. "Mejor atención (primordial)" (Lavadero La Novena, 2018).
38. "Inseguridad" "Poca afluencia de público"(Restaurante Doña Li, 2018).
39. "Mejorar seguridad por causa de robos, no se ven policías, hay veces que se ven los policías, pero la mayoría del tiempo hay inseguridad. La falta de iluminación también es un factor para ello". (Restaurante Samuel Popayán, 2018).
40. "Mayor seguridad por los habitantes de calle ya que, en este establecimiento a cualquier hora del día se ven habitantes de la calle pidiendo limosna, lo que provoca inseguridad y temor en los clientes"(Rico Sabor, 2018).
41. "Es un local que todo está bien, las personas llegan solas ya que, está ubicado en un buen lugar; En cuestión a la seguridad no les ha pasado nada, así que todo está bien". (Paso Payanés, 2018).
42. "Más publicidad, más seguridad" (Restaurante Nuevo, No Tiene Nombre Aún, 2018).
43. "Que recojan los trabajadores ambulantes" (Café – Bar, 2018).

44. "Orientar a los meseros para que haga una mejor atención, culturizarlos" (Sabores De Mi Tierra Paisa, 2018).
45. "Su local presenta un espacio reducido, no presenta oportunidad para expandir su horizonte, según sus perspectivas" (Restaurante Los Manantiales, 2018).
46. "Promoción y publicidad"(Restaurante Taller De Cocina, 2018).
47. "Mejora en capacitación de alimentos - comidas" (El Sabor De Caliche, 2018).
48. "Publicidad, " No permite tener letreros llamativos"(Rincón Payanés, 2018).
49. "Atención al cliente, buen sabor de los alimentos"(Casa – Restaurante nuevo, aún no tiene Nombre, 2018).
50. "Publicidad para el conocimiento del producto"(Almojobanas Huilenses, 2018).
51. "Atención, manipulación de alimentos, comunicación de eventos gastronómicos"(El Sazón De Mi Huila, 2018).
52. "Recolección de basura. Iluminación"(Toscana Centro, 2018).
53. "Seguridad permanente, más señalización" (Popayán Parrillas, 2018).
54. "Funcionamiento del Teatro Bolívar", "Inclusión en eventos culturales" (Delicias Naturales, 2018).
55. "El idioma, mejorar el idioma extranjero"(Restaurante Patio La Quinta, 2018).
56. "La seguridad en el lugar"(Delipollo Alabama, 2018).
57. "Generar buena seguridad, con vigilancia permanente" (Cafetería Don Juan, 2018).
58. "Orden de las calles, seguridad en el lugar"(Salsamentaría La Blanca, 2018)
59. "Mejorar la limpieza de las calles"(Restaurante Casero Rosita, 2018).
60. "La seguridad en el sector, la limpieza de las calles" (Autolubricantes La Octava Restaurante, 2018).
61. "Capital para invertir; Espacio"(Almuerzos Caseros, 2018).
62. "Recolección de basura; Seguridad; Personal certificado con o sin experiencia para que haga sus prácticas"(El Rincón Sabroso, 2018).

63. "Más promoción guías turísticos recomendación" (Cocina No. 5, 2018).
64. "Mejor atención y servicio" (Cafetería Amelia, 2018).
65. "Capacitaciones" (Cocina No. 3).
66. "Promoción a nivel cultural" (Almuerzos Caseros, 2018).
67. "mejorar el servicio al cliente y calidad" (Ágape, 2018).
68. "Generación de establecimientos para esparcimiento" (Restaurante y Cafetería Payanés, 2018).
69. "Le parece implementar el turismo hay mucho que mejorar" (Restaurante Santo Remedio Colonial, 2018).
70. "Pagar menos impuestos habría más oportunidades crear una revista para publicitar la ciudad" (Chef Broaster, 2018).
71. "Más iluminación y más policías" (Pizzería Casa Luna, 2018).
72. "Mejorar las calles, más movilidad" (Sabores de Mar, 2018).
73. "Que quiten los vendedores" (Titanic Gourmet, 2018).
74. "Nivel de inseguridad indigentes" (Súper Sorpresa, 2018).
75. "Seguridad" (Rico Pollo La 11, 2018).
76. "Calidad del servicio precios" (Restaurante El Deleite, 2018).
77. "Mejorar vías mejorar seguridad social" (Second House, 2018).
78. "Mejor atención mayor publicidad" (El Rincón Sabroso, 2018).
79. "La publicidad la amplitud" (Cocina No. 5, 2018).
80. "La seguridad ha mejorado" (Cafetería Amelia, 2018).
81. "Amplitud variedad de comidas para ofrecer a los turistas" (Cocina No. 3, 2018).
82. "Seguridad adecuación de la vía" (Almuerzos Caseros, 2018).
83. "Publicidad" (Agape, 2018).
84. "Mayor publicidad hacer más centrales los establecimientos" (Restaurante y Cafetería Payanés, 2018).



85. “Tener en cuenta el servicio de los clientes” (Restaurante Santo Remedio Colonial, 2018).
86. “Más eventos como la noche de museos que incrementa las ventas” (Chef Broaster, 2018).
87. “Fortalecimiento de la publicidad” (Pizzería Casa Luna, 2018).
88. “Seguridad en el departamento y municipio; eventos en el sector turístico” “Más seguridad y publicada para los restaurantes del centro” (Restaurante Mey Chow, 2018).
89. “Vías de conectividad y acceso” (Sabores De Mar, 2018).
90. “Implementar la traducción de idioma en cuanto a la publicidad y señalización” (Titanic Gourmet, 2018).
91. “La seguridad al extranjero y local” (Súper Sorpresa, 2018).
92. “Mejorar la seguridad u la publicidad” (Rico Pollo La 11, 2018).
93. “Mejorar la seguridad, la publicidad en cuanto al turismo” (Restaurante El Deleite, 2018).
94. “Mejorar la atención al cliente” (La Payanesa, 2018).
95. “Algunos productos turísticos en los eventos son exageradamente costosos” “Mejor publicidad páginas web, seguridad” (Míster Arroz, 2018).

### **5.3.1 Observaciones De Mejora De Las Cafeterías.**

1. "La publicidad" (Telos, 2018).
2. "Todos los vendedores sean formales"(Kokkenet, 2018).
3. "Más seguridad, más coordinación con la gente de los hoteles, ser más reconocidos"(D'cibeles, 2018).
4. "La seguridad, recuperar las comidas típicas, se ha perdido el valor por la comida de la región como la mantecada de yuca"(Cafetería Caucana De Dulces Típicos, 2018).
5. "Promoción en una página web local e internacional"(Típicos Trigo Miel, 2018).
6. "Capacitar a los vendedores para darle una mejor información a turistas, calles taponadas por vehículos mal estacionados, control a vendedores ambulantes"(Cafetería Ñecos, 2018).
7. "La vía siempre está cerrada, espacio de parqueo"(Atrapa Sueños Café, 2018).
8. "Publicidad a los locales", "Oportunidades de trabajo"(Típicos Patojas, 2018).
9. "Mayor publicidad a los locales"(Orígenes, 2018)
10. "Es importante que se reorganice el vendedor ambulante, (diciembre)" (Peña Blanca, 2018).
11. "Integren nuevamente la Noche de Museos"(Terracota Café, 2018).
12. "Vigilancia"(Cholaos Jamundí, 2018).
13. "Más acceso para los parqueaderos", "Más iluminación para el sector"(Caprichos, 2018).
14. "Inseguridad"(La Fontana, 2018).
15. "Mucha contaminación auditiva, vendedores ambulantes"(Delicias Payanesas, 2018).
16. "Mejor control en el tránsito"(Cafetería Mafer, 2018).
17. "Fomentar el turismo en la ciudad"(Capriccio Café y Té, 2018).
18. "Opción de Certificaciones ya sea de manipulación de alimentos, etc., gratis"(Morobik, 2018).
19. "La publicidad para atraer público ya sean locales o turistas"(Panadería y Pastelería La Novena, 2018).
20. "Vías, fachada de la cuadra, seguridad en el sector"(Deliexpress, 2018).
21. "Ubicación del lugar"(Típica Obis, 2018).

22. "Publicitar la ciudad a nivel Nacional. Que los hoteles manejen la publicidad"(Pan Casero, 2018).
23. "Más eventos de ciudad, noche de museos, inclusión"(Sándwich Delivery Beer Station, 2018).
24. "La publicidad"(Togoima - Café Ancestral, 2018).
25. "Considero que sería viable mejorar la seguridad para que ello genere más seguridad y confianza a los turistas y locales y ello motive a conocer e identificar nuestra cultura payanesa" (Aura Meneces (Administrador - Cafetería Centro, 2018).
26. "Costo de pasajeros, oferta turística, publicidad"(Mecato Payanés, 2018).
27. "Implementar más el reciclaje. Seguridad más que todo en las noches". (Al Natural, 2018).
28. "Permiso para venta de licor"(Café Siberia, 2018).
29. "Señalización, recolección y separación de basuras, peatonalización, semáforos"(La Casa Del Té, 2018).
30. "Seguridad y manejo de basuras"(Ricuras De La Cuarta, 2018).
31. "Reciclaje, mejoramiento del lugar, mejorar vías"(Hostel Caracol, 2018).
32. "Potencializar el manejo de redes, mayor información de la Oficina de Turismo"(Achiote, 2018).
33. "Publicidad"(Hamburgueria Popayán, 2018).
34. "Seguridad. Ubicación"(Infinity Internet, 2018).
35. "Buena atención en servicio a domicilio. Eventos que influyan en que visiten todos los lugares; Más apoyo de la fuerza (Policía) que la gente confíe en la seguridad de la ciudad"(Pop Art, 2018).
36. "Mejorar acompañamiento policial para tener mayor seguridad" (Cafetería Doña Tere, 2018).
37. "Desea un lugar en un espacio más turístico y más seguridad" (El Rincón De La Abuela, 2018).
38. "Más publicidad para que la gente se entere de estos lugares" (Tavolozza Paletteria, 2018).

39. "Inseguridad" (Chocolatada, 2018).
40. "Fines de semana no hay personas" (Kumis, 2018).
41. "Mayor información por parte del gobierno limpieza en las calles seguridad" (Antojos, 2018).
42. "Señalización idioma ingles" (Togoima Café Ancestral, 2018).
43. "Promoción combos atención eventos mayor iluminación" (Café De Película, 2018).
44. "Realizar más eventos" (Mecatiando, 2018).
45. "Mejorar la seguridad de la Zona" (El Punto De La Rosquilla, 2018).
46. "Mayor amplitud" (Cafetería Blanquita, 2018).
47. "Reconocimiento" (Cafetería, 2018).
48. "Los arriendos sean más accesibles, más promoción" (Cafetería Gourmet, 2018).
49. "Seguridad en la zona señalización con los sitios turísticos y cafés del centro histórico" (Morobick Hostal Café, 2018).
50. "Más turismo los fines de semana" (El Encuentro, 2018).
51. "Crear más eventos artísticos para los productos típicos del Cauca" (La Quinquina, 2018).
52. "Promoción del Lugar" (La Fresa, 2018).
53. "Hacer un mayor Comercio" (La Tienda De Carmelita, 2018).
54. "Reforzar la promoción presencial y digital" (Rapiarepas, 2018).
55. "Mayor información acerca de publicidad y promoción del lugar" (Ananá, 2018).
56. "Que haya más seguridad, acompañamiento de la Alcaldía para darse a conocer más y la seguridad" (Tienda Feliza, 2018).
57. "Mejorar la cafetería" (Pan Casero La Mogolla, 2018).
58. "Mejorar la seguridad" (Patacos, 2018).

## **6. CONCLUSIONES.**

Para el desarrollo de las conclusiones es necesario hacer un contraste con los objetivos propuestos y los resultados obtenidos, descritos a continuación:

### **Objetivo General:**

Caracterizar los prestadores de servicios turísticos (alojamiento, hospedaje y establecimientos de restauración) encontrados en el sector histórico de la ciudad de Popayán.

### **Resultado:**

Se realiza la Caracterización de los prestadores de servicios turísticos (alojamiento, hospedaje y establecimientos de restauración) encontrados en el sector histórico de la ciudad de Popayán en su totalidad.

### **Objetivos Específicos 1.**

Recolectar la información de los establecimientos de alojamiento, hospedaje y restauración en el sector histórico de la ciudad de Popayán.

### **Resultado:**

Se recolecta la información de los establecimientos de alojamiento, hospedaje y restauración en el sector histórico de la ciudad de Popayán obteniendo un total de 202 establecimientos de alojamiento, hospedaje y restauración, permitiendo demostrar con cifras que es un sector que está en crecimiento y necesita una mirada por parte de los entes estatales y gubernamentales más incluyente y planificada a través de sinergias interinstitucionales, que fomenten a una Región con

todo un potencial biodiverso, cultural con un alto empoderamiento de la comunidad inmediata, basados en la concientización y sentido de pertenencia hacia la ciudad de Popayán, desde pequeñas acciones como la cultura del reciclaje, preservación y conservación de la riqueza natural y material, en el cual, los empresarios y emprendedores del turismo, comprendan que esta actividad necesita ser planificada para que logre consolidarse como un destino turístico altamente competitivo, innovador e incluyente.

### **Objetivos Específicos 2.**

Analizar los resultados requeridos para la caracterización, permitió identificar las falencias y oportunidades de mejora de los prestadores de servicios turísticos.

### **Resultado:**

Con los resultados obtenidos en el Objetivo 1, se permite reconocer las falencias, oportunidades de mejora de los prestadores de servicio turísticos entre ellos, se destaca:

- El Turismo Religioso, como el insuperable y mayor generador de visitas a la ciudad, haciéndose prioritaria la desestacionalización de la única temporada alta en el año, la cual, los últimos años se ha visto afectada por situaciones de orden público como paros y protestas, generando en los visitantes un alto nivel de inseguridad y desconfianza al arribar a Popayán, problemática que obliga a los actores, academia, gremios, asociaciones, entes públicos, privados y comunidad en general a articularse activamente y generar alianzas que permitan reinventarse ampliando y fortaleciendo otro tipo Turismo como el Cultural, de Salud, Negocios, Aviturismo,

en el cual, la ciudad y el Departamento cuenta con gran potencial que debe planificarse e incluir a la comunidad de manera activa y que de manera articulada se desarrolle un Turismo Sostenible.

Conforme a los resultados arrojados, permitió verificar que las cifras manejadas a nivel nacional no representan la realidad existente en el sector ya que, éstas son basadas conforme a las estadísticas entregada por COTELCO, Asociación a nivel Nacional de hoteleros y en este caso el Capítulo Cauca, solo cuenta con 10 de alojamiento y hospedaje de los cuales 4 de ellos están en la zona Norte los dos restantes pertenecen a una casa Turística en Silvia y el otro en el Bordo, respecto a ACODRES cuenta con 30 afiliados activos, en el que se incluyen los ubicados en zona urbana y rural de la ciudad datos según el Balance Estadístico de Semana Santa 2019 presentado por la Cámara de Comercio del Cauca, en alianza con la Policía de Turismo, siendo evidente la necesidad de crear estrategias que permitan crear una Asociación que represente a todo el sector o que cada gremio facilite o gestione atractivos de vinculación y afiliación que permitan incluir a ese 85% que esta por fuera.

### **Objetivos Específicos 3.**

Generar informe de la caracterización de los prestadores de servicios turísticos.

### **Resultado:**

En consecuencia del cumplimiento de los objetos, se procedió a generar el presente informe de Caracterización de los prestadores Turísticos, en el cual, se resaltaron los productos y servicios de cada uno de los 202 establecimientos, cuyos resultados son alentadores e incentivan a seguir fortaleciendo el tejido empresarial, por sus aportes a la ciudad como lo son los 891

empleos generados siendo 269 por parte del sector de alojamiento y 622 al de restauración, cuyo capital humano es el pilar fundamental en el desarrollo de la actividad turística, que debe estar en constante capacitación ya que, son ellos quien tienen contacto directo con el turista y quienes principalmente los que generan una experiencia memorable o no frente a la visita al lugar de destino; Como también lo son los recursos tecnológicos, físicos, ambientales, culturales, por ello, dentro de las oportunidades de mejora se plantean, el fomento de la gestión del conocimiento en temas como, Marketing (digital), Normatividad, Atención al Cliente, Bilingüismo como también Asesorías Financieras y Legales al personal y los empresarios para así lograr una mayor satisfacción a sus propios clientes y huéspedes.

- Por otra parte, se precisa la necesidad de realizar un Inventario Turístico de atractivos turísticos y culturales del Departamento del Cauca, que en su mayoría se concentran en el Centro Histórico de la ciudad.
- Y finalmente, dentro de los resultados obtenidos por el presente informe, permitió ampliar notablemente la base de datos de la Oficina de Turismo, en alianza con FONTUR SENA, quienes vienen gestionando una importante promoción Turística de la ciudad patrocinando el Diplomado en Gestión y nuevos modelos de negocio en empresas turísticas con una duración de 80 horas, capacitaciones que buscan promover un turismo responsable.

#### **Objetivos Específicos 4.**

Plantear recomendaciones a los prestadores de servicios turísticos de hospedaje, alojamiento y restauración.



## **Resultado:**

El cumplimiento total de los objetivos planteados permitió las siguientes recomendaciones hacia los prestadores de servicios turísticos de hospedaje, alojamiento y restauración:

- Conforme a los párrafos 5 y 6 del artículo 33 de la Ley 1558 de 2012, que obliga a los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje estar **ACTIVOS** en el Registro Nacional de Turismo, incurriendo en su incumplimiento en una sanción, el cierre inmediato y temporal del establecimiento y aún con la expedición del Decreto 2063 de 2018 que simplifica el trámite y de manera gratuita, 13 de ellos no se encuentran registrados, por lo tanto, la sugerencia va más allá de renovarse, es a concientizarse del cumplimiento de la Normatividad de Sostenibilidad que dicha actualización implica y que se sugiere implementarlo más como un hábito la cultura de buena prácticas tales como el reciclaje, la preservación y conservación de los recursos limitados y lograr garantizar un servicio sostenible y de calidad a huéspedes.
  
- Siendo los servicios reportados por los establecimientos factores diferenciadores, sin embargo, para ser más competitivos se les sugiere implementar otras modalidades de pago como la inclusión de datáfonos, la opción de cambio de moneda para no limitar a los clientes con la única modalidad de pago en efectivo; También gestionar estrategias para ampliar espacio de parqueadero para los usuarios.
  
- Se precisa la necesidad de proporcionar capacitación al personal y asesoría profesional a los sectores en cuestión, en temas como Marketing Digital, en el cual, se sugiere manejar

cuentas como correos electrónicos, redes sociales por cada empresa independiente de las personales, ya que, ello mejora notablemente la perspectiva y credibilidad corporativa.

- De igual manera, se recomienda poner en práctica los procesos de manipulación de alimentos, ya que, aunque contaban con dicha certificación algunos de los establecimientos en el momento que se estaba realizando la encuesta, se observó que, no estaban haciendo uso de los elementos de protección personal (epp), otros tenían puesto accesorios como anillos, cadenas y aretes al tiempo que manipulaban alimentos, lo cual, aparte de ser incumplimiento de la Norma de Sistema de Gestión Seguridad y Salud en el Trabajo, no genera una óptima prestación del servicio y de calidad a los clientes, por ello, se les sugiere implementar buenas prácticas que fomenten y mejoren las condiciones, el ambiente y la salud en el trabajo promoviendo así bienestar físico, mental y social de cada uno de los colaboradores, cuyo ejercicio permanente, preventivo de corrección y de mejora (CICLO PHVA) contribuye a la reducción de costos, optimizando la productividad, incrementando la rentabilidad (ISOtools, 2019),

## 7. RECOMENDACIONES

Dentro de las inclusiones y alianzas a fortalecer, se sugiere continuar este ejercicio con los demás prestadores de servicios turísticos de la ciudad entre ellas, agencias de viajes, museos, guías de turismo, empresas de transporte aéreo y terrestre y demás actores del turismo tanto públicos como privadas; De igual manera, que sean informados oportunamente de la visita a sus establecimientos cuyos fines son la promoción del Turismo, permitiendo tener un estadísticas de operatividad frecuentes que permitan hacer seguimientos para definir tendencias y perfiles de los turistas que arriban la ciudad para así brindarle una atención personalizada y oportuna.

Finalmente, en las observaciones de mejora proporcionada por los propietarios y personal de cada establecimiento se destacaron las siguientes recomendaciones:

- Generar sinergias o convenios entre los hoteles, restaurantes, museos, iglesias para que los huéspedes puedan tener una mayor oferta en servicios y horarios sobre todo los fines de semana.
- Fomentar políticas de turismo que fomenten el Turismo, la promoción.
- Mejorar la conectividad y movilidad.
- Menos Impuestos.
- Tener más sentido de pertenencia por la ciudad.
- Más parqueaderos.
- Organizarse los restaurantes se turnen y estén listo para atender al público en el servicio de desayuno (Gustavo Fuentes, 2018).

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

ALISTER Mathieson and Geoffrey WALL. *Economic, Physical, and Social Impacts*.

Barómetro de Turismo, Anual 2017. En línea disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.5555/unwtotfb0170010020132017201810>.

Bien Pensado, Marketing digital (17 octubre de 2018), En línea disponible en: <https://bienpensado.com/que-es-social-media-y-su-diferencia-con-las-redes-sociales/>.

CITUR, Centro De Información Turística, (noviembre, 2018) Estadísticas Departamentales, Cauca, En línea disponible en: <http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental>.

El Plan Nacional de Desarrollo 2011-2014 Departamento Nacional de Planeación.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Dirección Electrónica:  
<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-85906.html> /

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. (MINCIT) Normatividad Turística, (marzo, 2017) Dirección Electrónica:  
<http://www.mincit.gov.co/documentos.php?id=168> / ley 300 de 1996 /.

MINCIT, Normas Técnicas Sectoriales, en línea disponible en:  
<http://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible>.

MINCIT, Resultados para el Turismo para el año 2018. En línea disponible en:  
<http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=48856c43-a97e-47ec-aa54-7bbb72809965>.

Organización Mundial del Turismo (UNWTO), Estadísticas de Turismo Mundial, En línea disponible en: <http://statistics.unwto.org/es>.

## 9. ANEXOS.

### ANEXO A. Instrumento de Caracterización para los establecimientos de alojamiento y hospedaje.

|   |  |                  |
|---|--|------------------|
|  | <b>ALCALDIA DE POPAYAN</b>   | F-GDET-TUR-07    |
|   | <b>CARACTERIZACIÓN DE COCINAS TRADICIONALES Y RESTAURANTES CON IDENTIDAD</b> | Versión: 01      |
|   |  | Página 88 de 112 |

El presente cuestionario se realiza con la finalidad de caracterizar la oferta de servicios de prestadores culinarios en el municipio de Popayán. Con la información que se obtenga se realizará el diseño de propuestas vivenciales, se implementará el club de producto y una agenda de eventos gastronómicos de Popayán.

#### 1. INFORMACION GENERAL

FECHA DD MM AAAA 1.1 NOMBRE ESTABLECIMIENTO \_\_\_\_\_ PROPIETARIO \_\_\_\_\_ 1.1.2 ADMINISTRADOR \_\_\_\_\_ 1.2.1 HOTEL ( ) 1.2.2 APARTAHOTEL ( ) 1.2.3 CENTRO VACACIONAL ( ) 1.2.4 POSADA TURISTICA ( ) 1.2.5 ALOJAMIENTO RURAL ( ) 1.2.6 APARTAMENTO TURISTICO O VIVIENDA TURISTICA ( ) 1.2.7 ALBERGUE-REFUGIO-HOSTAL ( ) 1.2.8 RECINTO DE CAMPAMENTO O CAMPING ( ) ( ) 1.3 OTRO 1.3.1 ¿CUAL? \_\_\_\_\_ 1.4 TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO TIENE ( ) 1.4.1 TIENE RNT SI ( ) NO ( ) 1.4.2 CATEGORIA ( ) 1.5 DIRECCION \_\_\_\_\_ 1.5.1 BARRIO \_\_\_\_\_ 1.5.3 ESTRATO ( ) 1.6 FIJO \_\_\_\_\_ 1.6.1 CELULAR \_\_\_\_\_ 1.6.2 WHATSAPP \_\_\_\_\_ 1.7 FACEBOOK \_\_\_\_\_ 1.7.1 TWITTER \_\_\_\_\_ 1.7.2 INSTAGRAM \_\_\_\_\_ 1.7.3 OTRO \_\_\_\_\_ WEB \_\_\_\_\_ 1.7.5 EMAIL \_\_\_\_\_

#### 2. PLATOS Y PRECIOS

2.1.1 DESAYUNO ( ) 2.1.2 ALMUERZO ( ) 2.1.3 CENA ( ) 2.1.4 COMIDA NACIONAL ( ) 2.1.5 COMIDA INTERNACIONAL ( ) 2.2 OFRECE PLATOS A LA CARTA SI ( ) NO ( ) 2.2.1 PRECIO PROMEDIO \$ \_\_\_\_\_ 2.2.2 OFRECE MENU DEL DIA (CORRIENTE) SI ( ) NO ( ) 2.2.3 PRECIO PROMEDIO \$ \_\_\_\_\_ 2.3 ESPECIALIDAD \_\_\_\_\_ 2.4 TIENEN SERVICIO DE DOMICILIO SI ( ) NO ( ) 2.5 FORMA DE PAGO 2.5.1 EFECTIVO ( ) 2.5.2 MONEDA LOCAL ( ) 2.5.3 MONEDA EXTRANJERA ( ) 2.5.4 TARJETA ( ) 2.5.5 OTRA ( ) ¿CUÁL? \_\_\_\_\_ 2.6 TIENE ALGUNA PROMOCION PERMANENTE SI ( ) NO ( ) CUALES \_\_\_\_\_

#### 3. HORARIOS DE ATENCION

LUNES ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ MARTES ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
MIERCOLES ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ JUEVES ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
VIERNES ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ SABADO ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
DOMINGO ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ FESTIVO ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
3.1 DIA DE MAYOR AFLUENCIA DE PÚBLICO \_\_\_\_\_  
3.2 EMPLEOS GENERADOS \_\_\_\_\_ 3.3 DIRECTOS \_\_\_\_\_ 3.4 INDIRECTOS \_\_\_\_\_  
3.5. EL PERSONAL CUENTA CON CARNET DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS SI ( ) NO ( )

#### 4. MERCADO

4.1 ¿QUIENES SON SUS CLIENTES?

4.1.2 LOCALES \_\_\_\_\_%    4.1.3 TURISTAS \_\_\_\_\_%    TOTAL    100    %

#### 5. CLASIFICACION

##### 5.1 COMIDA TRADICIONAL O LOCAL ( )

FRITOS ( ) TAMALES DE PIPIAN ( ) EMPANADAS DE PIPIAN ( ) CARANTANTA ( )  
CHICHARRON ( ) ASADOS ( ) CHULETA ( ) COMIDA DE MAR ( ) COLACIONES ( ) CARNES  
( ) OTRO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

##### 5.2 DULCES TIPICOS

APLANCHADOS ( ) MECATO ( ) PLATOS NAVIDEÑOS ( ) MANTECADAS DE YUCA ( ) OTRO  
CUAL \_\_\_\_\_

##### 5.3 HELADOS ( )

HELADOS DE PAILA ( ) HELADOS ( ) POSTRES ( ) OTRO ( ) \_\_\_\_\_

##### 5.4 PASTELERIA ( )

TORTA CASERA ( ) OTRO ( ) \_\_\_\_\_

##### 5.5 BEBIDAS ( )

5.5.1 SIN ALCOHOL ( ) CHAMPUS ( ) ALOJA ( ) KUMIS ( ) SALPICON ( ) CAFES ( )  
JUGOS ( ) CHOCOLATE ( ) OTRO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

5.4.2 CON ALCOHOL ( ) GUARAPO ( ) CHICHA ( ) CERVEZA ARTESANAL ( ) VINO  
ARTESANAL ( ) OTRO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

#### 6. OBSERVACIONES DE MEJORA


6.1 ¿CUÁL O CUÁLES CREE USTED QUE SON LOS FACTORES QUE DEBEN MEJORAR PARA QUE EL  
SECTOR TURISTICO DESDE SU CAMPO DE ACCION TENGA UN BUEN DESEMPEÑO Y BUENOS  
RESULTADOS?

---

---

---

## ANEXO A. Instrumento de Caracterización para los establecimientos de restauración.

|   |  |                  |
|---|--|------------------|
|  | <b>ALCALDIA DE POPAYAN</b>   | F-GDET-TUR-07    |
|   | <b>CARACTERIZACIÓN DE COCINAS TRADICIONALES Y RESTAURANTES CON IDENTIDAD</b> | Versión: 01      |
|   |  | Página 90 de 112 |

El presente cuestionario se realiza con la finalidad de caracterizar la oferta de servicios de prestadores culinarios en el municipio de Popayán. Con la información que se obtenga se realizará el diseño de propuestas vivenciales, se implementará el club de producto y una agenda de eventos gastronómicos de Popayán.

### 1. INFORMACION GENERAL

FECHA DD MM AAAA

1.1 NOMBRE ESTABLECIMIENTO \_\_\_\_\_  
PROPIETARIO \_\_\_\_\_ ADMINISTRADOR \_\_\_\_\_ 1.2 COCINA TRADICIONAL ( ) 1.2.1 RESTAURANTE CON IDENTIDAD ( ) 1.2.2 TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO EN AÑOS \_\_\_\_\_ 1.2.3 TIENE RNT SI ( ) NO ( )  
1.3 DIRECCION \_\_\_\_\_ 1.3.1 BARRIO \_\_\_\_\_ 1.3.2 ESTRATO \_\_\_\_\_ 1.3.3 FIJO \_\_\_\_\_ 1.3.4 CELULAR \_\_\_\_\_ 1.4 WHATSAPP \_\_\_\_\_ 1.4.1 FACEBOOK \_\_\_\_\_ 1.4.2 TWITTER \_\_\_\_\_  
INSTAGRAM \_\_\_\_\_ OTRO \_\_\_\_\_ 1.4.5 WEB \_\_\_\_\_ 1.4.6 EMAIL \_\_\_\_\_ 1.5 PARQUEADERO SI ( ) NO ( ) 1.6 ZONA DE PARQUEO ALTERNO SI ( ) NO ( ) 1.7. ZONA FAMILIAR SI ( ) NO ( )

### 2. PLATOS Y PRECIOS

2.1.1 DESAYUNO ( ) 2.1.2 ALMUERZO ( ) 2.1.3 CENA ( ) 2.1.4 COMIDA NACIONAL ( ) 2.1.5 COMIDA INTERNACIONAL ( )  
2.2 OFRECE PLATOS A LA CARTA SI ( ) NO ( ) 2.2.1 PRECIO PROMEDIO \$ \_\_\_\_\_ 2.2.2 OFRECE MENU DEL DIA (CORRIENTE) SI ( ) NO ( ) 2.2.3 PRECIO PROMEDIO \$ \_\_\_\_\_ 2.3 ESPECIALIDAD \_\_\_\_\_  
2.4 TIENEN SERVICIO DE DOMICILIO SI ( ) NO ( ) 2.5 FORMA DE PAGO 2.5.1 EFECTIVO ( ) 2.5.2 MONEDA LOCAL ( ) 2.5.3 MONEDA EXTRANJERA ( ) 2.5.4 TARJETA ( ) 2.5.5 OTRA ( ) ¿CUÁL? \_\_\_\_\_ 2.6 TIENE ALGUNA PROMOCION PERMANENTE SI ( ) NO ( ) CUALES \_\_\_\_\_

### 3. HORARIOS DE ATENCION

LUNES ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ MARTES ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
MIERCOLES ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ JUEVES ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
VIERNES ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ SABADO ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
DOMINGO ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ FESTIVO ( ) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
3.1 DIA DE MAYOR AFLUENCIA DE PÚBLICO \_\_\_\_\_  
3.2. EMPLEOS GENERADOS \_\_\_\_\_ 3.3 DIRECTOS \_\_\_\_\_ 3.4 INDIRECTOS \_\_\_\_\_  
3.5. EL PERSONAL CUENTA CON CARNET DE MANIPULACION DE ALIMENTOS SI ( ) NO ( )

### 4. MERCADO

4.1 ¿QUIENES SON SUS CLIENTES?

4.1.2 LOCALES \_\_\_\_\_ %

4.1.3 TURISTAS \_\_\_\_\_ %

TOTAL 100 %

## 5. CLASIFICACION

### COMIDA TRADICIONAL O LOCAL ( )

FRITOS ( ) TAMALES DE PIPIAN ( ) EMPANADAS DE PIPIAN ( ) CARANTANTA ( ) CHICHARRON ( ) ASADOS ( ) CHULETA ( ) COMIDA DE MAR ( ) COLACIONES ( ) CARNES ( ) OTRO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

### 5.2 DULCES TIPICOS

APLANCHADOS ( ) MECATO ( ) PLATOS NAVIDEÑOS ( ) MANTECADAS DE YUCA ( ) OTRO CUAL \_\_\_\_\_

### HELADOS ( )

HELADOS DE PAILA ( ) HELADOS ( ) POSTRES ( ) OTRO ( ) \_\_\_\_\_

### 5.4 PASTELERIA ( )

TORTA CASERA ( ) OTRO ( ) \_\_\_\_\_

### 5.5 BEBIDAS ( )

5.5.1 SIN ALCOHOL ( ) CHAMPUS ( ) ALOJA ( ) KUMIS ( ) SALPICON ( ) CAFES ( ) JUGOS ( ) CHOCOLATE ( ) OTRO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

5.5.2 CON ALCOHOL ( ) GUARAPO ( ) CHICHA ( ) CERVEZA ARTESANAL ( ) VINO ARTESANAL ( ) OTRO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

## 6. OBSERVACIONES DE MEJORA

6.1 ¿CUÁL O CUÁLES CREE USTED QUE SON LOS FACTORES QUE DEBEN MEJORAR PARA QUE EL SECTOR TURISTICO DESDE SU CAMPO DE ACCION TENGA UN BUEN DESEMPEÑO Y BUENOS RESULTADOS?

---

---

---

---

---


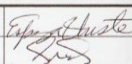
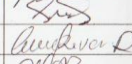
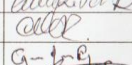

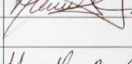
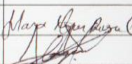
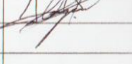
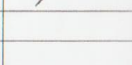
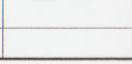
---



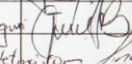
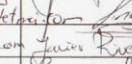
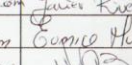
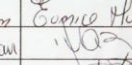
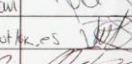
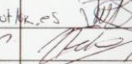
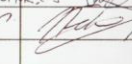
---



## ANEXO D. Algunas Planillas de recolección de información a establecimientos de

### Restauración y Cafeterías encuestadas.

|   |                           | ALCALDIA DE POPAYÁN                                |                                  |            | F-DPE-01                              |  |
|--|---------------------------|--|----------------------------------|------------|---------------------------------------|--|
|  |                           | ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS                        |                                  |            | Versión: 02                           |  |
|  |                           |  |                                  |            | Página: 1 de 1                        |  |
| NOMBRE DEL EVENTO<br>(CAPACITACIÓN) COCINA TRADICIONAL   |                           | FUNCIONARIO PÚBLICO RESPONSABLE:<br>FABIAN MENEZES |                                  | LUGAR:     | FECHA: 08 JUNIO 2018                  |  |
| Marque con X: Capacitación: <input type="checkbox"/> Taller: <input type="checkbox"/> Reunión: <input type="checkbox"/> Otro: <input type="checkbox"/> |                           |  |                                  |            | PONENTE:<br>Valentina Zambrano Medina |  |
| Cual   |                           |  |                                  |            | CORREO ELECTRONICO                    | FIRMA  |
| No   | NOMBRE Y APELLIDO         | CEDULA   | ENTIDAD                          | TELEFONO   | CORREO ELECTRONICO                    | FIRMA  |
| 1  | Esperanza Urreste         | 34529921   | Cafeteria Sistema                | 8240037    |                                       |   |
| 2  | JOSE PABLO U.             | biblioteca<br>94489093                             | biblioteca<br>San Pablo          | 8221654    |                                       |   |
| 3  | Emmanuel Rivera R.        | 10617020   | La deliciosa                     | 8320510    |                                       |   |
| 4  | Maria Alejandra Rodríguez | 34553127   | Almuerzo Mis Detalle             | 8243365    |                                       |   |
| 5  | Gustavo Alvarez           | 10617232394  | Santa Cecilia<br>Cafe Restaurant | 522615245  |                                       |   |
| 6  | Yanet Elvira Rodríguez    | 2858256  | Pan Casero                       | 3162907333 |                                       |   |
| 7  | Yolanda Gidea             | 25287164   | Hacienda of                      | 3136264969 |                                       |   |
| 8  | Nilva María Rivera C.     | 25281271   | SANDWICH delivery                | 3108486678 |                                       |   |
| 9  | Andrés Felipe Marabá      | 1030683  | Togoyima                         | 3012903702 |                                       |  |
| 10   |                           |  |                                  |            |                                       |  |
| 11   |                           |  |                                  |            |                                       |  |
| 12   |                           |  |                                  |            |                                       |  |
| 13   |                           |  |                                  |            |                                       |  |

|    |                               | ALCALDIA DE POPAYÁN                                |                    |                   | F-DPE-01                      |   |
|---|-------------------------------|--|--------------------|-------------------|-------------------------------|---|
|   |                               | ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS                        |                    |                   | Versión: 02                   |   |
|   |                               |  |                    |                   | Página: 1 de 1                |   |
| NOMBRE DEL EVENTO<br>CAPACITACION DEL SECTOR  |                               | FUNCIONARIO PÚBLICO RESPONSABLE:<br>FABIAN MENEZES |                    | LUGAR:<br>POPAYAN | FECHA: 08 JUNIO 2018          |   |
| Marque con X: Capacitación: <input type="checkbox"/> Taller: <input type="checkbox"/> Reunión: <input type="checkbox"/> Otro: <input checked="" type="checkbox"/> |                               |  |                    |                   | PONENTE:<br>maría juliana uno |   |
| Cual  |                               |  |                    |                   | CORREO ELECTRONICO            | FIRMA   |
| No  | NOMBRE Y APELLIDO             | CEDULA   | ENTIDAD            | TELEFONO          | CORREO ELECTRONICO            | FIRMA   |
| 1   | Yudy Esther Hernández         | 25283793   | Mis sabores        | 3117766288        | yudy.h@gmail.com              |  |
| 2   | Jaira Ballaleros Astor        | 1030636  | Punto Brando       | 3136138703        | Jairajun@gmail.com            |  |
| 3   | Lina claudia Molina           | 34555970   | Cafeteria ally     | 8281729           | Linaclaudia82@hotmail.com     |  |
| 4   | Maria Eugenia Calzados Roldán | 34551284   | Cafeteria Mater    | 3117576736        | riveraco2@hotmail.com         |  |
| 5   | Guarica Muñoz U               | 417462018  | Delicias payanesas | 3113074297        | emucap455@hotmail.com         |  |
| 6   | Jonathan Gomez                | 100521518  | La Bomba           | 3173994040        | agomez@popayan.gov.co         |  |
| 7   | Jazmin Guerrero Salazar       | 1063816935   | Muerda e honzo     | 3152382005        | Jazmin.d-788@outlook.es       |  |
| 8   | Juan Fernando Giraldo         | 1130604405   | Casa Blanca R.     | 317679418         | calaboniaspopayan@gmail.com   |  |
| 9   |                               |  |                    |                   |                               |   |
| 10  |                               |  |                    |                   |                               |   |
| 11  |                               |  |                    |                   |                               |   |
| 12  |                               |  |                    |                   |                               |   |
| 13  |                               |  |                    |                   |                               |   |

| ALCALDIA DE POPAYÁN  |                      | F-DPE-01   |                        |            |                           |       |
|--|----------------------|--|------------------------|------------|---------------------------|-------|
| ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS  |                      | Versión: 02  |                        |            |                           |       |
|  |                      | Página: 1 de 1                                     |                        |            |                           |       |
| NOMBRE DEL EVENTO:<br>CAPACITACIÓN DE COCINAS TRADICIONALES  |                      | FUNCIONARIO PÚBLICO RESPONSABLE:<br>TABIAN MENESES |                        |            |                           |       |
| LUGAR:<br>POPAYAN  |                      | FECHA:<br>08 JUNIO 2018                            |                        |            |                           |       |
| Marque con X: Capacitación: <input type="checkbox"/> Taller: <input type="checkbox"/> Reunión: <input type="checkbox"/> Otro: <input type="checkbox"/> |                      | PONENTE:<br>Maria Alejandra Fernandez              |                        |            |                           |       |
| No   | NOMBRE Y APELLIDO    | CEDULA   | ENTIDAD                | TELEFONO   | CORREO ELECTRONICO        | FIRMA |
| 1  | Juan Pablo Reugito   | 10488900   | St Pollo               | 8222323    | neomotta@gmail.com        |       |
| 2  | Alexandra Castro     | 1061713184   | Rincón de Pasto        | 8205572    | Rinconcibonense@gmail.com |       |
| 3  | Yaso J. Morillo      | 12951280   | D. de Típico           | 8393007    |                           |       |
| 4  | Andra Lorenza Torres | 34566999   | Típico Palojos Siempre | 321719248  | Andra.lorenza74@gmail.com |       |
| 5  | Karla                | 106174265  | Origenes               | 3235190214 | Deadire@hotmail.com       |       |
| 6  | Yerson Jiménez       | 106766404  | Terracotta Cafe        | 3108983046 | yersonjimenez@gmail.com   |       |
| 7  |                      |  |                        |            |                           |       |
| 8  |                      |  |                        |            |                           |       |
| 9  |                      |  |                        |            |                           |       |
| 10   |                      |  |                        |            |                           |       |
| 11   |                      |  |                        |            |                           |       |
| 12   |                      |  |                        |            |                           |       |
| 13   |                      |  |                        |            |                           |       |

| ALCALDIA DE POPAYÁN   |                      | F-DPE-01   |             |            |                               |       |
|---|----------------------|--|-------------|------------|-------------------------------|-------|
| ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS   |                      | Versión: 02  |             |            |                               |       |
|   |                      | Página: 1 de 1                                     |             |            |                               |       |
| NOMBRE DEL EVENTO:<br>CAPACITACIÓN DE COCINAS TRADICIONALES   |                      | FUNCIONARIO PÚBLICO RESPONSABLE:<br>TABIAN MENESES |             |            |                               |       |
| LUGAR:<br>POPAYAN   |                      | FECHA:<br>08 JUNIO 2018                            |             |            |                               |       |
| Marque con X: Capacitación: <input type="checkbox"/> Taller: <input type="checkbox"/> Reunión: <input type="checkbox"/> Otro: <input checked="" type="checkbox"/> |                      | PONENTE:<br>Andrea Chaves Parra                    |             |            |                               |       |
| No  | NOMBRE Y APELLIDO    | CEDULA   | ENTIDAD     | TELEFONO   | CORREO ELECTRONICO            | FIRMA |
| 1   | Andrea Rojas         | 36291865   | Cafe        | 3188179012 |                               |       |
| 2   | Diego Ricardo Jerez  | 76325647   | RESTAURANTE | 3226023935 | Diegojerez@hotmail.com        |       |
| 3   | Francisco Lopez      | 664700   | Hotel - Bar | 3148060046 | fj1725@hotmail.com            |       |
| 4   | Juan Andrés Quijano  | 1061936858   | Restaurante | 8334960    | Jagu88@outlook.com            |       |
| 5   | Milber Jemey Burbano | 2633145  | Cafeterias  | 8208533    | Capermilita@hotmail.com       |       |
| 6   | Teresa Salinas       | 3454842  | cafeteria   | 3146232682 | mayte62000@hotmail.com        |       |
| 7   | DAIRO BATHOS         | 1231692293   | Restaurante | 3116022270 | daibathos@gmail.com           |       |
| 8   | Oscar Mandujano      | 13.012248  | Heladeria   | 3154814110 | Trigueroelpeperon@hotmail.com |       |
| 9   | WIS Ernesto Analona  | 10.521961  | Restaurante | 8207881    |                               |       |
| 10  |                      |  |             |            |                               |       |
| 11  |                      |  |             |            |                               |       |
| 12  |                      |  |             |            |                               |       |
| 13  |                      |  |             |            |                               |       |



ALCALDIA DE POPAYÁN

F-DPE-01

ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS

Versión: 02

Página: 1 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR RCI7 FUNCIONARIO PÚBLICO RESPONSABLE: Fabian Tenezo LUGAR: Popayán FECHA: 09/ Junio / 2018

Marque con X: Capacitación: Taller: Reunión: Otro: X PONENTE: Kelly Daniela Jaques

| No | NOMBRE Y APELLIDO       | CEDULA     | ENTIDAD           | TELEFONO   | CORREO ELECTRONICO    | FIRMA                   |
|----|-------------------------|------------|-------------------|------------|-----------------------|-------------------------|
| 1  | Geetha Stéfani Collazos | 1059900578 | Nanos de oro      | 3137968896 | ---                   | <i>Geetha S</i>         |
| 2  | Granalle Benigno        | 1061787080 | Don Corben        | 3157031335 | ---                   | <i>Granalle Benigno</i> |
| 3  | Carlos A. Rengifo       | 16662703   | Ciudad Progreso   | 3105018515 | Camilo532@hotmail.com | <i>Carlos R</i>         |
| 4  | Jose Luis FUEJIA        | 15572082   | DELICIAS ISLAMICA | 3137026088 | Jeris20@hotmail.com   | <i>Jose Luis F</i>      |
| 5  | Jose Ramirez C          | 10526970   | cyeloni El Puyas  | 8209242    | ---                   | <i>Jose Ramirez C</i>   |
| 6  | Yara Diaz               | 24719696   | TAMAYANA          | 224452     | ---                   | <i>Yara D</i>           |
| 7  | CELESTINO BARRON        | 10542142   | DEIBELAS          | 8244952    | ---                   | <i>Celestino B</i>      |
| 8  |                         |            |                   |            |                       |                         |
| 9  |                         |            |                   |            |                       |                         |
| 10 |                         |            |                   |            |                       |                         |
| 11 |                         |            |                   |            |                       |                         |
| 12 |                         |            |                   |            |                       |                         |
| 13 |                         |            |                   |            |                       |                         |

**ANEXO C. Planilla de recolección de información a establecimientos de Alojamiento y**

**Hospedaje asignados y encuestados.**

**LISTADO DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN SECTOR HISTÓRICO**

| No. | ESTABLECIMIENTO                           | CARGO                             | RESPONSABLE           | BLOQUE |
|-----|---|-----------------------------------|-----------------------|--------|
| 1   | RESIDENCIAS ROSSY                         | ADMINISTRADORA                    |                       |        |
| 2   | HOTEL PANAMA                              | ADMINISTRADORA                    | YOLANDA BUITRON       |        |
| 3   | HOTEL CAPITAL DE CAUCA                    | PROPIETARIA                       | MARIA DEL CARMEN S.A. |        |
| 4   | RESIDENCIAS MONTE CARLO                   | ADMINISTRADORA                    | Estrella y David D    |        |
| 5   | Yrony Lopez Silva - HOTEL CENTRAL         | RECEPCIONISTA - Recepcionista     | Yrony Lopez Silva     |        |
| 6   | HOTEL ZEMANATER - HOTEL SAN CRISTOBAL     | ADMINISTRADOR                     |                       |        |
| 7   | NORALBA SUAREZ DE HOEZ - HOTEL DON BLAS   | PROPIETARIA                       |                       |        |
| 8   | HOTEL PANCANDE - LUIS ALBERTO             | ADMINISTRADOR                     | Luis Alberto C...     |        |
| 9   | HOTEL FAMILIAR - ROCIO OIME               | RECEPCIONISTA                     | Rocio Oime            |        |
| 10  | HOTEL CASA REAL 1 - YENSI LILIANA ANAIGRA | ADMINISTRADOR                     | Yensi Liliana Anaigra |        |
| 11  | HOTEL CAMINO REAL - JUAN CARLOS           | JEFE RECCPCION ADONIA, VOLUNTARIA | Juan C. Cancaris      |        |
| 12  | HOTEL PARK LIFE - CECILIA > LEONARDO      | ADMINISTRADOR                     |                       |        |
| 13  | HOTEL ARCADEA PALENEJA - MARIA F DA       | ADMINISTRADOR                     | PIP LEONARDO          |        |
| 14  | CASA FAMILIAR TURISTICO HOSTAL            | PROPIETARIA                       |                       |        |
| 15  | HOTEL LOS BARRONES - MARIA                | ADMINISTRADORA                    | Tatiana Tellez...     |        |
| 16  | HOTEL CASONA DEL VIRREY - TATIANA RUANO   | RECEPCIONISTA                     |                       |        |
| 17  | ROCIO OIME                                | PT                                |                       |        |
| 18  |   |                                   |                       |        |
| 19  |   |                                   |                       |        |
| 20  |   |                                   |                       |        |
| 21  |   |                                   |                       |        |

Fuente: Archivo Personal.

**ANEXO F. Reporte de participación de los estudiantes del programa de Turismo de Unicauca en la recolección de encuestas del sector de Restauración.**

Popayán, 14 de junio de 2018

DOCENTE

**GUSTAVO ADOLFO FUENTES DELGADO**

Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

Asunto: Reporte de participación de estudiantes.

Cordial saludo,

De la manera más atenta me permito reportar a los estudiantes que nos colaboraron en el diligenciamiento de las encuestas para el proyecto de "CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE ALOJAMIENTO, RESTAURANTE Y TIENDAS ARTESANALES EN EL SECTOR HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE POPAYÁN, CAUCA"

| ITEM | ESTUDIANTE                        | REPORTE     |
|------|-----------------------------------|-------------|
| 1    | ARCOS AGREDO BRIGHIT NATALIA      | ENTREGADO   |
| 2    | ARISTIZABAL TRUJILLO SANTIAGO     | ENTREGADO   |
| 3    | BASTIDAS FERNANDEZ DANIELA        | ENTREGADO   |
| 4    | BENAVIDES MORA ANGIE FERNANDA     | - ENTREGADO |
| 5    | BENAVIDEZ MUÑOZ GUINNET VIVIANA   | - ENTREGADO |
| 6    | BOLAÑOS GOMEZ JUAN MANUEL         | - ENTREGADO |
| 7    | CAMPO BARRAGAN GISSELA ESTEFANY   | ENTREGADO   |
| 8    | CHAGUENDO TOMBE CIELO JAKELINE    | - ENTREGADO |
| 9    | CHAVES PARRA JEIMY ANDREA         | - ENTREGADO |
| 10   | CONU MUÑOZ JUAN CARLOS            | ENTREGADO   |
| 11   | DIAZ HINCAPIE DIEGO ANDRES        | ENTREGADO   |
| 12   | DOMINGUEZ MORA JUAN DAVID         | ENTREGADO   |
| 13   | DURAN ALVEAR JUAN SEBASTIAN       | ENTREGADO   |
| 14   | ESCOBAR BRAVO LAURA DANIELA       | ENTREGADO   |
| 15   | FERNANDEZ AGREDO MARIA ALEJANDRA  | - ENTREGADO |
| 16   | GARCIA ASTAIZA YELI JANETH        | - ENTREGADO |
| 17   | GARCIA SOSCUE YAMILETH            | ENTREGADO   |
| 18   | GRAJALES MORALES ESTEBAN CAMILO   | - ENTREGADO |
| 19   | GUEVARA TREJOS DIANA MARCELA      | ENTREGADO   |
| 20   | JOAQUI CHANCHI KELLY DANIELA      | ENTREGADO   |
| 21   | LARRAHONDO AUSECHA ANGIE CAROLINA | ENTREGADO   |

Continuación.

| ITEM | ESTUDIANTE                         | REPORTE     |
|------|------------------------------------|-------------|
| 22   | LEBAZA HOYOS JONATHAN ESTIVEN      | ENTREGADO   |
| 23   | LOMAS MUÑOZ CAMILO ALEJANDRO       | ENTREGADO   |
| 24   | LOPEZ GUACA MARIA ALEJANDRA        | ENTREGADO   |
| 25   | LOPEZ OSPINA DYLIANN YAYLA         | ENTREGADO   |
| 26   | MARIN LUNA MARIA ANGELICA          | ENTREGADO   |
| 27   | MARTINEZ VALDERRAMA JESSICA THALIA | - ENTREGADO |
| 28   | MUÑOZ BRAVO ARY FERNANDO           | - ENTREGADO |
| 29   | MUÑOZ IGUA MAICOL STIVEN           | ENTREGADO   |
| 30   | MUÑOZ TIMANA LINA MARIA            | ENTREGADO   |
| 31   | NUPAN LUNA MARGI                   | - ENTREGADO |
| 32   | ORDÓÑEZ MAZORRA YONATHAN           | - ENTREGADO |
| 33   | ORDÓÑEZ TROCHEZ AIDA XILENA        | ENTREGADO   |
| 34   | OROZCO CERTUCHE VERONICA FERNANDA  | ENTREGADO   |
| 35   | PAZ TEUTA DUVAN FELIPE             | - ENTREGADO |
| 36   | RAMOS BURBANO LUIS ERNESTO         | ENTREGADO   |
| 37   | RUIZ BOTINA OSCAR EDUARDO          | ENTREGADO   |
| 38   | RUIZ PIPICANO VIKY FARLEY          | ENTREGADO   |
| 39   | SANCHEZ QUILINDO YINA MARCELA      | ENTREGADO   |
| 40   | SAUCA CALAMBAS AMILKAR JAIR        | ENTREGADO   |
| 41   | TORRES BAHAMON HAROLD YESID        | ENTREGADO   |
| 42   | VASQUEZ FERNANDEZ ANGIE CAMILA     | ENTREGADO   |
| 43   | VELASCO PILLIMUE ELIANA            | - ENTREGADO |
| 44   | YANDUN BENAVIDES GLADYS MILADY     | - ENTREGADO |
| 45   | ZAMBRANO MEDINA VALENTINA          | ENTREGADO   |
| 46   | ZEMANATE CHILITO FRANCY YULIETH    | ENTREGADO   |

Agradezco de antemano la gestión y atención brindada.

Universitariamente,

**ESMERALDA NAVIA**

ESTUDIANTE DE PROGRAMA DE TURISMO

PASANTE EN OFICINA DE TURISMO

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

Fuente: Archivo Personal.

## **ANEXO G. Algunos informes presentados por los estudiantes en el Proyecto de Caracterización.**

### INFORMACION ACERCA DE LA APLICACION DEL INSTRUMENTO A RESTAURANTES Y LUGARES DE ARTESANIA

YAMILETH GARCIA

Me correspondió la zona del sector histórico de Popayán entre la carrera 2da y 3ra y la calle 3ra y la calle 6ta en este sector pude encontrar 16 establecimientos en total, 5 cafés, 3 bares, 2 heladería y uno no brindo información, 6 restaurantes de los cuales 3 de ellos no me brindaron ningún tipo de información

#### CAFES

- Cafetería antojos
- Café Siberia
- Hostel caracol (hotel que ofrece un café abierto para el público)
- La casa del te
- Ricuras la cuarta

#### BARES

- Todas copas Popayán
- Lemon tree (el administrador de este lugar se negó a firmar la hoja de evidencia)
- Blanco y negro

#### Heladerías

- Al natural
- Nevadom

#### Restaurantes

- Sabores de mi tierra gourmet( tiene convenio con el hotel san francisco colonial y brinda servicio tanto a personas q se hospedan en ese hotel como a personas particulares)
- Casa blanca
- Sabores de la casa y parrilla
- Pita (se negó a brindar información)
- Restaurante makaira (se negó a brindar información)
- Restaurante manzanos (se negó a brindar información)

Fuente: Informe de la estudiante Yamileth García

## INFORME DE CARACTERIZACION DE COCINAS TRADICIONALES Y RESTAURANTES CON IDENTIDAD.

Yo **Yely García Astaiza** con N: 1061807238 Popayán Cauca, me correspondió la carrera #2, carrera #3 con las calles 8, 9,10 en las cuales solamente encontré:

1. Restaurante

1. cafetería

Observación: el restaurante no contaba con las normas de higiene necesarias para la manipulación de alimentos.



Fuente: Informe de la estudiante Yeli García Astaiza.

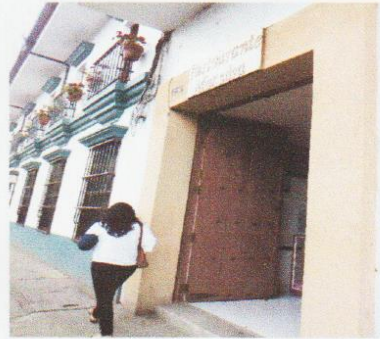
**ANEXO H. Registro Fotográfico.**



Lugares que no dieron ninguna informacion.



Restaurante pita donde no brindaron Información.



Restaurante makaira donde no Brindaron información



restaurante manzanos no brindaron información.



heladería nevadom no Brindaron informacion.

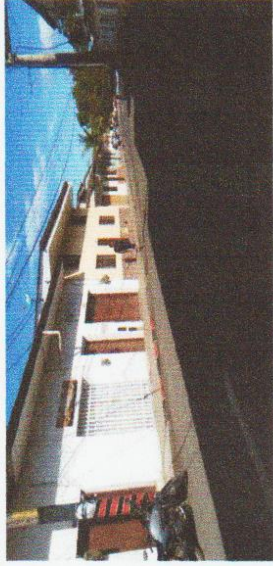
Fuente: Informe de la estudiante Yamileth García

Estas son algunas evidencias de que en algunos lugares no se encontraron restaurantes ni sitios de artesanías.



Fuente: Informe de la estudiante Yamileth García.

Calle 2



Carrera 10



Calle 1a



Calle 4



Calle 3



Carrera 9



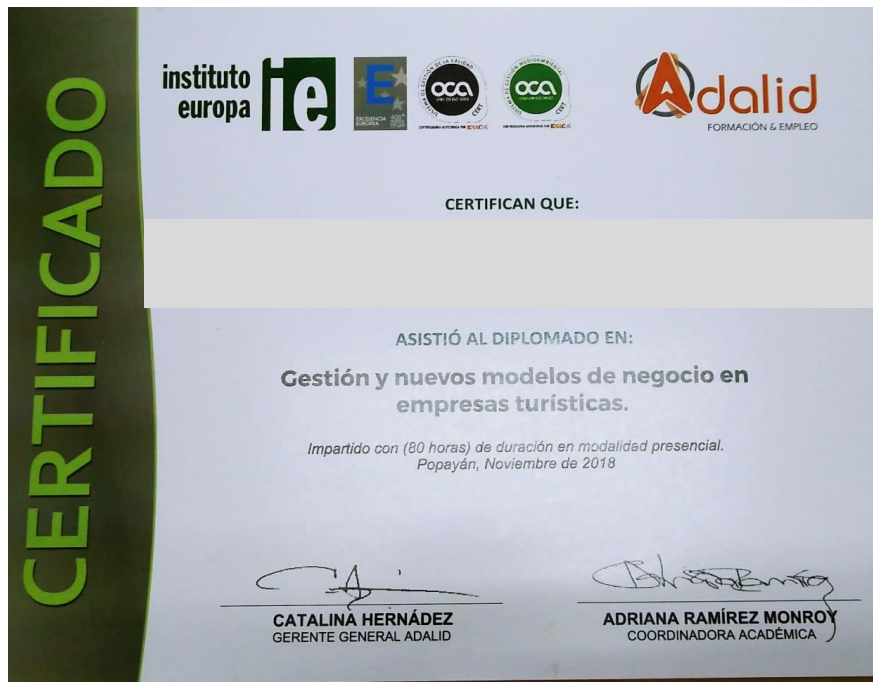
Fuente: Informe del estudiante Oscar E. Ruiz





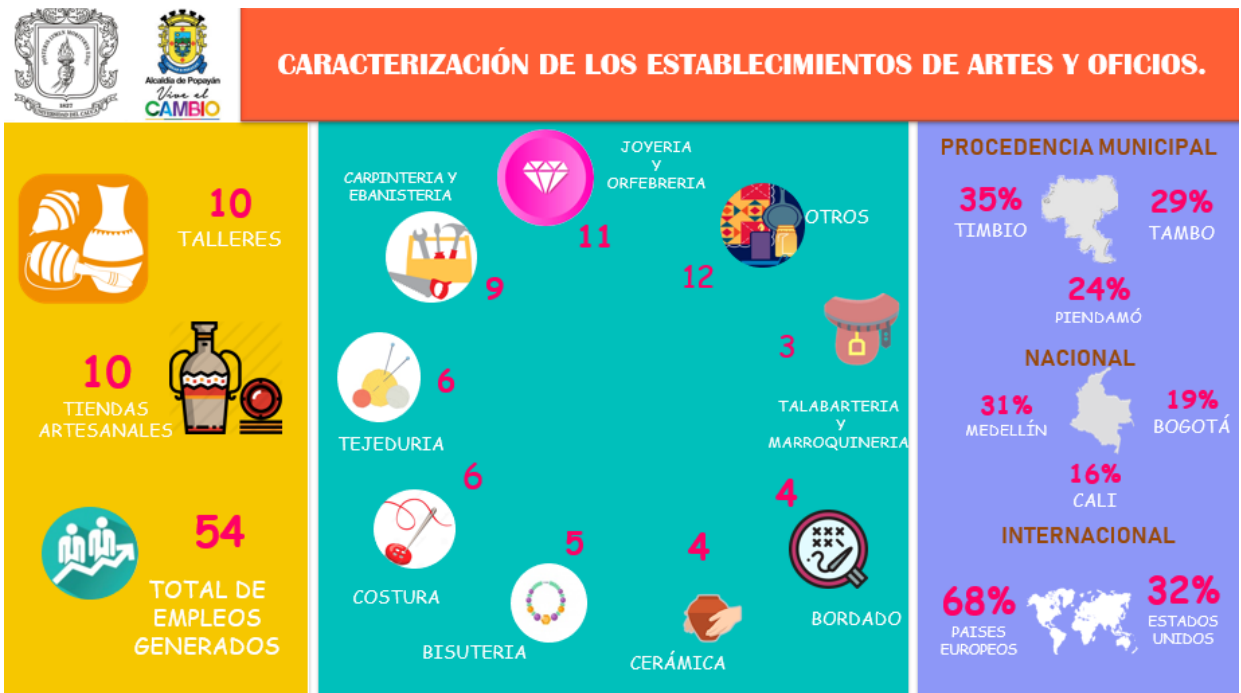
Fuente: Archivo personal.

## ANEXO I. Certificado de capacitación de diplomado.



Fuente: Oficina de Turismo.

## ANEXO J. INFOGRAFÍAS.





Fuente: Elaboración propia.