

OBSERVATORIO TURÍSTICO DEL QUINDIO | 2014 VERSIÓN 28

DICIEMBRE 2013 - ENERO 2014



**CÁMARA DE COMERCIO
DE ARMENIA Y DEL QUINDÍO**



Rutas del
PAISAJE CULTURAL CAFETERO
Más experiencias, que historias

Contenido

Introducción.....	5
Turistas.....	7
Ficha Técnica (Encuesta No. 1)	7
I. Perfil demográfico del turista.....	8
II. Motivación y comportamiento del turista	9
III. Desplazamiento al destino.....	11
IV. Evaluación de servicios	13
V. Satisfacción del turista	16
Prestadores de Servicios Turísticos	18
Ficha Técnica (Encuesta No. 2)	18
Prestadores de Servicios Turísticos.....	19
Encuesta A.....	20
Encuesta B.....	22
Conclusiones.....	24

Fecha de publicación: Enero 27 de 2014.

Lista de gráficas

Gráfica 1. Procedencia de los visitantes.....	8
Gráfica 2. Rango de edad y género.....	8
Gráfica 3. Ocupación.....	9
Gráfica 4. ¿Es la primera vez que visita el Quindío?.....	9
Gráfica 5. Razones para visitar el Quindío.....	10
Gráfica 6. Municipio visitado o a visitar.....	10
Gráfica 7. ¿Se encuentra hospedado en el Quindío?.....	10
Gráfica 8. ¿En qué municipio se encuentra hospedado?.....	11
Gráfica 9. Modalidad en la que se encuentra hospedado.....	11
Gráfica 10. ¿Sabe usted que el Quindío hace parte del territorio Paisaje Cafetero?.....	11
Gráfica 11. Medios de transporte utilizado para desplazarse al Quindío.....	12
Gráfica 12. Uso transporte terrestre local.....	12
Gráfica 13. Tiempo previsto para permanecer en el Quindío.....	12
Gráfica 14. ¿En compañía de quién viajó al Quindío?.....	13
Gráfica 15. Evaluación de servicios.....	13
Gráfica 16. Evaluación calidad.....	14
Gráfica 17. Evaluación costo.....	14
Gráfica 18. Comparado con otros destinos.....	15
Gráfica 19. ¿Visitaría de nuevo al Quindío?.....	16
Gráfica 20. ¿Utilizó algún Punto de Información Turística?.....	16
Gráfica 21. ¿Cómo le pareció la información y servicio en el PIT?.....	16
Gráfica 22. ¿Por qué no lo usó?.....	17
Gráfica 23. Prestadores de Servicios Turísticos en Colombia.....	19
Gráfica 24. Prestadores de Servicios Turísticos en el Quindío.....	19
Gráfica 25. Nivel de ocupación.....	20
Gráfica 26. Comportamiento en ventas.....	20
Gráfica 27. Herramientas tecnológicas en mercadeo, servicio al cliente y optimización de la información.....	21
Gráfica 28. ¿Qué hace para mejorar sus ventas en temporada baja?.....	22
Gráfica 29. Nivel de visitantes.....	22
Gráfica 30. Comportamiento en ventas frente a la misma temporada anterior.....	22
Gráfica 31. Herramientas tecnológicas en mercadeo, servicio al cliente y optimización de la información.....	23
Gráfica 32. ¿Qué hace para mejorar sus ventas en la temporada baja?.....	24

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Rango de edad y género.....	8
Ilustración 2. ¿Ha visitado o va a visitar más municipios del Quindío?.....	10
Ilustración 3. ¿Consultó información turística a través de internet?.....	17
Ilustración 4. ¿Usa teléfono móvil inteligente?.....	17
Ilustración 5. ¿Ha consultado información del destino a través de este?.....	17
Ilustración 6. ¿Algún turista le manifestó algún descontento o inconformidad con el destino?.....	21
Ilustración 7. ¿Usted considera que el Quindío debe hacer mayor inversión en el sector turismo?.....	21
Ilustración 8. ¿Algún turista le manifestó algún descontento o inconformidad con el destino?.....	23
Ilustración 9. ¿Usted considera que el departamento del Quindío debe hacer mayor inversión en el sector turismo?.....	23

Lista de tablas

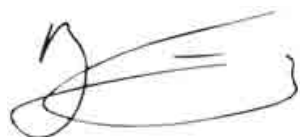
Tabla 1. Lugar de procedencia nacional.....	8
Tabla 2. Lugar de procedencia internacional.....	8

La **Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío** (CCAQ) se complace en presentar la versión número 28 del **Observatorio Turístico del Quindío**, correspondiente a la temporada Diciembre 2013 – Enero 2014.

Los resultados obtenidos por la aplicación de encuestas a visitantes nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos y establecimientos de comercio de la región, son un importante instrumento de información para el análisis de la dinámica económica de la actividad turística en el departamento. Este ejercicio también permite identificar, principalmente, la evolución de la oferta y la demanda en el sector; además, contribuye a la toma de decisiones por parte de actores públicos y privados involucrados directa o indirectamente en el turismo.

Agradecemos la vinculación del Aeropuerto Internacional El Edén; los centros comerciales: Calima Armenia, Portal del Quindío y Unicentro Armenia; Jardín Botánico del Quindío, Panaca, Parque Nacional del Café y la Terminal de Transportes de Armenia, quienes permitieron desarrollar la aplicación de las encuestas en sus instalaciones. Igualmente, a los prestadores de servicios turísticos por la información suministrada.

Esperamos que el presente informe sea de gran utilidad para el mejoramiento de la competitividad del sector.



Rodrigo Estrada Revéz
Presidente Ejecutivo

Introducción

El Observatorio Turístico del departamento del Quindío, es un trabajo de investigación que ha liderado la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío desde el año 2005, con el apoyo de la Gobernación del Quindío, la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío (EAM) y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Durante estos 8 años de investigación se han entregado en cada temporada los resultados del perfil de los visitantes, sus preferencias y percepción del destino.

Para desarrollar la investigación se seleccionaron fuentes de información primaria y se elaboraron dos (2) encuestas:

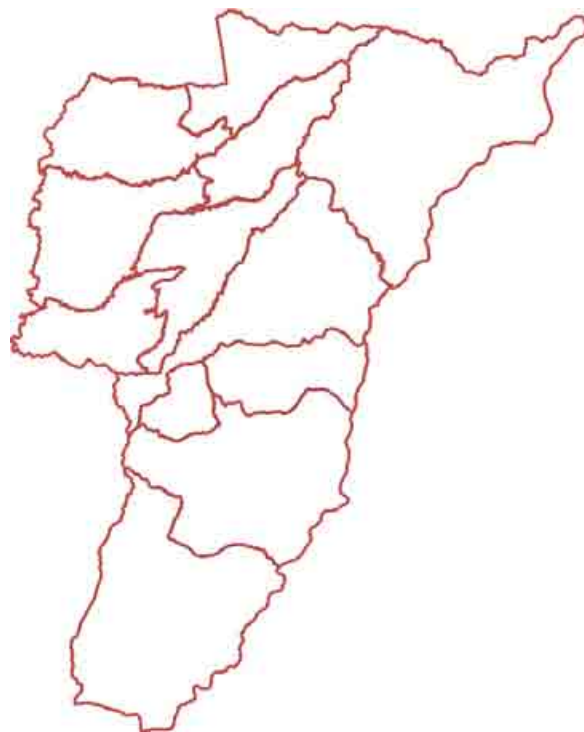
Encuesta No. 1. Aplicada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Quindío. Conformada por cinco (5) partes diferenciadas: I. Perfil demográfico del turista; II. Motivación y comportamiento del turista; III. Desplazamiento; IV. Evaluación de actividades y servicios; y V. Satisfacción del turista.

Encuesta No. 2. Dirigida a los prestadores de servicios turísticos del departamento, en la cual se consulta aspectos referidos a la tasa de ocupación y visitantes, dinámica de las ventas y procedencia de los turistas.

Acerca de la **Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío**

La Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío (CCAQ) es una entidad sin ánimo de lucro, creada mediante el Decreto No. 1646 del 18 de agosto de 1.934. Desde entonces, ha jugado un papel protagónico en el desarrollo regional y empresarial. Participando y liderando propuestas de trascendencia histórica como la creación del Departamento del Quindío, la cual se ha convertido en una de las visiones colectivas más determinantes para consolidar el desarrollo económico local.

La entidad promueve acciones que invitan a la formalidad y la legalidad, incrementando la competitividad, el fortalecimiento empresarial y el emprendimiento para el desarrollo económico del departamento del Quindío.



Turistas

Ficha Técnica (Encuesta No. 1)

Objetivo de la encuesta: Recolectar información que permita identificar el perfil y comportamiento del turista. Herramienta necesaria para la toma de decisiones y mejoramiento de los prestadores de servicios turísticos del departamento del Quindío.

Grupo Objetivo: hombres y mujeres, mayores de 18 años de edad que visitan el Quindío (Destino).

Tamaño de la muestra: 605 encuestas aplicadas en sitios estratégicos del destino (ver lugares de aplicación).

Lugares de aplicación: las encuestas fueron aplicadas en los 12 lugares que se nombran a continuación:

- Aeropuerto Internacional El Edén¹.
- Centro Comercial Calima Armenia².
- Centro Comercial Portal del Quindío³.
- Centro Comercial Unicentro Armenia⁴.
- Jardín Botánico del Quindío⁵.
- Municipio de Filandia (zona urbana).
- Municipio de Montenegro (zona urbana).
- Municipio de Quimbaya (zona urbana).
- Municipio de Salento (zona urbana).
- Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (PANACA)⁶.
- Parque Nacional del Café⁷.
- Terminal de Transportes de Armenia⁸.

Fecha de aplicación:

Fase 1: Diciembre 27, 28, 29 y 30 de 2013

Fase 2: Enero 2, 3, 4, 5 y 6 de 2014.

Técnica Empleada: Muestra aleatoria simple – selectiva, solo aplicada a los visitantes al destino.

¹ <http://aeropuertoeleden.com/>

² <http://calimaarmenia.com/>

³ <http://www.elportaldelquindio.com/>

⁴ <http://www.unicentrodearmenia.com/>

⁵ <http://www.jardinbotanicoquindio.org/>

⁶ <http://www.panaca.com.co/>

⁷ <http://www.parquenacionaldelcafe.com/>

⁸ <http://www.terminalarmenia.com/>

I. Perfil demográfico del turista

a. Procedencia

Para la temporada Diciembre 2013 - Enero 2014 se registró un incremento del número de turistas extranjeros. En promedio el 93,2% de los visitantes nacionales en las temporadas indicadas en la gráfica 1 son nacionales y el 6,8% extranjeros.

Gráfica 1.



Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

En la tabla 1 se describen los 10 principales lugares de procedencia nacional de los visitantes para la temporada Diciembre 2013 – Enero 2014.

Tabla 1.

1.	Cundinamarca	43,6%
2.	Antioquia	17,0%
3.	Valle del Cauca	12,7%
4.	Risaralda	4,3%
5.	Caldas	4,2%
6.	Tolima	3,3%
7.	Santander	2,5%
8.	Cauca	2,2%
9.	Nariño	1,6%
10.	Atlántico	1,3%

Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

En la tabla 2 se muestran los 10 principales lugares de procedencia internacional de los turistas para esta temporada.

Tabla 2.

1.	Estados Unidos	26,9%
2.	Argentina	11,5%
3.	México	9,6%
4.	Alemania	7,7%
5.	España	7,7%
6.	Ecuador	5,8%
7.	Francia	5,8%
8.	Costa Rica	3,8%
9.	Inglaterra	3,8%
10.	Venezuela	3,8%

Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

b. Rango de edad y género

A continuación se presentan los resultados de la edad y el género de los visitantes al destino. Para su agrupación se establecieron los rangos que se indican en la gráfica 2.

Gráfica 2.



Ilustración 1.



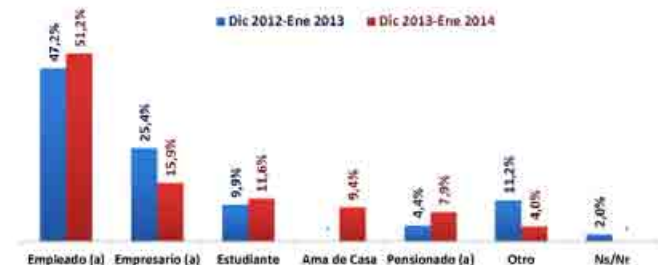
Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

El rango de edad de mayor representatividad del turista en la temporada Diciembre 2013 – Enero 2014 es de 41 – 50 años (34,1%); mientras que en las temporadas anteriores el rango de edad más representativo registrado fue entre 31 - 40 años (37,4%, 33,1%). Sobre la procedencia, en orden de importancia, de los visitantes que se encuentran en este rango de edad sigue siendo de los departamentos de: Cundinamarca, Antioquia y Valle del Cauca.

c. Ocupación

En la gráfica 3, la categoría “empleado” sigue siendo la ocupación más representativa de los visitantes (51,2%). Se registra una variación de 4,0 puntos porcentuales (pp) frente a la temporada anterior, seguido por “empresario” (15,9%) y “estudiante” (11,6%).

Gráfica 3.



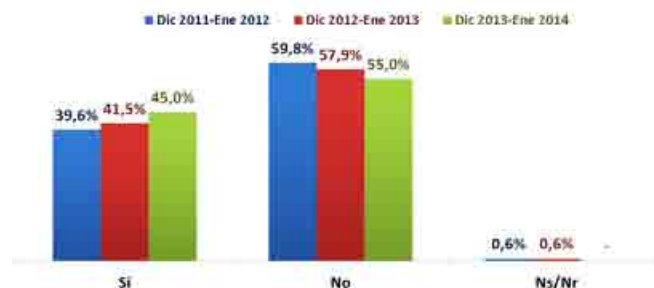
Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío, Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

II. Motivación y comportamiento del turista

Además de describir el perfil demográfico del turista, es importante conocer el número de visitas al destino, las razones que lo motivan para desplazarse, el lugar y la modalidad donde se hospeda. A continuación se muestran los resultados de cada aspecto:

a. ¿Es la primera vez que visita el Quindío?

Gráfica 4.



Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío, Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

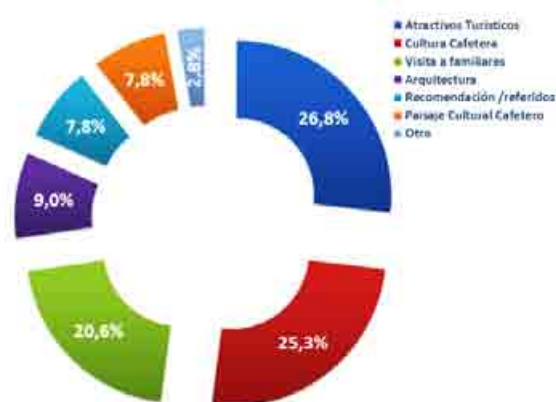
Para esta temporada vacacional se registró un incremento de los nuevos visitantes al destino de 3,5 puntos porcentuales (pp) frente a la temporada anterior y 5,4pp con respecto a la temporada Dic 2011 – Ene 2012.

Por otra parte, aproximadamente, el 55% de los turistas han visitado el destino más de una vez. El 46,4% afirman haber frecuentado el destino más de 5 veces; el 16,6%, 2 veces; el 18,1%, 3 veces; y el 10,2%, 4 veces.

b. Razones para visitar el Quindío

La principal: los atractivos turísticos (26,8%), seguido por la Cultura Cafetera (25,3%) y la visita a familiares (20,6%). El restante 24,6% está conformado por la sumatoria de la arquitectura, las recomendaciones y el Paisaje Cultural Cafetero.

Gráfica 5.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío;
Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

c. ¿Ha visitado o va a visitar más municipios del Quindío?

Ilustración 2.

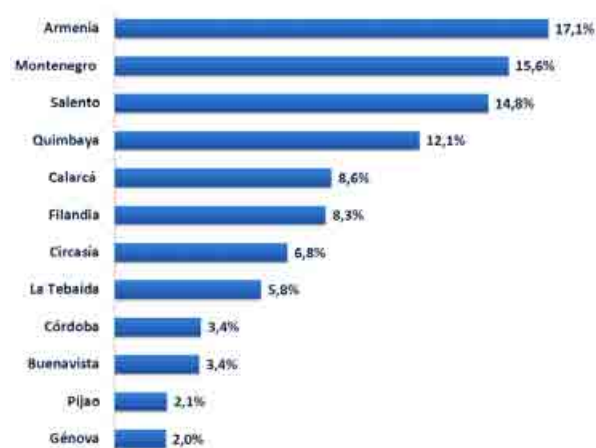


Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío;
Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

El 81,0% de los visitantes encuestados en esta temporada manifiestan que han visitado o van a visitar más municipios del Quindío. Entre ellos, del que se mostró mayor preferencia para ser visitado en esta temporada, fue Armenia (ver gráfica 6).

❖ Municipio de interés

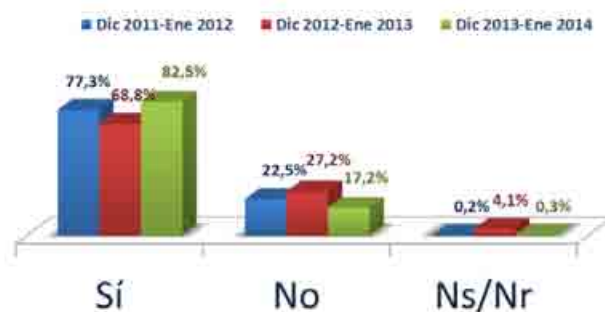
Gráfica 6.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío;
Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

d. ¿Se encuentra hospedado en el Quindío?

Gráfica 7.



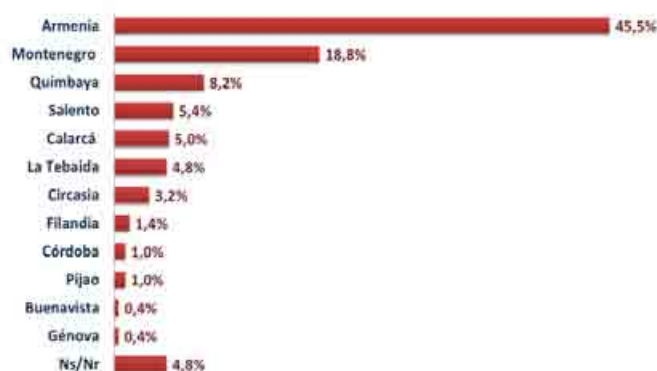
Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío;
Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

Frente a las dos temporadas anteriores se presenta una variación de 13,7 puntos porcentuales (pp) y 5,2pp respectivamente. Por lo tanto, se presenta una disminución de los turistas que se hospedan en otros departamentos cercanos; principalmente Risaralda, Valle del Cauca y Caldas.

Para profundizar en este aspecto, se presenta en la gráfica 8 la distribución de los municipios de preferencia para los visitantes hospedarse en el Quindío, en zona urbana y zona rural.

❖ ¿En qué municipio del Quindío se encuentra hospedado?

Gráfica 8.

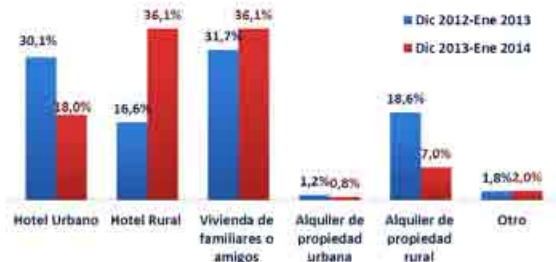


Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío

Armenia es el principal municipio donde los visitantes se hospedaron. Cabe mencionar que en Armenia, Montenegro, Quimbaya, Salento, Calarcá y La Tebaida se concentra el mayor número de prestadores de servicios turísticos y además los principales atractivos turísticos.

❖ Modalidad en la que se encuentra hospedado el visitante

Gráfica 9.

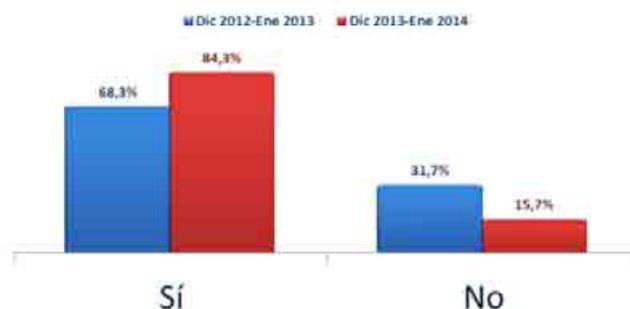


Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

El hotel rural y la vivienda de familiares o amigos fueron las modalidades de hospedaje más representativas en esta temporada. En la modalidad de hotel rural hubo un aumento de 19,5 puntos porcentuales (pp) frente a la temporada anterior y la vivienda de familiares o amigos una variación de 4,4pp, seguido por el hotel urbano. Lo anterior, comparado con la temporada Dic 2012 – Ene 2013 presentó una disminución de 12,1pp.

e. ¿Sabe usted que el Quindío hace parte del territorio Paisaje Cultural Cafetero?

Gráfica 10.



Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío

El Comité de Patrimonio Mundial de la **UNESCO** inscribió en la Lista del Patrimonio Mundial⁹ el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano el 25 de junio de 2011.

Transcurridos 30 meses de la inscripción, el 84,3% de los visitantes encuestados en esta temporada manifiestan que saben que el Quindío hace parte del territorio Paisaje Cultural Cafetero, presentándose un incremento de 16 puntos porcentuales frente a la misma temporada anterior.

III. Desplazamiento al destino

Para llegar al destino el visitante solo tiene dos opciones de transporte: Aéreo y terrestre (vehículo particular, transporte público, turístico, y alquilado). Para esta temporada, el 89% de los turistas utilizó el servicio de transporte terrestre y el 11% el aéreo.

⁹ La Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO es un legado de monumentos y sitios de una gran riqueza natural y cultural que pertenece a toda la humanidad. Los sitios inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial cumplen una función de hitos en el planeta, de símbolos de la toma de conciencia de los Estados y de los pueblos acerca del sentido de esos lugares y emblemas de su apego a la propiedad colectiva, así como de la transmisión de ese patrimonio a las generaciones futuras (Unesco).

a. Medio de transporte utilizado para desplazarse al Quindío

El vehículo particular sigue siendo el medio más utilizado para visitar el Quindío, a pesar de registrarse una disminución de 6,1 puntos porcentuales (pp), frente a la temporada anterior; seguido del transporte público en el que se presentó una variación positiva de 4,7pp. El uso del servicio aéreo aumentó 6,3pp frente a la temporada Dic 2012 – Ene 2013. En el transporte turístico se refleja una disminución de 6,8pp. Y en esta temporada, la modalidad de alquiler de vehículos que aparece por primera vez, como una opción utilizada.

Gráfica 11.



Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

Los turistas que utilizaron el servicio de transporte aéreo, se les consultó además por el medio de transporte terrestre para desplazarse dentro del destino, manifestando principalmente el uso del transporte público. En segundo lugar, el vehículo particular; en tercer lugar, el transporte alquilado; y por último, el servicio de transporte turístico. En la gráfica 12 se muestra la distribución porcentual para cada medio de transporte.

➤ Transporte terrestre local de quienes llegaron en avión al destino

Gráfica 12.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

b. Tiempo previsto para permanecer en el Quindío

El rango de tiempo más representativo de permanencia, en las dos (2) temporadas anteriores, fue de 1 a 3 días mientras que para este periodo, el rango más representativo, de 4 a 6 días. Allí se registró una variación de 2 puntos porcentuales (pp) con respecto al mismo periodo anterior y 6,9pp frente a la temporada Dic 2011 – Ene 2012.

Llamó la atención también que en las dos temporadas anteriores, no se había registrado permanencia mayor a 10 días, pero en esta temporada, el 10,6% de los visitantes indicaron que sí tenían previsto este rango de tiempo para permanecer en el Quindío.

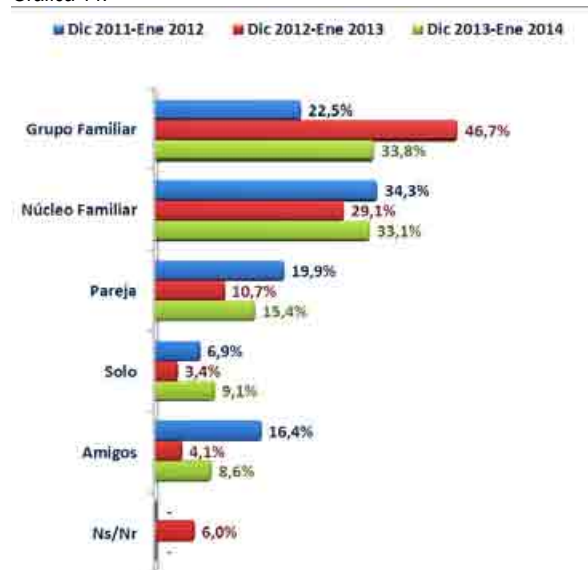
Gráfica 13.



Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

c. ¿En compañía de quién viajó al Quindío?

Gráfica 14.



Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

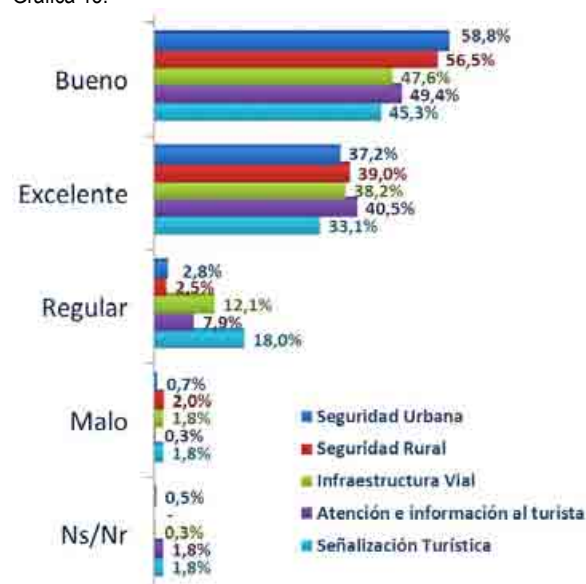
En esta temporada, el grupo familiar presentó una reducción de 12,9 puntos porcentuales frente a la temporada anteriores y a pesar de esta variación sigue siendo el más representativo.

Todos los demás criterios aumentaron frente a la temporada anterior.

IV. Evaluación de servicios

En la siguiente gráfica se presenta la calificación que los turistas dan a la seguridad urbana y rural, la infraestructura vial, la atención e información al turista y la señalización turística del destino.

Gráfica 15.



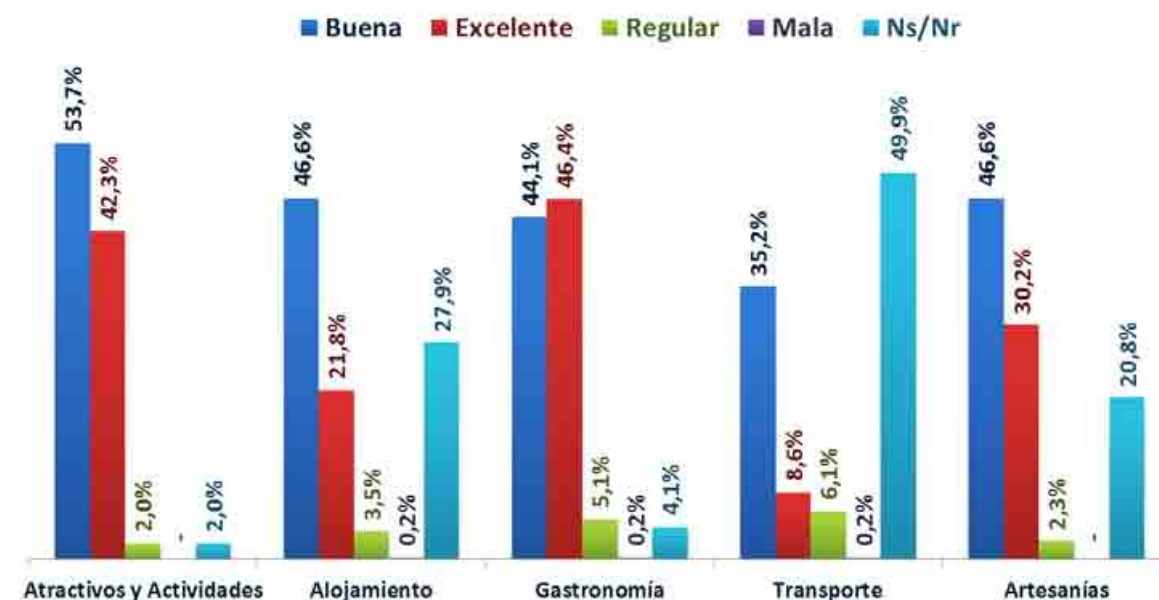
Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

Además de la relación entre calidad y costo de los servicios, se consultó a los visitantes su percepción frente a otros destinos.

a. Calidad

La evaluación más representativa de los visitantes consultados a la calidad de los atractivos y actividades turísticas, el alojamiento, la gastronomía, el transporte y las artesanías es buena, seguido por excelente (ver gráfica 16).

Gráfica 16.

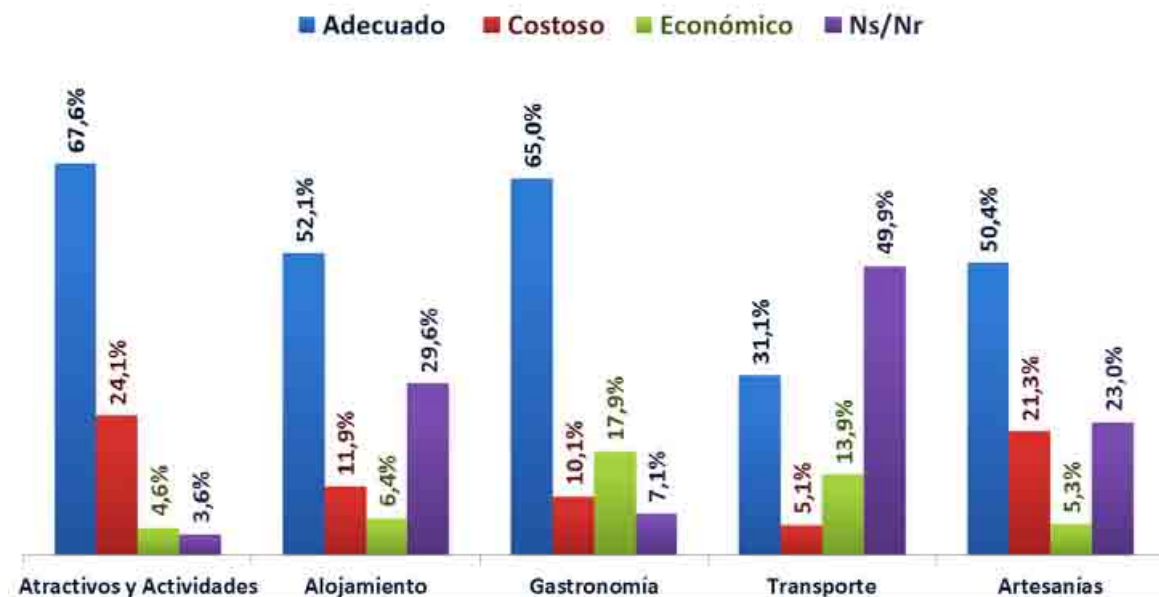


Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío;
Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

b. Costo

En general, los turistas evalúan el costo del servicio como adecuado.

Gráfica 17.

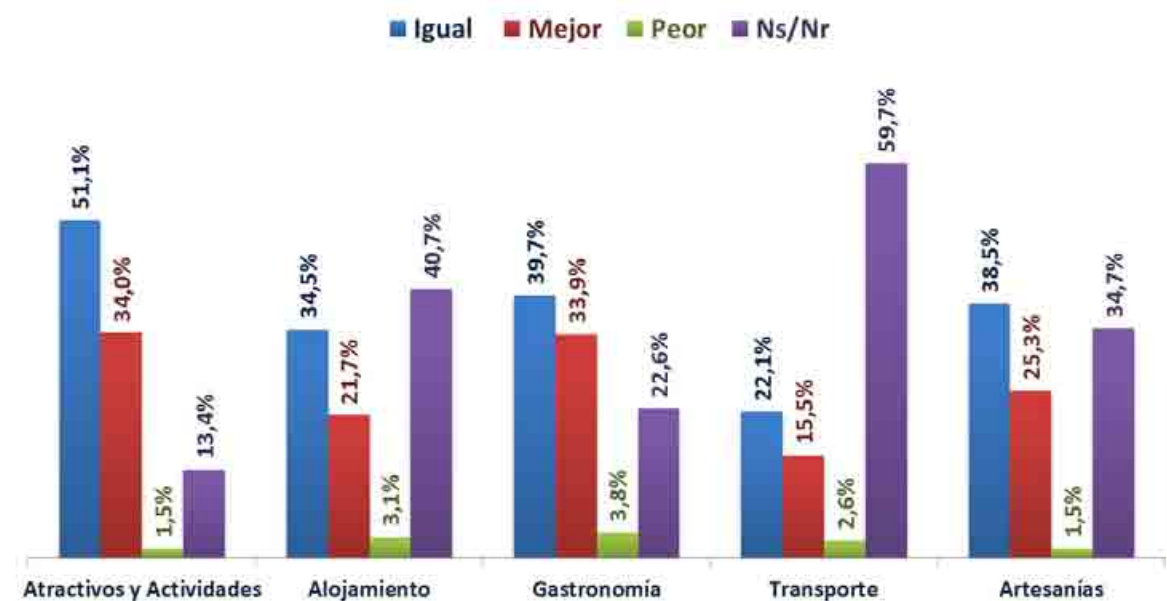


Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío;
Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

c. Comparado con otros destinos

Comparando los servicios con otros destinos, gran porcentaje de los visitantes considera que es igual, seguido de mejor.

Gráfica 18.

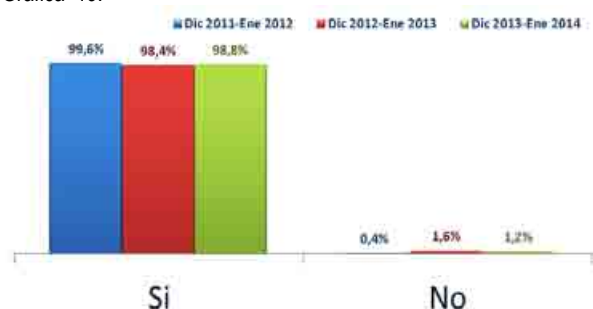


Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío;
Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

V. Satisfacción del turista

a. ¿Visitaría de nuevo al Quindío?

Gráfica 19.



Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

En los últimos 5 años, los visitantes encuestados manifiestan su interés de regresar al Quindío y lo más significativo es que desde ya tienen las razones para hacerlo.

b. ¿Qué le gustaría encontrar nuevo o mejor en su próxima visita al Quindío?

En respuesta al interrogante, de manera general, los visitantes han expresado lo siguiente: más sitios de interés y atractivos turísticos, mejor información al turista y mejor señalización turística.

c. ¿Qué es lo mejor del Quindío?

Para esta temporada se preguntó abiertamente a los visitantes ¿Qué es lo mejor del Quindío? y según su percepción, manifestaron en general los siguientes aspectos:

- El paisaje y el clima
- La gente
- Los sitios y atractivos turísticos
- La Cultura Cafetera y el Café
- La Gastronomía

d. ¿Durante su estadía en el Quindío utilizó algún Punto de Información Turística?

Gráfica 20.

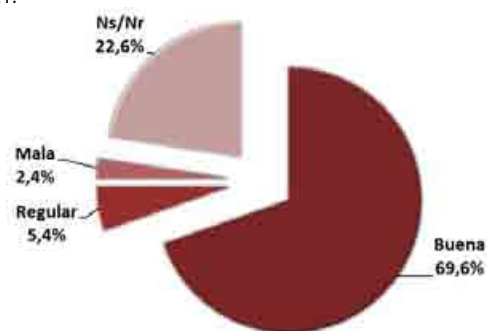


Fuente: Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

Frente a la temporada anterior se presentó un aumento de 3,9 puntos porcentuales en el uso de los Puntos de Información Turística (PITs); el 69,6% de los visitantes encuestados que utilizaron los PITs, manifestaron que la información y el servicio fueron buenos.

➤ ¿Cómo le pareció la información y servicio en el PIT?

Gráfica 21.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

➤ ¿Por qué no lo usó?

El 59,7% de los viajeros que no utilizaron los PITs en esta temporada, indicaron no haberlos requerido y un 11,7% no los encontraron.

Gráfica 22.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

e. ¿Consultó información turística a través de internet?

Ilustración 3.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío, Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío

47,3% de los visitantes encuestados consultaron información de atractivos turísticos, alojamientos y fincas cafeteras, mapas y guías turísticas a través de internet.

f. ¿Usa teléfono móvil inteligente?

Ilustración 4.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

➤ ¿Ha consultado información del destino a través de este?

Ilustración 5.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío. Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío

En esta temporada, 61,5% de los visitantes encuestados usaron el teléfono móvil inteligente para obtener información en su viaje; de este grupo, el 31,7% utilizó el teléfono móvil para consultar sitios y atractivos turísticos, alojamientos, guías y mapas del destino.

g. ¿Le gustaría manifestar alguna inquietud o sugerencia adicional a las autoridades y gremios de turismo del Quindío?

- En respuesta a la pregunta anterior, los visitantes sugirieron a las autoridades y gremios de turismo del departamento lo siguiente: mejorar la señalización vial y turística, el estado de las vías, promocionar el destino, mejorar la situación de indigencia y mendicidad y controlar el trabajo infantil (Montenegro).

Prestadores de Servicios Turísticos

Ficha Técnica (Encuesta No. 2)

Objetivo de la encuesta: Recolectar información que permita identificar la dinámica de la actividad turística en el departamento del Quindío.

Grupo Objetivo: Prestadores de servicios turísticos del departamento del Quindío, que actualmente cuentan Registro Nacional de Turismo (RNT) activo.

Categorías: la encuesta se divide en dos categorías:

Encuesta A.

- Establecimientos de alojamiento y hospedaje
 - Urbano
 - Rural
- Agencia de viajes y tour operadores
- Empresas de transporte terrestre

Encuesta B.

- Establecimientos de expendio de bebidas y alimentos
 - Restaurantes
 - Tiendas de café
- Parques temáticos
- Guías de turismo

Tamaño de la muestra: 53 encuestas.

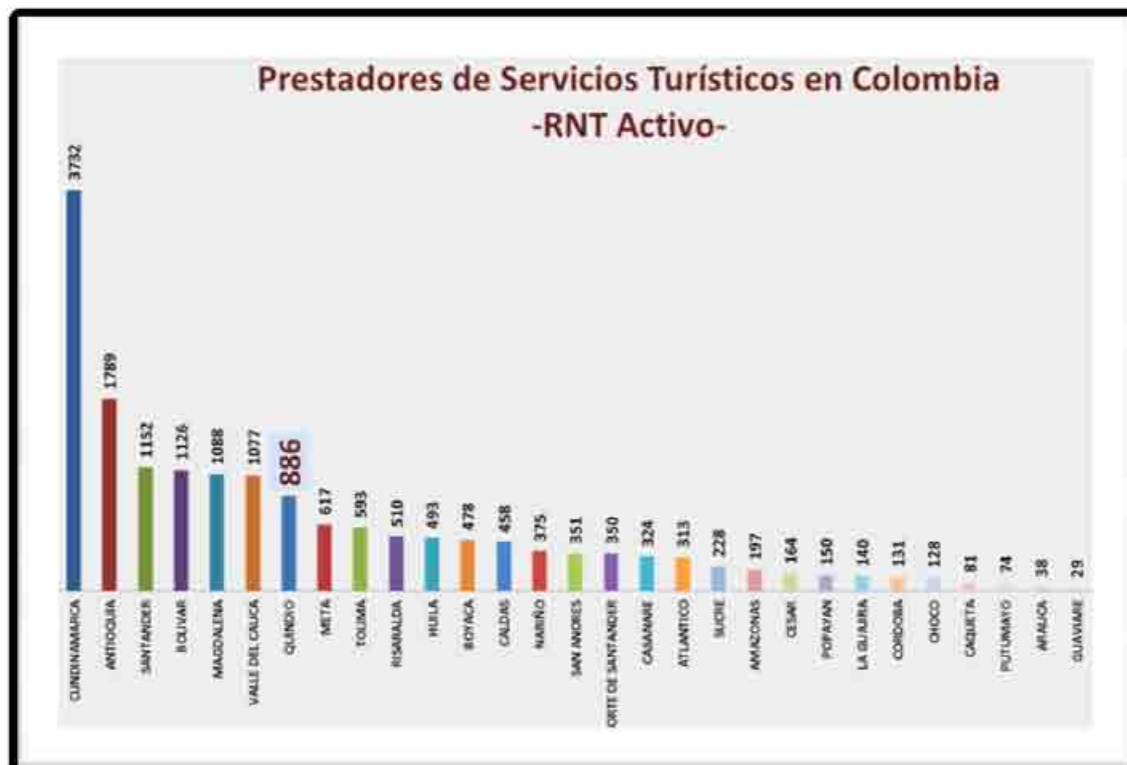
Fecha de realización: La encuesta fue realizada los días 13, 14, 15, 16 y 17 de enero de 2014.

Técnica Empleada: Muestra aleatoria simple – selectiva, solo aplicada a los prestadores de servicios turísticos del departamento del Quindío.

Prestadores de Servicios Turísticos

A 30 de noviembre de 2013 a nivel nacional se encontraban 17.072 prestadores de servicios turísticos (PST) con registro nacional de turismo activo. A continuación se presenta el número de PST por departamento.

Gráfica 23.



Gráfica 24.



Fuente: Registro Único Empresarial y Social (RUES). Cámaras de Comercio. Registro Nacional de Turismo. <http://rnt.rue.com.co/index.php/establecimientos>. Noviembre 30 de 2013

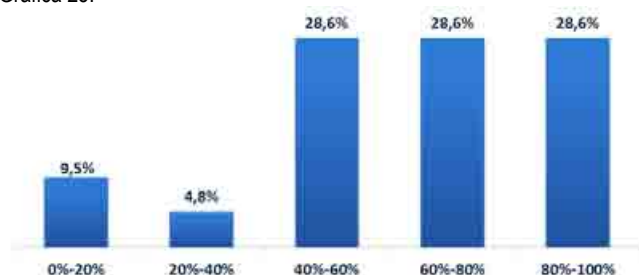
Encuesta A.

(Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje Urbano y Rural, Agencias de Viajes y Tour Operadores y Empresas de Transporte Terrestre)

a. Ocupación

Para esta temporada se distribuye la mayor concentración en los tres últimos rangos.

Gráfica 25.

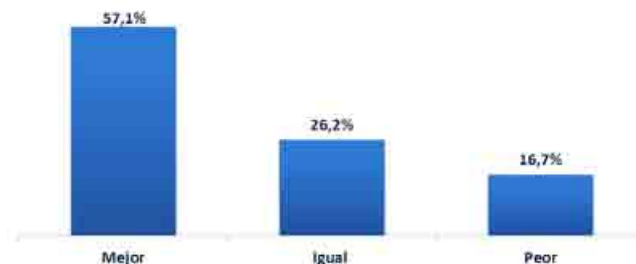


Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío, Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío

b. Comportamiento en ventas de la temporada Diciembre 2013-Enero 2014 frente a la misma temporada anterior

Los empresarios de este grupo manifestaron que el comportamiento de las ventas de esta temporada frente a la misma temporada anterior fue mejor (57,1%), seguido de igual (26,2%).

Gráfica 26.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío, Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío

c. ¿En esta temporada le visitan más nacionales o extranjeros?

El 100% del grupo de empresarios encuestados manifestaron que en esta temporada le visitaron más nacionales que extranjeros.

➤ ¿Cuál es el estimado de visitantes extranjeros?

El 85,7% de los empresarios consultados indicaron que el estimado de visitantes extranjeros se encuentra en el rango de 0%-20%, y el 14,3% en el rango de 20%-40%.

d. Procedencia de turistas

➤ Nacional

Los empresarios indican que los turistas nacionales en orden de importancia proceden de Cundinamarca (Bogotá D.C.), Antioquia (Medellín) y Valle del Cauca (Cali).

➤ Internacional

Según la información suministrada por los empresarios los visitantes extranjeros proceden principalmente de Norteamérica (Estados Unidos, México); Europa

(Alemania, España, Francia); Suramérica (Argentina, Ecuador, Venezuela).

e. ¿Algún turista le manifestó algún descontento o inconformidad con el destino?

Ilustración 6.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

El 38,1% de empresarios consultados dicen que el turista manifestó su inconformidad con el destino, especialmente por las largas filas en algunos atractivos turísticos, la congestión vehicular en sitios y atractivos, la deficiente señalización turística, el ruido en Salento y el trabajo infantil en Montenegro.

f. ¿Usted considera que el departamento del Quindío debe hacer mayor inversión en el sector turismo?

Ilustración 7.



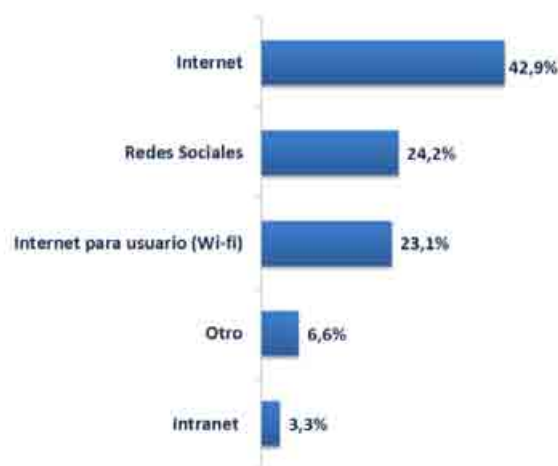
Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

El 97,6% de los empresarios consultados manifestaron que el Quindío debe hacer mayor inversión en el sector turístico, principalmente en: promoción y publicidad del destino, señalización, formación y capacitación.

g. ¿Usa o ha hecho uso de las siguientes herramientas tecnológicas en mercadeo, servicios al cliente y optimización de la información?

La herramienta tecnológica en mercadeo, servicio al cliente y optimización de la información más utilizada por los empresarios es internet.

Gráfica 27.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

h. Para mejorar sus ventas en temporada baja usted:

En la temporada baja, los empresarios manifestaron que para mejorar sus ventas venden sus servicios vía web, crean promociones y bajan sus tarifas.

Gráfica 28.



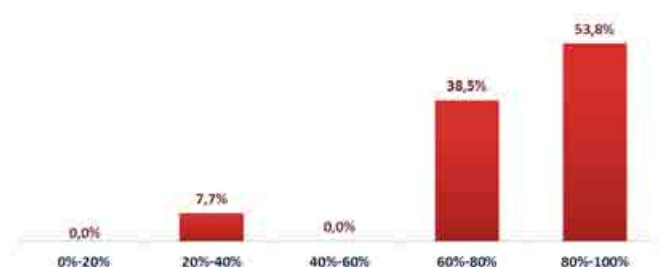
Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío

Encuesta B.

(Establecimientos de Expendio de Bebidas y Alimentos, Parques Temáticos, Guías de Turismo, Turismo de Aventura)

a. Nivel de visitantes

Gráfica 29.

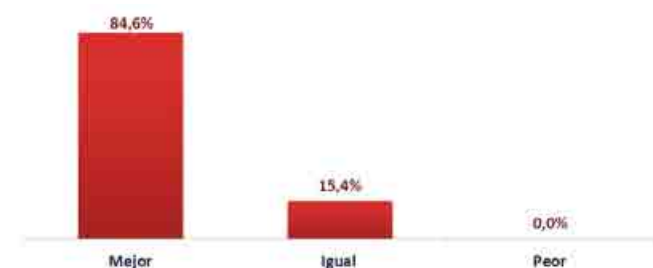


Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

El 53,8% de los empresarios manifestaron que el nivel de visitantes para esta temporada se ubicó en el rango 80%-100 y el 38,5% indicaron que el nivel de turistas se ubicó en el rango 60%-80%.

b. Comportamiento en ventas de la temporada Diciembre 2013-Enero 2014 frente a la misma temporada anterior

Gráfica 30.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío; Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

El 84,6% de los empresarios indicaron que el comportamiento en las ventas para esta temporada fueron mejores y el 15,4% iguales.

c. ¿En esta temporada le visitan más nacionales o extranjeros?

El 84,6% del grupo de empresarios encuestados manifestaron que en esta temporada le visitaron más nacionales y el 15,4% indica que extranjeros.

d. Procedencia

➤ Nacional

De acuerdo a lo manifestado por los empresarios, los turistas nacionales proceden principalmente de: Cundinamarca (Bogotá D.C.), Antioquia (Medellín) y Valle del Cauca (Cali).

➤ Internacional

Según la consulta realizada, los turistas extranjeros proceden de: Norteamérica (Estados Unidos, México); Europa (Alemania, España) y Suramérica (Argentina).

e. ¿Algún turista le manifestó algún descontento o inconformidad con el destino?

Ilustración 8.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío;
Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

El 53,8% de los empresarios consultados manifiestan que algunos turistas les manifestaron inconformidad con el destino, principalmente por la dificultad en la movilidad a los sitios y atractivos turísticos.

f. ¿Usted considera que el departamento del Quindío debe hacer mayor inversión en el sector turismo?

Ilustración 9.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío;
Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

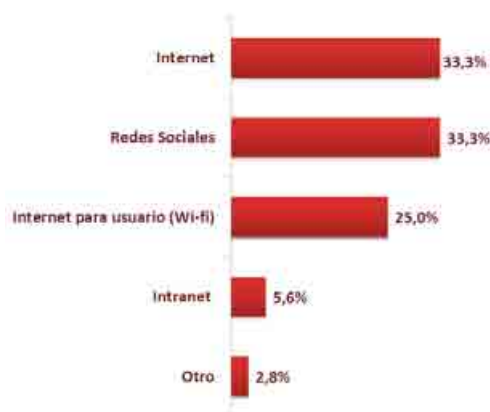
El 92,3% de los empresarios que hacen parte de este grupo, manifestaron que el departamento del Quindío debe hacer mayor inversión en el sector turismo,

específicamente en: promoción y comercialización del destino en el contexto nacional e internacional, señalización y Puntos de Información Turística (PITs).

g. ¿Usa o ha hecho uso de las siguientes herramientas tecnológicas en mercadeo, servicios al cliente y optimización de la información?

Los empresarios usan cada vez más el internet, como la principal herramienta tecnológica para el mercadeo, el servicio al cliente y la optimización de la información.

Gráfica 31.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío;
Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

h. Para mejorar sus ventas en temporada baja usted:

Los empresarios manifestaron que para mejorar sus ventas en la temporada baja, principalmente crean promociones y tiene convenios institucionales.

Gráfica 32.



Fuente: XXVIII Encuesta Observatorio Turístico del Quindío, Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío

¿Tiene alguna inquietud o sugerencia adicional para las autoridades y gremios de turismo del Quindío?

Los empresarios manifiestan a las autoridades y gremios del turismo de la región:

- Promocionar el destino a nivel nacional e internacional para atraer más visitantes.
- Mejorar y controlar la movilidad hacia los sitios y atractivos turísticos (Quimbaya, Montenegro, Salento)
- Controlar la informalidad de prestadores de servicios turísticos (alojamientos).
- Mejorar la señalización turística e información del destino.
- Controlar el trabajo infantil.
- Mejorar la seguridad tanto en la zona urbana como rural.

Conclusiones

Perfil demográfico del turista

Para esta temporada aumentó el número de visitantes extranjeros de 5,3% a 8,6%, procedentes principalmente de Estados Unidos, Argentina y México.

Los departamentos de Cundinamarca, Antioquia y Valle de Cauca se consolidan como los principales lugares de procedencia de turistas que visitan el Quindío.

En cuanto a la edad de los visitantes, se presentó una concentración importante en el rango de 40 a 50 años.

Las ocupaciones más frecuentes de los visitantes en las últimas temporadas son: empleados y empresarios.

Motivación y comportamiento del turista

Se presenta para esta temporada un nivel alto de repetición de visita al destino (más de 5 veces).

Los atractivos turísticos, la Cultura Cafetera y la visita a familiares son las principales razones del turista para visitar el Quindío.

Armenia, Montenegro y Salento fueron los principales municipios de preferencia a visitar en esta temporada. El 81% de los turistas se desplazan por el departamento visitando más de un municipio y en el que mostraron mayor interés fue en la capital del departamento.

Aumentó el número de visitantes que se hospedaron en el Quindío. Armenia, Montenegro y Quimbaya fueron los municipios de preferencia del turista para alojarse.

El hotel rural y la vivienda de familiares o amigos fueron las modalidades de hospedaje más representativas para esta temporada.

Sigue aumentando el número de visitantes que conocen que el Quindío hace parte del territorio Paisaje Cultural Cafetero incluido en la lista de Patrimonio Mundial de la Unesco.

Desplazamiento al Destino

El medio de transporte más utilizado por el turista para desplazarse al Quindío en esta temporada fue el vehículo particular, seguido por el servicio de transporte público.

El tiempo de permanencia más representativo en la presente temporada es de 4 a 6 días, seguido de 1 a 3 días. Frente a la temporada anterior aumentó significativamente el número de visitantes que tuvieron previsto permanecer más de 10 días.

La visita del grupo familiar, seguido del núcleo familiar fueron los más representativos en esta temporada vacacional.

Evaluación de Servicios

Dentro de la calificación, la señalización turística es la de mayor porcentaje dentro del criterio de regular.

La mejor calificación en el criterio de calidad fue para los “atractivos y actividades”. En general, los turistas evalúan el costo atractivos y actividades, alojamiento, gastronomía, transporte y artesanías como adecuado. Comparado con otros destinos consideran principalmente que es mejor, seguido por “igual”.

Satisfacción del turista

En promedio el 99% de los visitantes encuestados en las últimas tres temporadas han manifestado su interés de regresar de nuevo al Quindío.

En su próxima visita al Quindío, a los turistas les gustaría encontrar más sitios y atractivos turísticos.

En general, los turistas expresan que lo mejor del Quindío es el paisaje y el clima, la gente, los sitios y atractivos turísticos, la cultura cafetera y el café y la gastronomía.

Durante la estadía en el Quindío gran parte de los visitantes no utilizó algún Punto de Información Turística, manifestando no requerirlo; quienes lo utilizaron indicaron que la información y el servicio en el PIT fueron buenos.

La información de atractivos turísticos, alojamientos y fincas cafeteras, mapas y guías turísticas son las consultas más frecuentes de los turistas a través de internet.

Los turistas sugieren a las autoridades y gremios de turismo del departamento principalmente lo siguiente: mejorar la señalización vial y turística, promocionar el destino, mejorar el estado de las vías, promocionar el destino, mejorar la situación de indigencia y mendicidad y controlar el trabajo infantil.

Prestadores de servicios turísticos

En general, los empresarios manifestaron que el comportamiento de las ventas frente a la temporada anterior fue mejor.

En esta temporada vacacional le visitaron más nacionales procedentes principalmente de: Cundinamarca, Antioquia y Valle del Cauca.

La congestión vehicular en sitios y atractivos turísticos y la deficiente señalización turística son los principales descontentos e inconformidades que les han manifestado los turistas a los empresarios.

Internet es la herramienta tecnológica más utilizada por los empresarios para el mercadeo, servicio al cliente y optimización de la información.

Para mejorar las ventas en temporada baja los empresarios generalmente crean promociones y venden sus servicios vía web.

Los empresarios sugieren a las autoridades y gremios de turismo lo siguiente: promocionar el destino, mejorar y controlar la movilidad hacia los sitios y atractivos turísticos (Quimbaya, Montenegro, Salento), controlar la informalidad de prestadores de servicios turísticos (alojamientos), mejorar la señalización turística e información del destino, controlar el trabajo infantil y mejorar la seguridad.

Realizado por:



**CÁMARA DE COMERCIO
DE ARMENIA Y DEL QUINDÍO**



Rutas del
PAISAJE CULTURAL CAFETERO
Mis experiencias, un destino