

2015

OBSERVATORIO

DE TURISMO

VERSIÓN 31

COMPORTAMIENTO DE LA TEMPORADA DICIEMBRE 2014 - ENERO 2015

La Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío (CCAQ), presenta la versión número 31 del Observatorio Turístico del Quindío, correspondiente a la temporada Diciembre 2014- Enero 2015.



PRESENTACIÓN

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).

Para esta ocasión completa la versión 31 del estudio que se realizó durante la temporada turística de fin de año, comprendida entre Diciembre de 2014 y Enero de 2015, para presentar los resultados del perfil de los visitantes, sus preferencias y percepción del destino.

Los resultados obtenidos por la aplicación de encuestas a visitantes nacionales y extranjeros y prestadores de servicios turísticos, 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 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 colaboración del Aeropuerto Internacional El Edén; los centros comerciales: Calima Armenia y Portal del Quindío; el Jardín Botánico del Quindío, Panaca, Parque Nacional del Café, Parque de los Arrieros y la Terminal de Transportes de Armenia, por permitir 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 Revéiz
Presidente Ejecutivo

FICHA TÉCNICA

PRESENTACIÓN

El Observatorio de Turismo, versión 31, consta de dos partes: la primera presenta los resultados de una encuesta de percepción a turistas situados en diferentes partes del Departamento. La segunda, los resultados de la temporada según los operadores turísticos y su opinión frente a algunos aspectos del turismo que merecen atención.

Lugares de aplicación de la encuesta a turistas:

a. Parque Nacional del Café	271	20%
b. Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria	241	18%
c. Fundación Jardín Botánico del Quindío	93	7%
d. Terminal de Transportes de Armenia	121	9%
e. Aeropuerto Internacional El Edén	145	11%
f. Centro Comercial Portal del Quindío	20	2%
h. Centro Comercial Calima	72	5%
i. Municipio de Filandia	67	5%
j. Municipio de Salento	178	13%
k. Parque de los Arrieros	122	9%

Total encuestas recolectadas a turistas: 1.330

Tamaño de la población: Población Infinita (turistas y visitantes que llegan al Departamento).

Margen de error: 3%

Nivel de confianza: 97%

Muestreo: Probabilístico por método simple

Metodología: Encuesta personal a través de cuestionario estructurado.

Total encuestas recolectadas a Operadores de Servicios Turísticos: 128

Tamaño de la población: 976 Prestadores de servicios turísticos en el departamento del Quindío activos en el Registro Nacional de Turismo a 31 de diciembre de 2014

Metodología: Encuesta digital difundida a través de correos electrónicos con cuestionario estructurado.

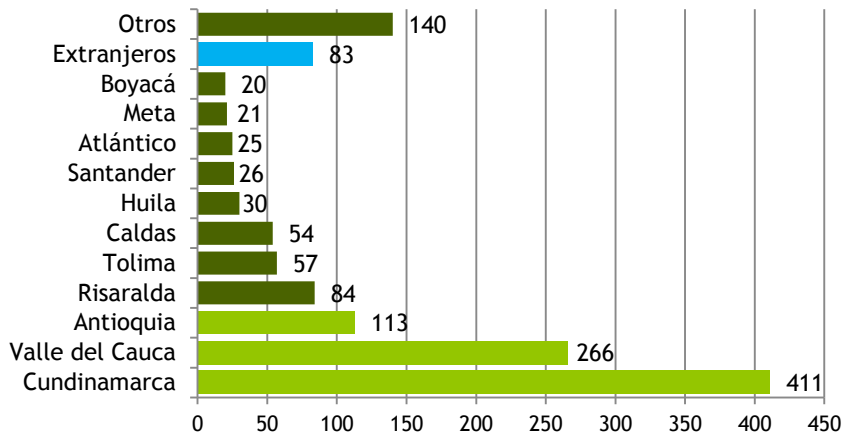
CONTENIDO

	PAG.
RESULTADOS DEL OBSERVATORIO DE TURISMO	4
Perfil del turista del Quindío	4
Promoción del destino	5
Compañía de viaje	6
Desplazamiento	6
Motivo de la visita	6
Retorno de los turistas	7
Municipios y atractivos visitados	8
Conocimiento de las rutas temáticas y experienciales del Quindío	9
Tiempo de permanencia en el Quindío	9
Alojamiento	10
Gasto en la estadía	12
Satisfacción con el destino	12
RESULTADOS DE LA ENCUESTA A OPERADORES TURÍSTICOS	16
Ocupación de la temporada	16
Comportamiento de la temporada	17
Herramientas tecnológicas para difundir información	17
Innovación en el sector turismo	18
Razones manifestadas por los operadores que no han innovado	18
Aspectos a mejorar en el sector	19
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20
INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL DESTINO	22

RESULTADOS DEL OBSERVATORIO DE TURISMO

PERFIL DE TURISTA DEL QUINDÍO

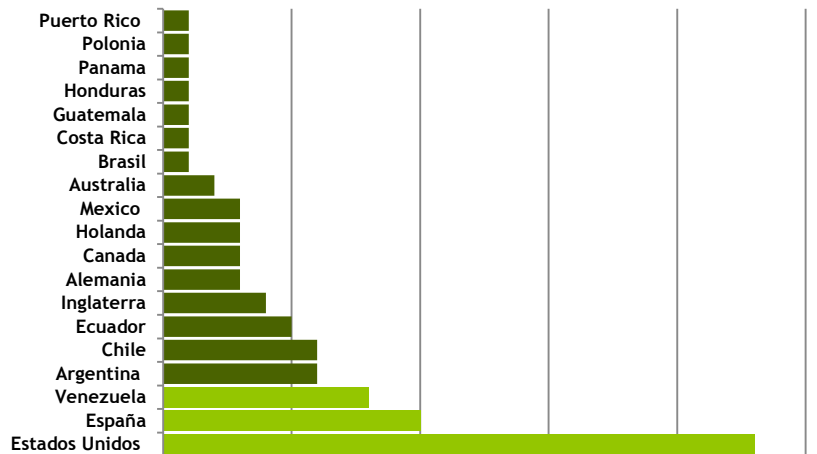
LUGAR DE PROCEDENCIA NACIONAL



Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

Los principales lugares de procedencia de los visitantes del Quindío han sido invariables durante los 10 años del Observatorio de Turismo, ya que entre los primeros lugares han permanecido Cundinamarca, Valle del Cauca y Antioquia.

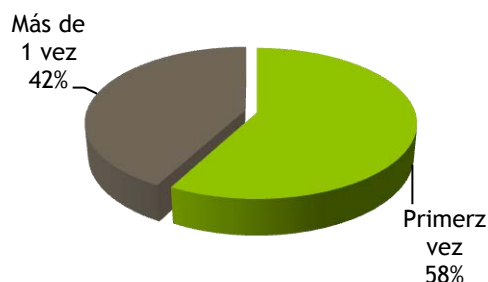
LUGAR DE PROCEDENCIA INTERNACIONAL



Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

El país de procedencia de los extranjeros encuestados, coincide en su mayoría con el reporte que entrega Migración Colombia de su Nacionalidad (Ver pag.23), siendo los principales Estados Unidos, España y Venezuela.

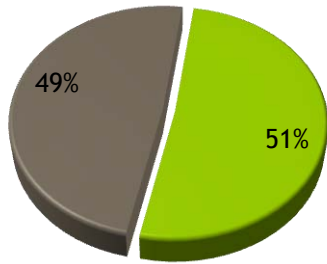
RETORNO DE EXTRANJEROS



El **42%** de los turistas procedentes del exterior, no son nativos Colombianos y un **58%** llegó por primera vez al departamento. (Retorno de extranjeros)

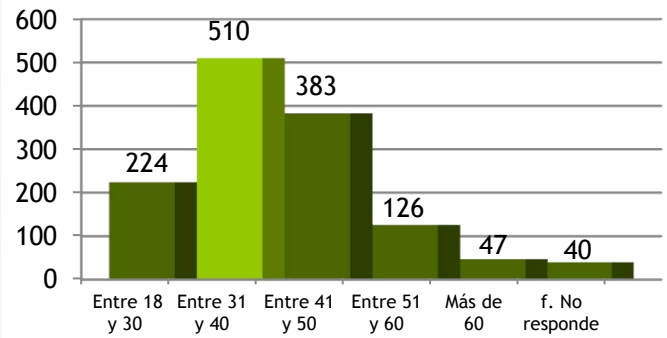
SEXO DE LOS TURISTAS

■ Masculino ■ Feminino



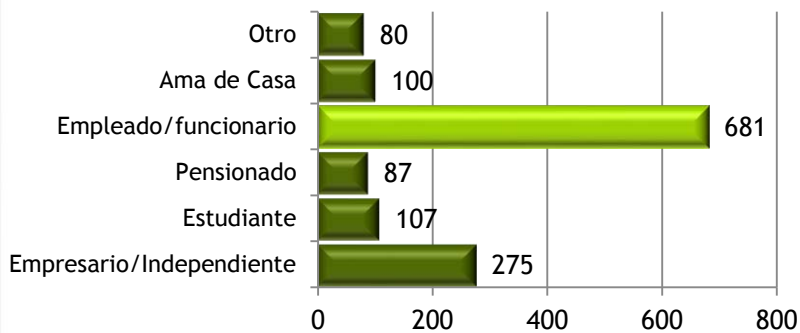
Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

EDAD DE LOS TURISTAS



Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

OCUPACIÓN DE LOS VISITANTES



Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

Al departamento llegan en proporciones similares tanto hombres como mujeres, mostrando que no existe una marcada preferencia por el destino según el género, situación que se ve reflejada en la participación de cada uno en la encuesta.

El **38.45%** de los encuestados son personas entre los 31 y 40 años de edad y más del **50%**

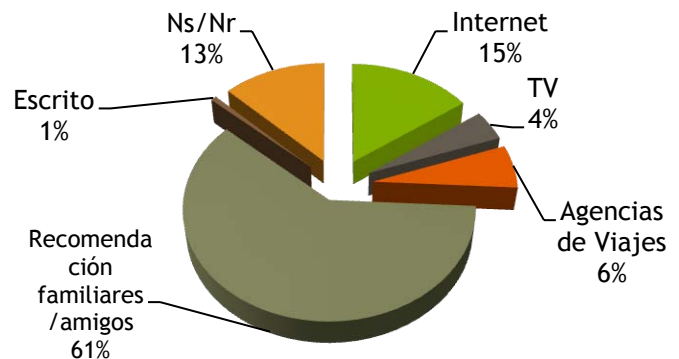
son empleados o funcionarios, por lo cual, se asume que gran parte del universo de la muestra tiene características similares.

■ PROMOCIÓN DEL DESTINO

Si bien es muy positivo que el destino sea recomendado entre las personas que lo conocen, es importante fortalecer la promoción a través de otros medios que puedan llegar a más personas en diferentes lugares del mundo.

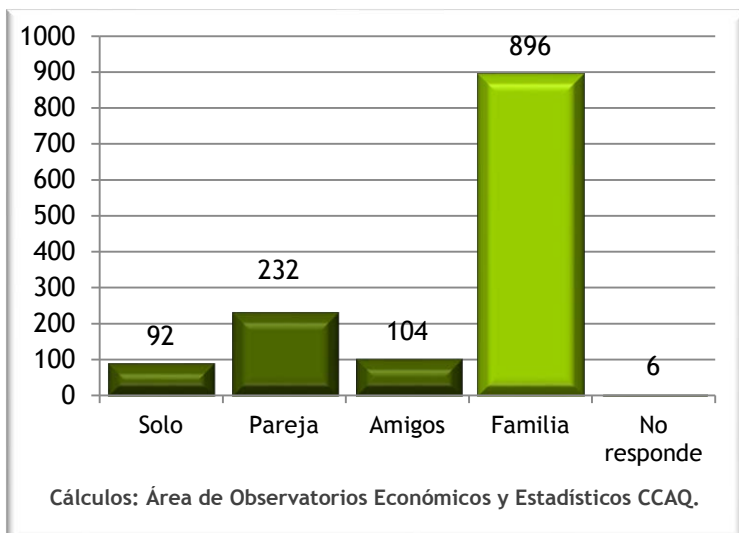
No obstante se destaca la participación de la internet como medio publicitario, ya que el **15%** de consultados se enteraron haciendo uso de esta herramienta.

MEDIOS POR LOS QUE SE ENTERAN DEL DESTINO



Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

COMPañÍA DE VIAJE



El **67.67%** de los consultados llegan al Quindío en compañía de su familia y un **17%** lo hace acompañado de su pareja sentimental

En promedio durante esta temporada, los grupos de familiares o de amigos que llegaron al Quindío, estaban compuestos por 5 personas.

DESPLAZAMIENTO



La mayoría de los encuestados manifestaron que se desplazaron hasta el Quindío en vehículo particular (**60%**), situación que está relacionada con la cercanía que hay entre el Quindío y los principales departamentos de donde proceden los visitantes.

Por su parte el Transporte público y el aéreo tuvieron una notable representación en esta temporada (**39%**).

MOTIVO DE LA VISITA



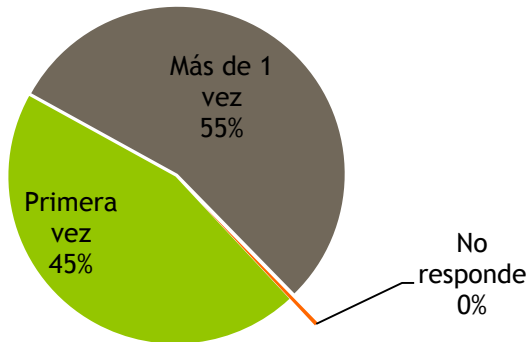
- Durante la temporada de fin de año, el turismo continúa siendo la principal razón por la cual eligen al Quindío como destino.

- Además de esto, algunas personas aprovechan la temporada para reunirse con sus familias y celebrar las fiestas navideñas con ellos (22.61%).

- Solo un **2.45%** de los encuestados manifestó que llegó al Quindío por motivos de negocios o trabajo.

RETORNO DE LOS TURISTAS

RETORNO DE TURISTAS



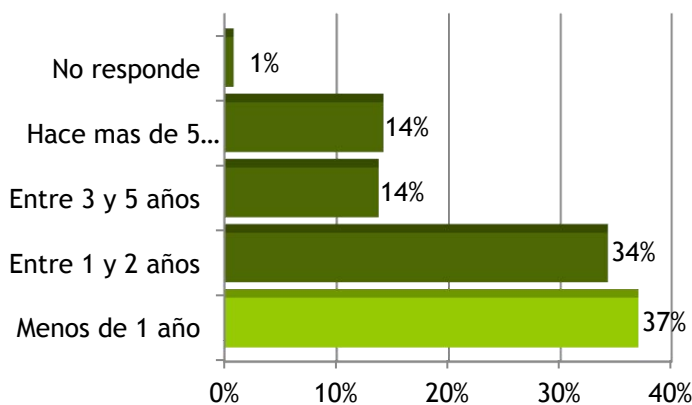
Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

El turismo del Quindío se compone, en gran medida, por el retorno de los visitantes, **55%** ha estado en el destino en más de 1 ocasión.

No obstante, durante esta temporada, la brecha entre las personas que llegan por primera vez (45%), y las que no (55%) fue más estrecha que en la temporada de mitad de año, mostrando que se ha logrado convocar un público diferente.

*El **37%** de los turistas que han estado en el destino más de una vez, lo visitaron hace menos de 1 año*

ÚLTIMA VISITA AL DEPARTAMENTO

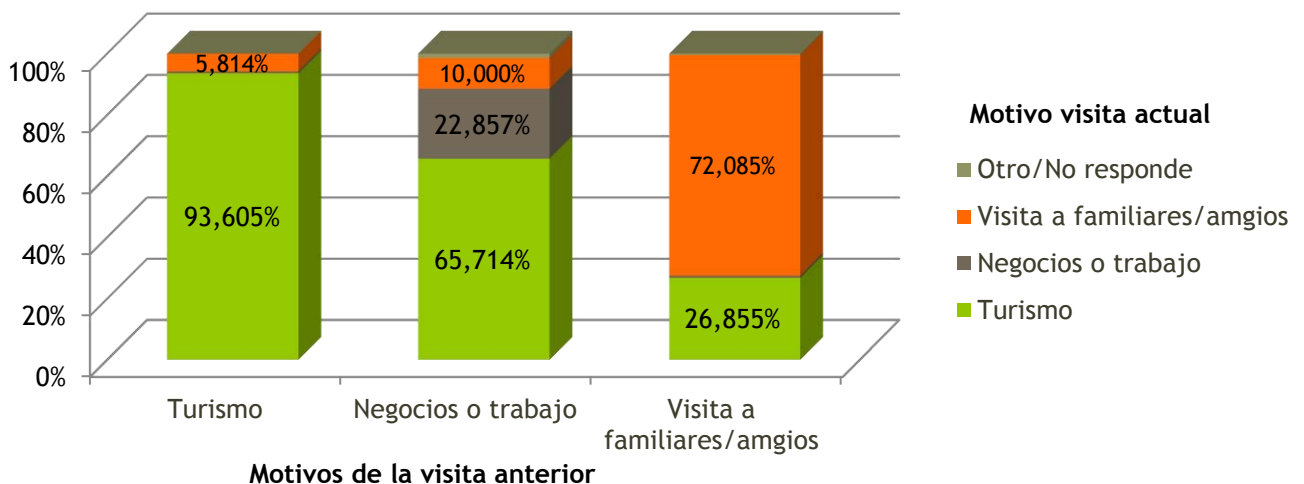


Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

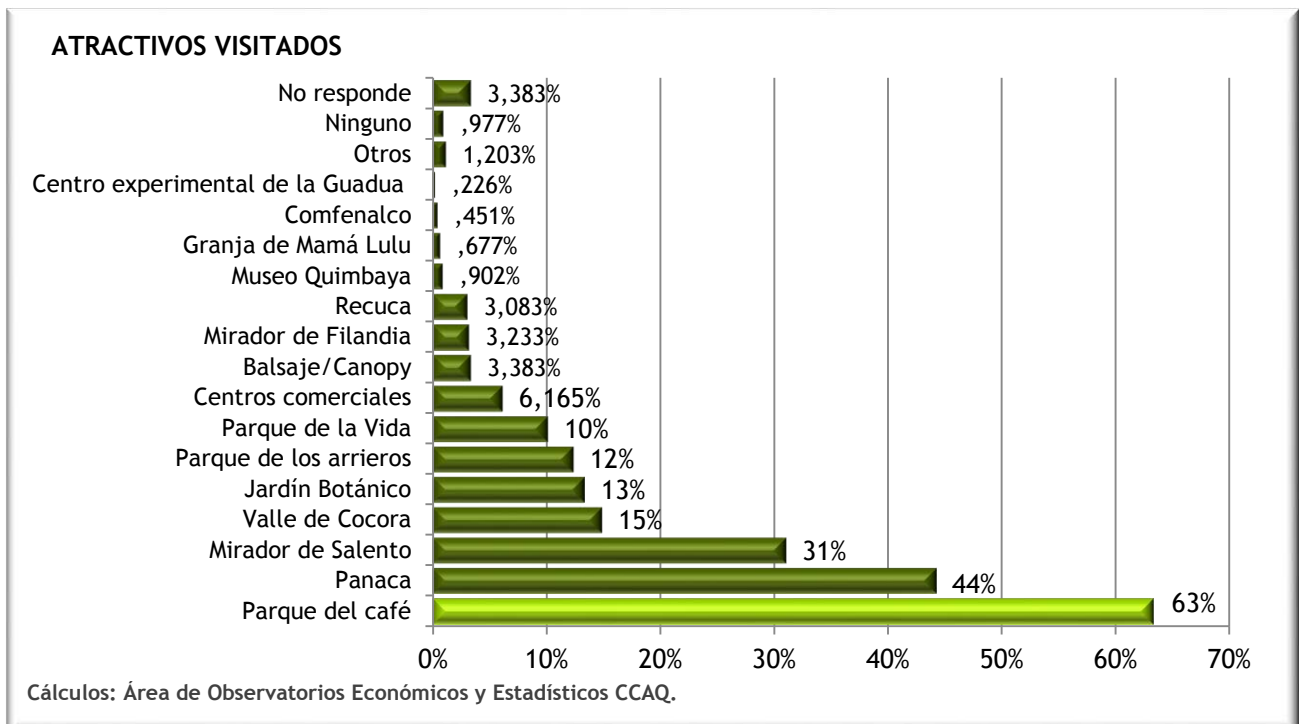
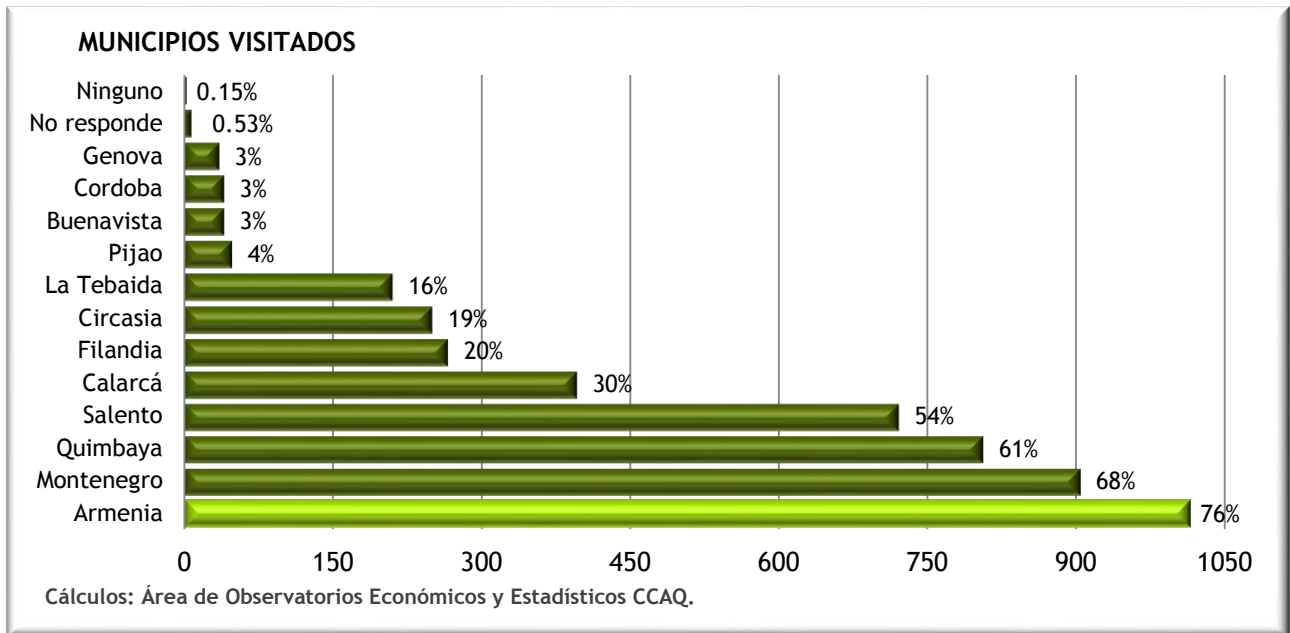
La frecuencia con que algunas personas visitan el Quindío es alta. 37% de los que lo han visitado más de una vez, estuvieron hace menos de un año en este destino y un 34%, entre 1 y 2 años, mostrando un gran índice de retorno.

En lo que respecta a los motivos de la visita, cabe destacar que el **65.71%** de las personas que llegaron anteriormente por Negocios o trabajo regresaron en esta ocasión a vacacionar.

MOTIVOS DE VISITA ANTERIOR VS MOTIVOS VISITA ACTUAL



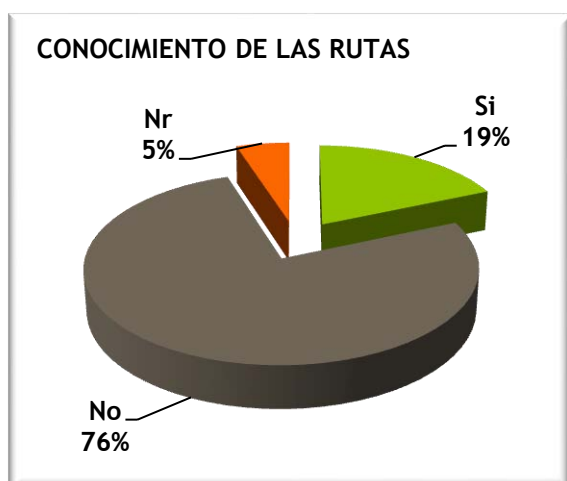
▪ MUNICIPIOS Y ATRACTIVOS VISITADOS



- Los municipios visitados por los turistas tienen una estrecha relación con las actividades o atractivos que ofrece cada uno, es por esta razón que lugares como Armenia, Montenegro, Quimbaya y Salento tienen gran afluencia de turistas, especialmente en las temporadas altas.
- Teniendo en cuenta los resultados del Observatorio se deduce que el turismo del Quindío está ampliamente concentrado en tres lugares; Parque del Café en Montenegro, PANACA en Quimbaya y el Valle de Cócora y el Mirador de Salento.
- El municipio de Filandia registró un crecimiento a través de las temporadas, ya que para diciembre de 2013 y enero de 2014, fue visitado por el 8.3% de los turistas encuestados, mientras que para esta temporada la cifra ascendió al 20%.

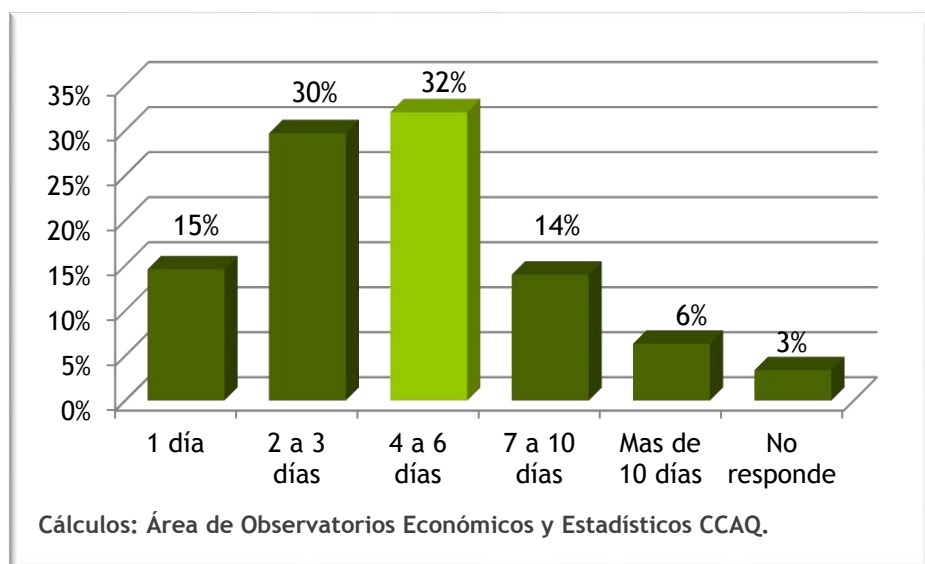
- El Parque Nacional del Café es sin duda uno de los principales atractivos del departamento, ya que el 63% de los consultados lo visitaron para la temporada de fin de año.
- Armenia logra atraer a diferentes turistas, principalmente por ser la capital del departamento y contar con un mayor desarrollo urbano que los demás municipios del Quindío. Además, la ciudad ha logrado convocar a más personas a través de la actividad comercial que se puede desarrollar por medio de sus Centros Comerciales.
- Aparte de los centros comerciales, la ciudad de Armenia también cuenta con diferentes sitios culturales y de esparcimiento como el Parque de la Vida y el Museo Quimbaya, los cuales, durante esta temporada, convocaron al 11% de los encuestados.

▪ CONOCIMIENTO DE LAS RUTAS TEMÁTICAS Y EXPERIENCIALES DEL QUINDÍO



La presencia de las rutas temáticas y experienciales que ofrece el Quindío como atractivo es desconocida por la mayoría de los consultados (76%). Esto muestra una falencia respecto a la promoción que se le ha dado al proyecto y en consecuencia hace que no se promuevan alternativas diferentes en cuanto al turismo, que logren cautivar a otro tipo de público fuera del usual.

▪ TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL QUINDÍO



El 32% de los encuestados manifestaron que permanecerían en el departamento de 4 a 6 días.

Por otra parte un 15% estaría bajo la modalidad de pasadía disfrutando del destino solo por 1 día.

ALOJAMIENTO

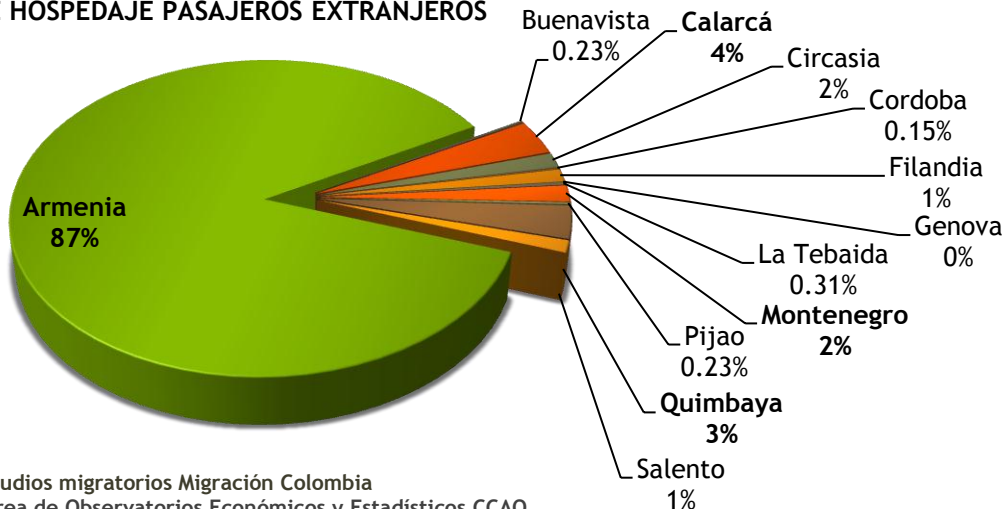
ALOJADOS EN EL QUINDÍO



El 84% de los turistas encuestados se hospedaron en el departamento durante esta temporada.

Del 15% que no se hospedó en el Quindío, el 86% estaría bajo la modalidad de pasadía, es decir que permanecería en el destino solo 1 día.

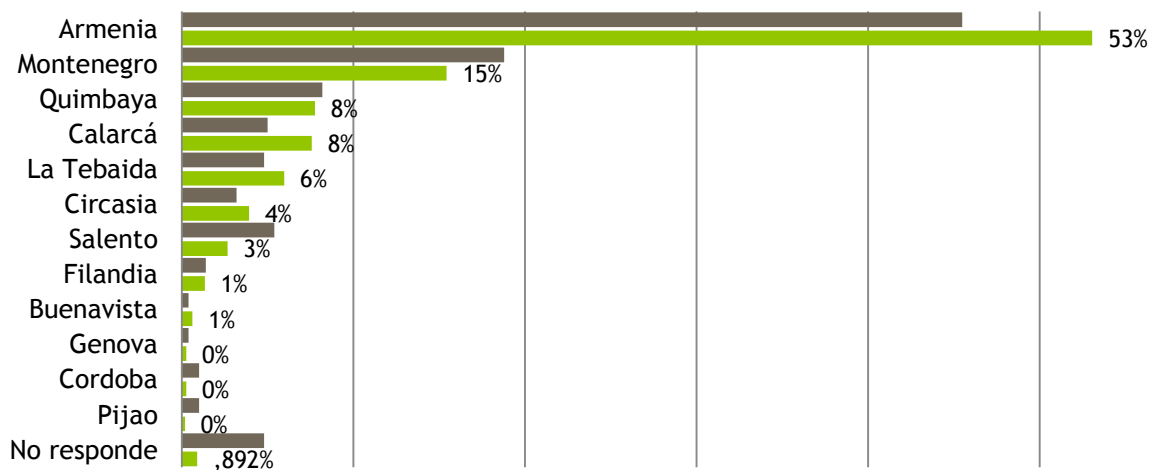
CIUDAD DE HOSPEDAJE PASAJEROS EXTRANJEROS



Fuente: Estudios migratorios Migración Colombia
 Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

Según lo reportado por Migración Colombia en el Boletín de Diciembre 2014, los pasajeros extranjeros eligen principalmente a Armenia, Calarcá, Quimbaya y Montenegro como sus destinos de hospedaje. Estos municipios tradicionalmente han ocupado los primeros lugares en los Observatorios de Turismo según lo obtenido a través de la encuesta.

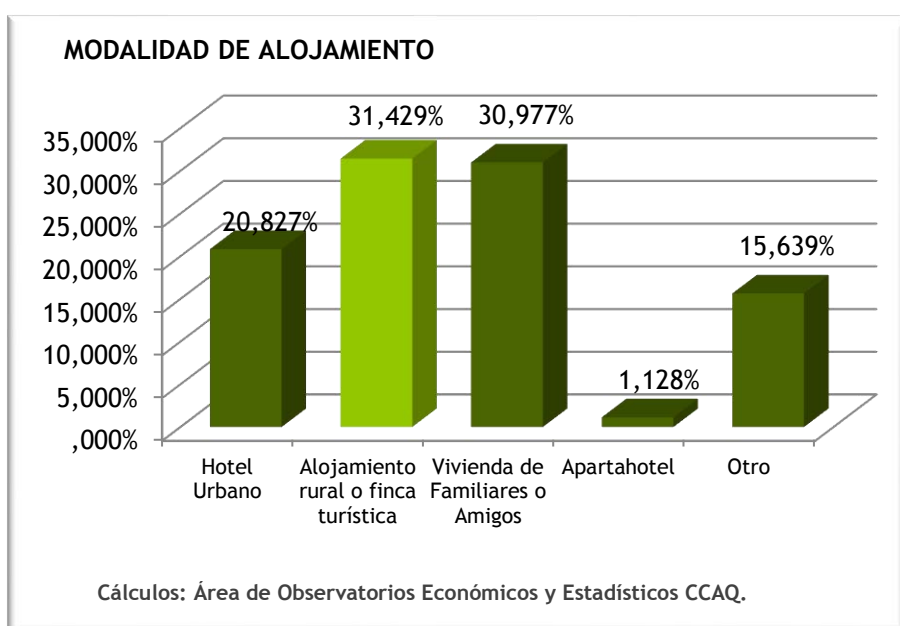
MUNICIPIO DE HOSPEDAJE TURISTAS



Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

■ 2013 ■ 2014

- Respecto a la temporada de fin de año de 2013, no se registraron grandes variaciones en los municipios que los turistas eligen para hospedarse, pues entre los primeros tres lugares permanecen Armenia, Montenegro y Quimbaya respectivamente.
- Una de las variaciones que se presentó fue el desplazamiento del municipio de Salento del cuarto al séptimo lugar durante este año, donde estuvo por debajo de Calarcá, La Tebaida y Circasia.
- Los lugares donde los turistas encuestados manifestaron que se hospedaron en esta temporada coinciden en gran medida con el reporte de Migración Colombia respecto a los pasajeros internacionales, mostrando que tanto extranjeros como nacionales tiene preferencias similares en alojamiento.



Tanto en la temporada de fin de año del 2013, como la del 2014, el alojamiento rural o en finca turística fue elegido por el porcentaje más alto de turistas, ocupando el primer lugar en tipos de hospedaje.

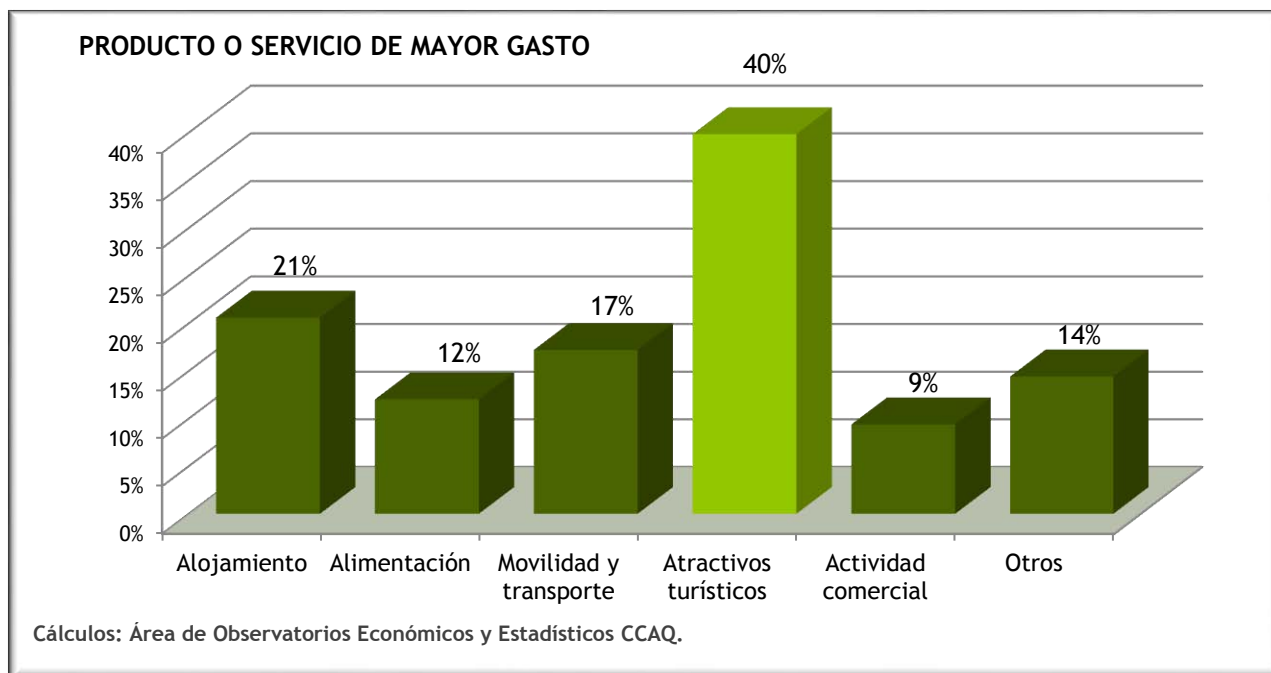
No obstante, en el transcurso del 2014 el alojamiento rural o

finca turística tuvo algunas variaciones en cuanto a la preferencia. Por ejemplo, durante Semana Santa, la vivienda de familiares o amigos ocupó el primer lugar entre los turistas encuestados, seguida del Hotel Urbano; desplazando al alojamiento rural al tercer lugar. Para la temporada de mitad de año, el comportamiento fue similar.

Las viviendas de familia también tuvieron un alto porcentaje de turistas alojados en ellas (30.98%), siendo una diferencia mínima (0.45%), la que las separa de los alojamientos rurales.

Lo anterior es una situación que llama la atención durante esta temporada, ya que el 11.28% de las personas que llegaron por primera vez por motivos de turismo, negocios o trabajo, se alojaron en viviendas de familia, lo que puede significar una nueva tendencia en los tipos de alojamiento.

▪ GASTO EN LA ESTADÍA

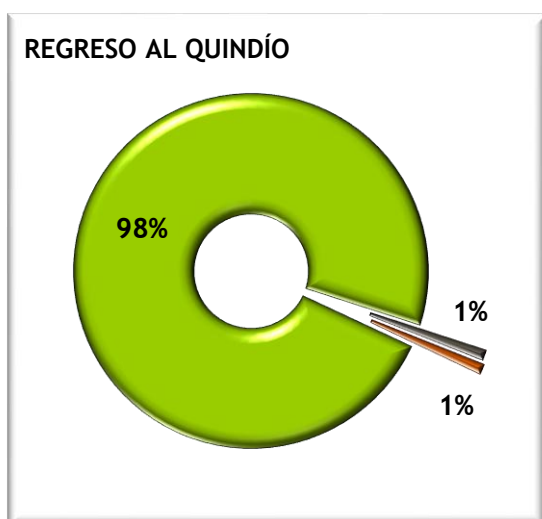


El 40% de los turistas consultados coincidieron en que los atractivos turísticos representaron el mayor gasto durante su estadía en Quindío, teniendo en cuenta los precios de ingreso a algunos parques, lugares o atracciones del departamento.

Dentro del 21% que manifestó que el mayor gasto lo represento el alojamiento, llama la atención que el 32.48% se haya hospedado en viviendas de familiares o amigos, lo que da a suponer que su estadía en estos lugares no fue gratuita.

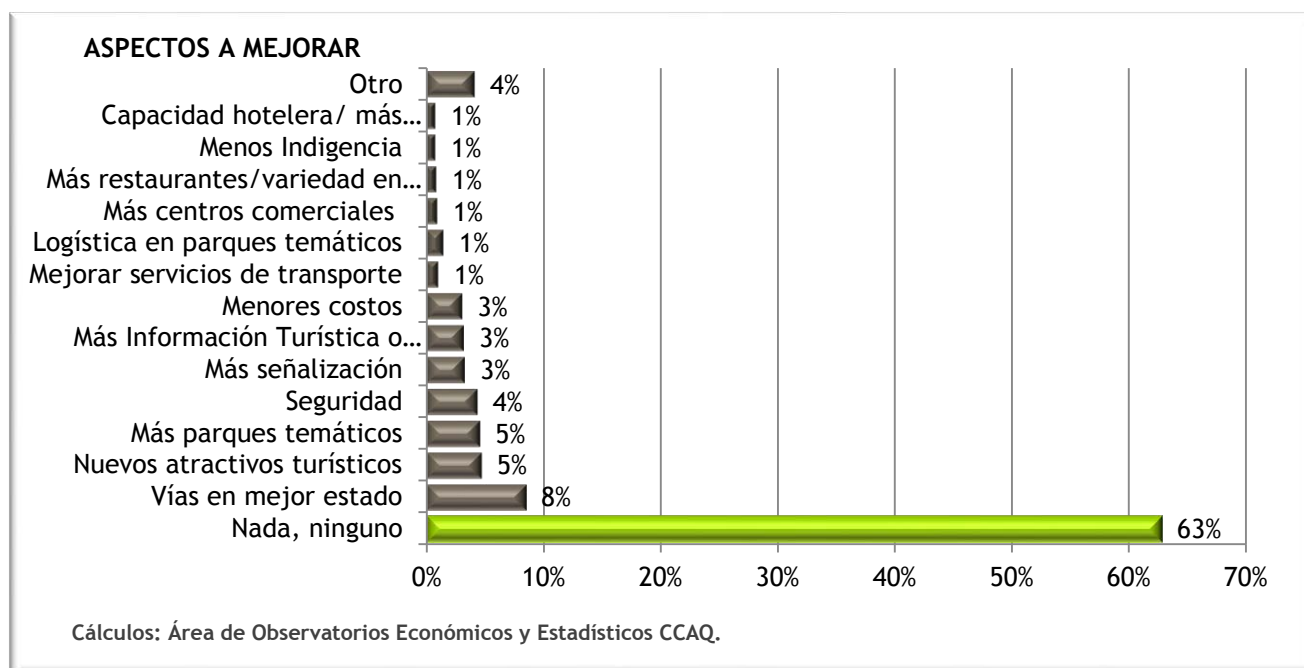
Por otro parte, dentro de ese mismo porcentaje (21%), un 26.27% se encontró hospedado en alojamientos rurales o fincas turísticas.

▪ SATISFACCIÓN CON EL DESTINO



La satisfacción que tienen los turistas y visitantes con el Quindío es alta, ya que un 98% de los consultados estarían dispuestos a regresar al departamento.

Entre las razones que el 2% dio para explicar por qué no regresaría o no sabría si lo haría o no, están los altos costos, pocos atractivos turísticos e inseguridad. No obstante estas opiniones están representadas por 4 personas del total de respuestas negativas.



Más del **60%** de los consultados se encuentran satisfechos con el destino y no hicieron sugerencia alguna. Sin embargo, el **8%** presentó alguna propuesta respecto al estado actual de algunas vías, especialmente de aquellas que conducen hacia los principales atractivos. Este aspecto ha sido la principal incomodidad de algunos turistas en los últimos años.

El **71.43%** de las personas que hicieron alguna sugerencia respecto a las vías del departamento, se movilizaban en vehículo particular.

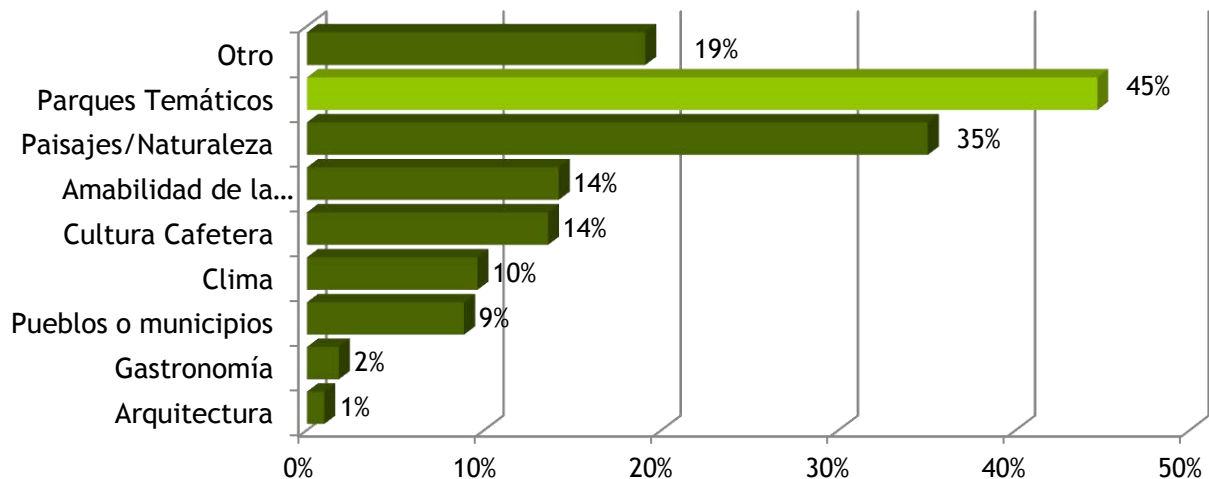
Es importante considerar también que el **10%** de las personas encuestadas manifestaron que durante su próxima visita al departamento, quisieran disfrutar de nuevos atractivos turísticos y más parques temáticos, con el objetivo de tener diferentes alternativas al momento de elegir y visitar nuevos lugares.

INCOFORMIDADES

El **92%** de los encuestados no manifestó inconformidad alguna, sin embargo dentro del porcentaje restante se encontró que los principales descontentos de las personas fueron:

1. Altos costos, precios elevados al turista
2. Indigencia
3. Estado de las vías
4. Inseguridad
5. Otros

PRINCIPALES ATRACTIVOS DEL QUINDÍO



Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

Para los turistas encuestados durante esta temporada, el principal atractivo del Quindío está constituido por sus parques temáticos, así lo señalo el **45%**.

Dentro de los principales atractivos también se encuentran el paisaje y la naturaleza, la gentileza de su gente y la cultura cafetera, los cuales son atributos propios que posee el departamento y atraen cada año a miles de turistas (**72%**).

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL QUINDÍO

972*

*SEGÚN CIFRAS DEL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO A 31 DE DICIEMBRE DE 2014

705

ESTABLECIMIENTOS DE
ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE

Estos establecimientos
representan el 72.53% del total
de operadores registrados

175

 AGENCIAS DE VIAJE

40

GUIAS DE TURISMO

19

OFICINAS DE
REPRESENTACIÓN
TURÍSTICA

12

ESTABLECIMIENTOS
DE GASTRONOMÍA
Y SIMILARES

11

EMPRESAS DE
TRANSPORTE
TERRESTRE
AUTOMOTOR

3

PARQUES
TEMATICOS

1

ARRENDADORES
DE VEHÍCULOS
PARA TURISMO

5

OPERADORES
PROFESIONALES
DE CONGRESOS
FERIAS Y
CONVENCIONES

1

EMPRESA DE TIEMPO
COMPARTIDO Y
MULTIPROPIEDAD

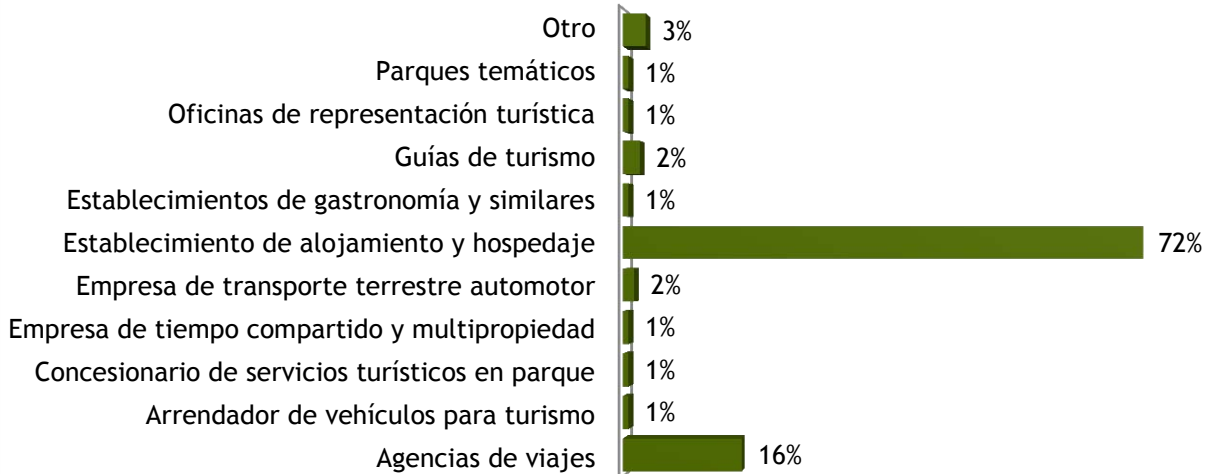
886***

PRESTADORES DE SEVICIOS TURISTICOS

***SEGÚN CIFRAS DEL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO A 31 DE DICIEMBRE DE 2013

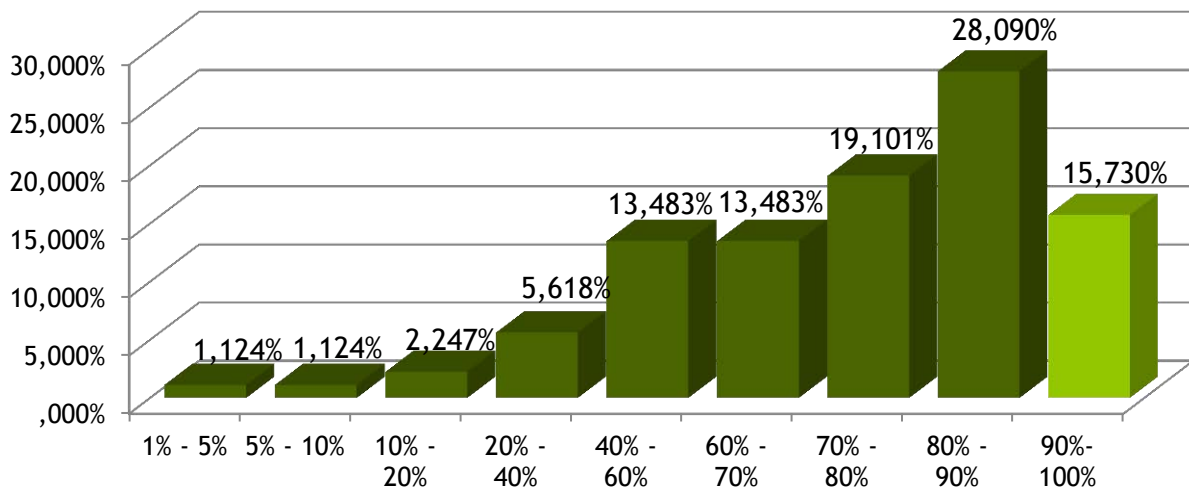
RESULTADOS DE ENCUESTA A OPERADORES TURÍSTICOS

OPERADORES PARTICIPANTES



OCUPACIÓN DE LA TEMPORADA

OCUPACIÓN HOTELERA

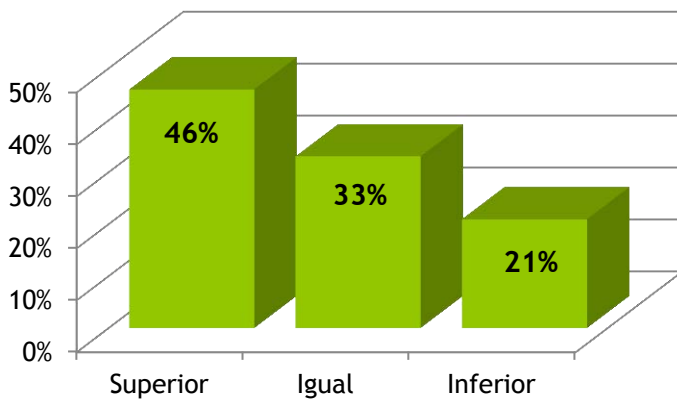


Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

El **43.82%** de los hoteles y alojamientos encuestados señalaron que durante la temporada de fin de año, la ocupación hotelera estuvo entre el **80% y 100%**, reflejando unos resultados muy positivos para el sector. Para el **76.4%** de este tipo de establecimientos la ocupación de esta temporada fue superior al **60%**.

COMPORTAMIENTO DE LA TEMPORADA

VENTAS FRENTE AL 2013

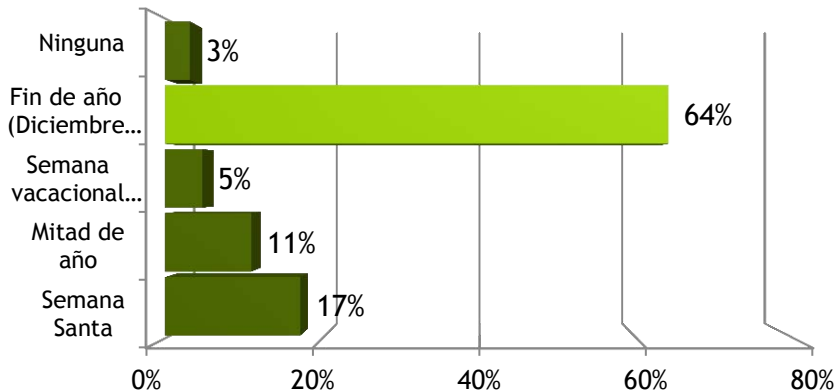


Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

El 46% de operadores turísticos encuestados coincidieron en que las ventas durante la temporada de fin de año del 2014-2015 fueron superiores a las registradas durante el mismo periodo del año 2013.

Para un 33% permanecieron en niveles similares, mientras que para el 21% disminuyeron.

TEMPORADA MAS FUERTE DEL 2014

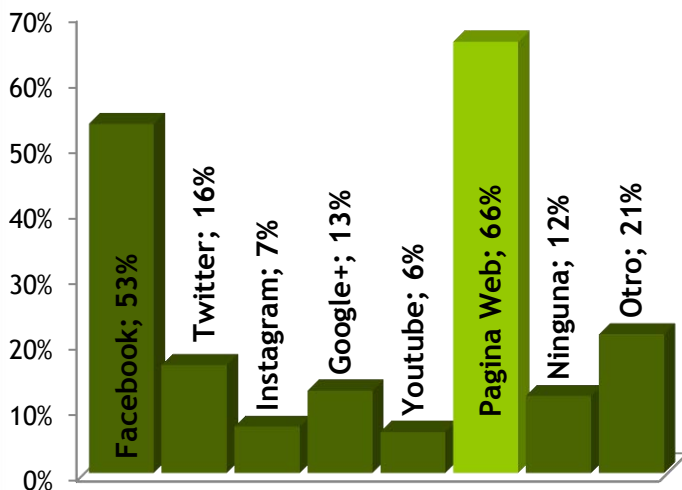


Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

La temporada más fuerte del año para el sector turismo es la de fin de año, comprendida desde diciembre 26 de 2014 hasta enero 12 de 2015, así lo manifestó el 64% de los consultados.

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EMPLEADAS PARA DIFUNDIR INFORMACIÓN

USO DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS



Cálculos: Área de Observatorios Económicos y Estadísticos CCAQ.

La página web con la que cuenta cada establecimiento es la herramienta más utilizada para difundir información actualizada a los usuarios de los servicios ofrecidos. Más del 65% de los consultados emplean esta herramienta. La red social Facebook, es también ampliamente usada por los operadores: más de la mitad de ellos la emplean.

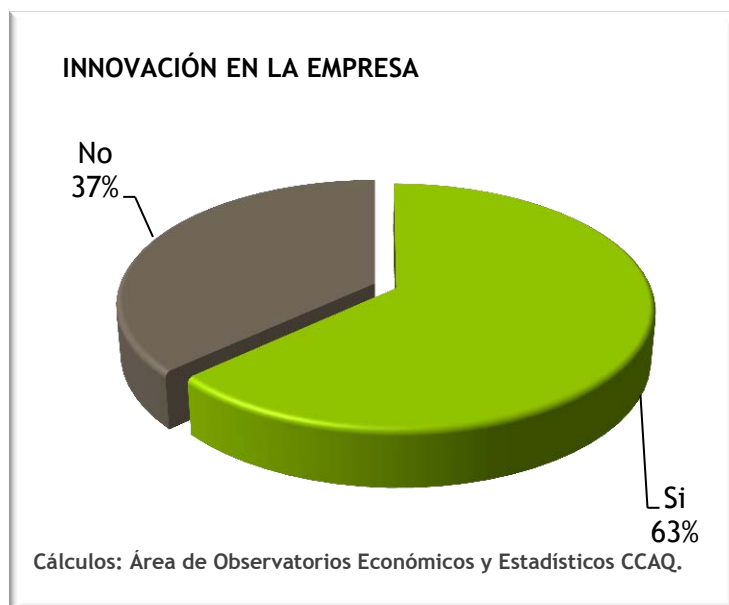
■ INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURISMO

Más del **60%** de los operadores señalaron que han innovado en su empresa durante los últimos años, reflejando que hay un alto interés en el sector por estar a la vanguardia.

El principal aspecto en el que prestadores de servicios turísticos consideran que han innovado es en la parte de infraestructura física de las empresas (**37%**), manifestando que se habían hecho mejoras en esta área.

Por otra parte, la inversión en publicidad y la presencia en redes sociales también fueron factores que destacaron los encuestados como parte del proceso de innovación que realizan (**21%**). Los consultados también señalaron que se presentó innovación a través de procesos como:

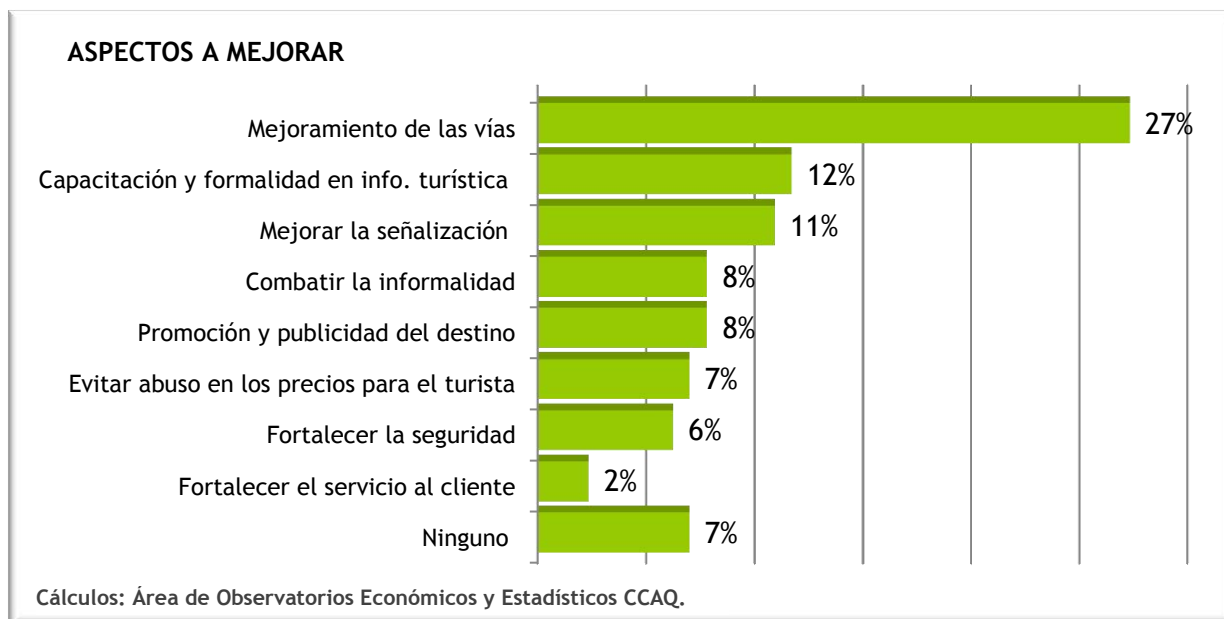
- | | |
|--------------------------------|-----|
| • Mejoramiento del servicio | 19% |
| • Inversión en tecnología | 15% |
| • Nuevos productos o servicios | 9% |
| • Desarrollo sostenible | 4% |
| • Certificación en calidad | 2% |



RAZONES MANIFESTADAS POR LOS OPERADORES QUE NO HAN INNOVADO

- Dentro de las razones que expresaron aquellos que no han innovado en sus establecimientos, se encuentra que la principal razón es porque está en proceso de planeación para ejecutarse a corto plazo (**36%**).
- Otra de las razones manifestadas fue que algunos operadores consideran que no requieren desarrollar ningún proceso de innovación en sus empresas, ya que están satisfechos con su operación (**26%**).
- Es importante considerar cuál es el concepto de innovación que hay entre los operadores de servicios turísticos, ya que se destaca que el **9%** de los encuestados que no han implementado la innovación, argumentan que temen perder la esencia “convencional” o “tradicional” que tiene sus empresas, mostrando en cierta forma resistencia al cambio.
- Otras razones son: No tienen autonomía para innovar (**6%**) y no hay presupuesto (**2%**).

▪ ASPECTOS A MEJORAR EN EL SECTOR



- Tanto los turistas como los operadores coinciden en que el principal aspecto en que debe mejorar el Quindío como destino turístico en el estado de sus vías, la cuales representan dificultades para la movilidad de propios y visitantes (27%).
- Para el 12% de los operadores es de mucha relevancia que la información turística que se brinda sea completa, veraz y que esté en manos de las personas idóneas, que estén certificadas y tengan un amplio conocimiento del destino.
- La señalización (11%) y la informalidad (8%), son aspectos muy destacables que se deben mejorar para lograr un destino más competitivo y garantice el retorno de los turistas.
- Llama la atención que incluso el tema de los altos precios hacia los turistas esté presente incluso entre los mismos prestadores de los servicios turísticos (7%), ya que ellos consideran que es un factor de gran influjo para la satisfacción de los clientes.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El Quindío es un destino que por sus parques temáticos, atributos naturales y cultura cafetera atrae cada año a miles de turistas nacionales y extranjeros a disfrutar del ocio y esparcimiento.
- El turismo del Quindío está ampliamente concentrado en tres lugares, como los son el Parque del café, PANACA y el municipio de Salento. Estos son los sitios más visitados por los turistas independientemente de la temporada y considerados los principales atractivos que tiene el departamento. El municipio de Filandia también ha logrado atraer un gran flujo de turistas, mostrando un proceso de crecimiento.
- Armenia, Montenegro, Quimbaya y Salento, son los municipios que mayor flujo de visitantes tienen durante las temporadas turísticas debido a los atractivos turísticos que albergan en su territorio y el amplio reconocimiento que tienen.
- Es importante promover los demás atractivos turísticos que tiene el departamento, a través de la información que se brinda tanto en los Puntos de Información Turística (PIT's), como en los demás medios de promoción. Lo anterior con el objetivo de:
 - Ofrecer diferentes alternativas a los turistas, ya que un alto porcentaje manifestó su deseo por encontrar nuevas atracciones y lugares para visitar.

Por tal razón, las rutas temáticas y experienciales con las que cuenta el Departamento y su gran potencial para fomentar el turismo, constituyen un nuevo atractivo para propios y visitantes, puesto que destacan los aspectos más sobresalientes de la región y permiten conocer la cultura y el modo de vivir de sus habitantes.

No obstante, más del **75%** de las personas consultadas desconocen la existencia de estos recorridos, reflejando que existe una falta de promoción y explotación de los diversos atractivos que conforman el departamento, y que en consecuencia limitan la oferta turística y las oportunidades que tiene el destino de destacarse aún más en el ámbito nacional e internacional.

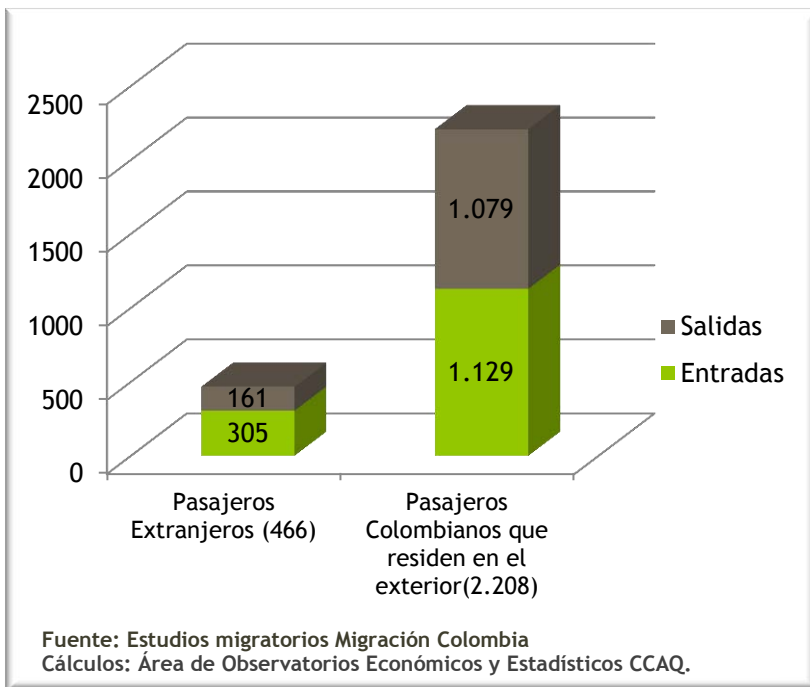
- Promover el turismo en todos los municipios del departamento que, a pesar de contar con atractivos, no gozan del reconocimiento suficiente para atraer grandes volúmenes de personas.
- Diversificar la oferta turística del departamento y atraer nuevos nichos de mercado que involucren a turistas que buscan experiencias diferentes a las

convencionales y se sienten atraídos por espacios menos concurridos y más naturales.

- Es importante ejercer mayor control sobre la informalidad en el sector turismo, pues no solo afecta a los prestadores de los servicios, sino además a los visitantes que presentan inconformidades en cuanto a la calidad de los servicios y la inseguridad.
- Se debe prestar una especial atención a los alojamientos y hospedajes que se ofrecen en el Quindío y verificar la formalidad de los mismos, ya que durante esta temporada las viviendas de familia tuvieron gran acogida entre las personas que llegaban por primera vez al departamento por motivos diferentes a la visita de familiares o amigos. Además, algunos de ellos señalaron que el mayor gasto los había representado el alojamiento, implicando un cobro por el uso de la vivienda.
- El estado de las vías continúa siendo el principal aspecto que se debe mejorar según los visitantes y los prestadores de los servicios, pues dificultan la movilidad de propios y visitantes.
- La atención también se debe concentrar en temas como nuevos atractivos, mayor seguridad, mejor señalización hacia los lugares de interés y mayor información turística, ya que fueron los aspectos más destacados durante esta investigación por parte de los visitantes.

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL DESTINO

FLUJO DE PASAJEROS AÉREOS VUELOS INTERNACIONALES (DICIEMBRE 2014)



Durante el mes de diciembre de 2014, se movilizaron por el aeropuerto El Edén **2.764** pasajeros, de los cuales el **16.85%** fueron extranjeros y el **79.88%** Colombianos que residen en el exterior

Respecto a diciembre de 2013, el flujo de pasajeros se incrementó en un **8.94%**, ya que durante aquella temporada transitaban por este aeropuerto **2.537** pasajeros.

NACIONALIDAD DE LOS PASAJEROS INTERNACIONALES QUE LLEGARON A COLOMBIA

Nacionalidad	Total
TOTAL GENERAL	177.716
Estados Unidos de América	45.932
Venezuela	39.504
Ecuador	13.433
Brasil	12.207
México	10.114
Argentina	9.776
España	9.473
Perú	9.114
Chile	7.513
Canadá	5.935
Alemania	5.198
Francia	4.785
Panamá	4.732

Durante el mes de diciembre llegaron a Colombia pasajeros internacionales que provenían principalmente de Estados Unidos, Venezuela, Ecuador y Brasil; que se dirigirían hacia los diferentes departamentos del país.

Fuente: Estudios migratorios, Migración Colombia