

OBSERVATORIO

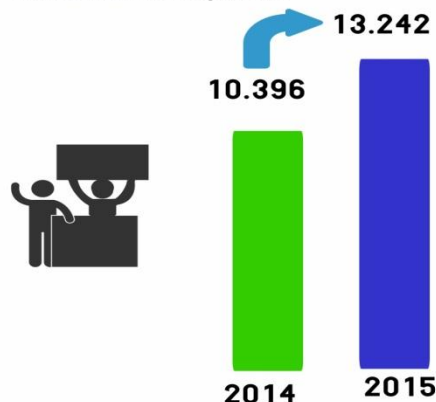
DE TURISMO

Versión 32



CÁMARA DE COMERCIO
DE ARMENIA Y DEL QUINDÍO





Respecto al 2014
se incrementó en
21.49%

La información que se presenta a continuación corresponde a la recolectada entre el día 28 de marzo hasta el 5 de abril de 2015 y es presentada por el boletín de prensa de la gobernación del Quindío.

Fuente: Boletín de prensa
Gobernación del Quindío

Usuarios atendidos en los 14 PIT's del Quindío

Terminal de transportes de Armenia



**18.241
Automotores**



**158.958
Pasajeros**

2014

**215.774
Pasajeros**

Transitaron por el Dpto.
cerca de
**200.000
Vehículos**



Información recolectada entre el 01 de enero de 2015 y 31 de marzo de 2015. Fuente RUES Registro Nacional de Turismo

Según el RNT el Quindío cuenta con 170 establecimientos urbanos los cuales poseen 3.926 habitaciones y 2.414 camas.



Así mismo, el Quindío cuenta con 452 establecimientos rurales los cuales poseen 4.300 habitaciones y 10.663 camas



Por lo tanto para esta temporada de semana santa se contaban con 8.226 habitaciones y 13.077 camas disponibles para alojar la demanda turística.



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 32 del estudio que se llevó a cabo durante la temporada turística de Semana Santa, comprendida entre marzo 29 y abril 05 de 2015, con el fin brindar 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, son un importante instrumento de información para el análisis de la dinámica económica de la actividad turística en el departamento. Este ejercicio también permite además, 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.

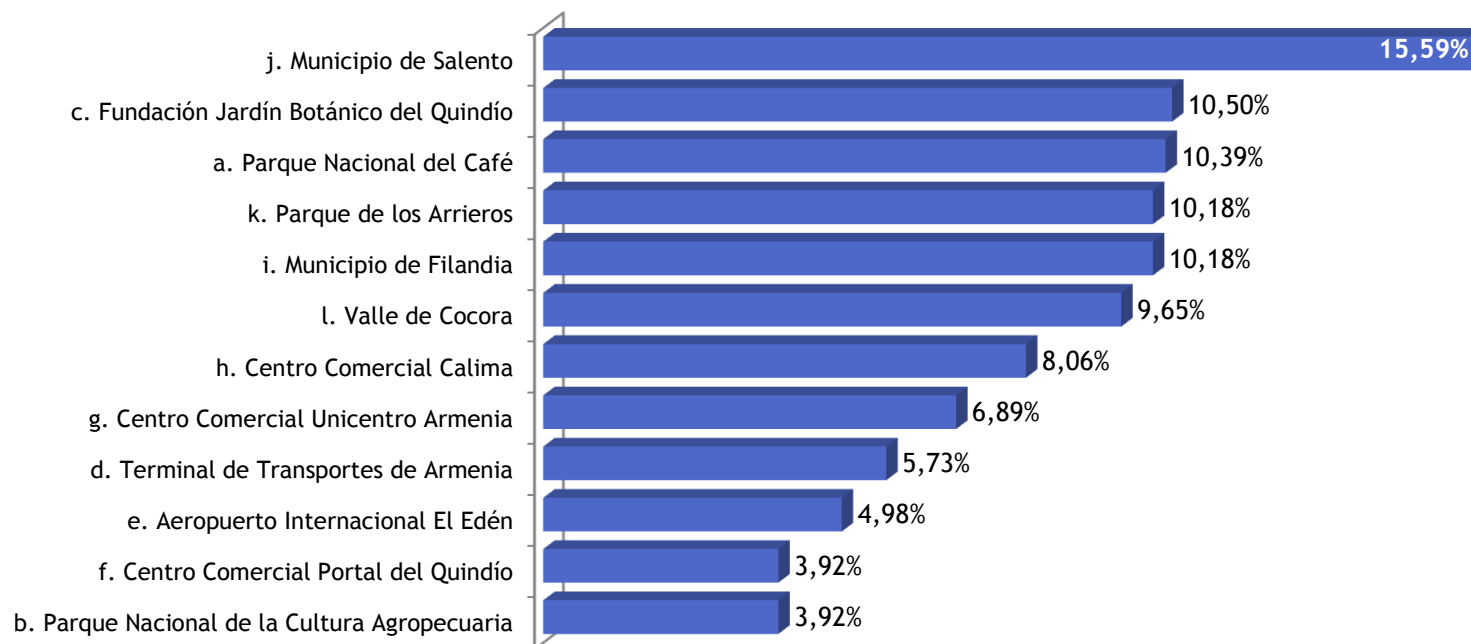
Agradecemos la colaboración del Aeropuerto Internacional El Edén; los centros comerciales: Calima Armenia, Unicentro Armenia y Portal del Quindío; el Jardín Botánico del Quindío, Panaca, Parque Nacional del Café, Parque de los Arrieros y la Terminal de Transportes de Armenia, por permitir la aplicación 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 METODOLÓGICA DE ENCUESTA A TURISTAS

LUGARES DE APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS Y PESO RELATIVO



Total encuestas recolectadas a turistas: 943

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

Margen de error: 4%

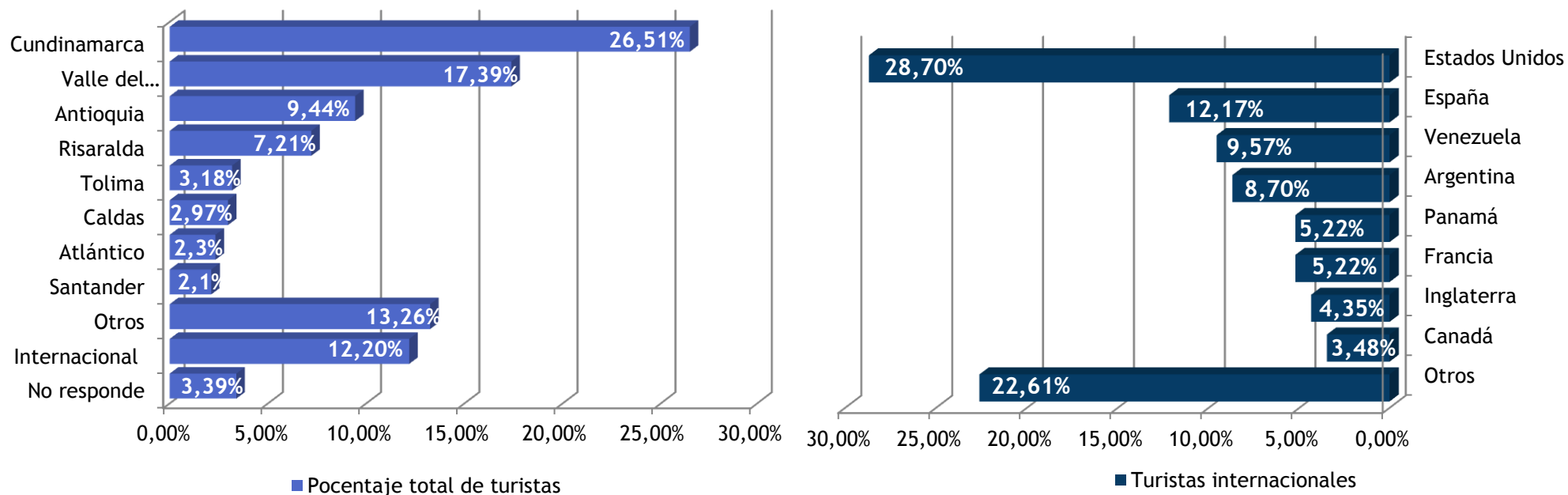
Nivel de confianza: 97%

Muestreo: Probabilístico por método simple

Metodología: Encuesta personal a través de cuestionario estructurado.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA A TURISTAS

PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS



Del total de turistas que se consultaron, el 12.20% fueron extranjeros procedentes principalmente de Estados Unidos, España y Venezuela.

Para la temporada de Semana Santa del 2014, los turistas internacionales procedían de Estados Unidos, España, Argentina y Ecuador

El 65.22% de los turistas internacionales NO eran nativos colombianos



PERFIL DEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS



Mujeres
45.92%

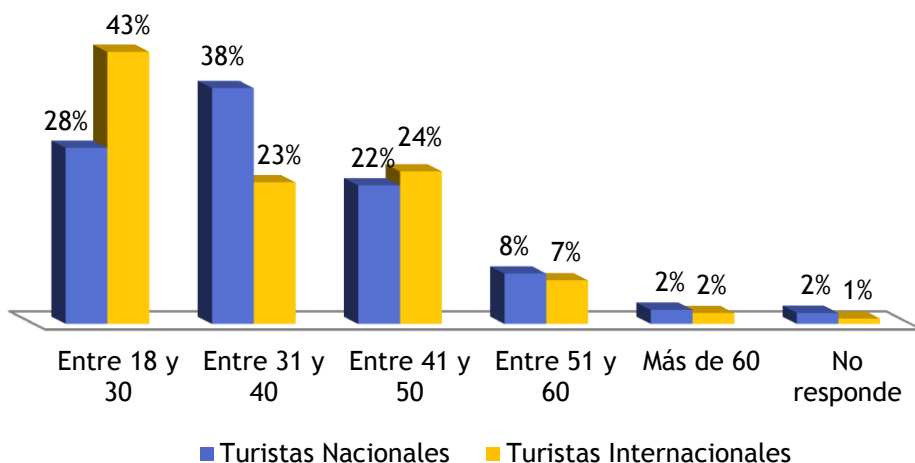
SEXO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS INTERNACIONALES	NO ESPECIFICA	TOTAL
FEMENINO	425 (53.01%)	68 (59.13%)	17	510
MASCULINO	371 (46.23%)	47 (40.87%)	15	433



Hombres
54.08%

Para esta temporada, tanto en los turistas nacionales como en los internacionales, hubo mayor participación de los hombres que de las mujeres.

EDAD

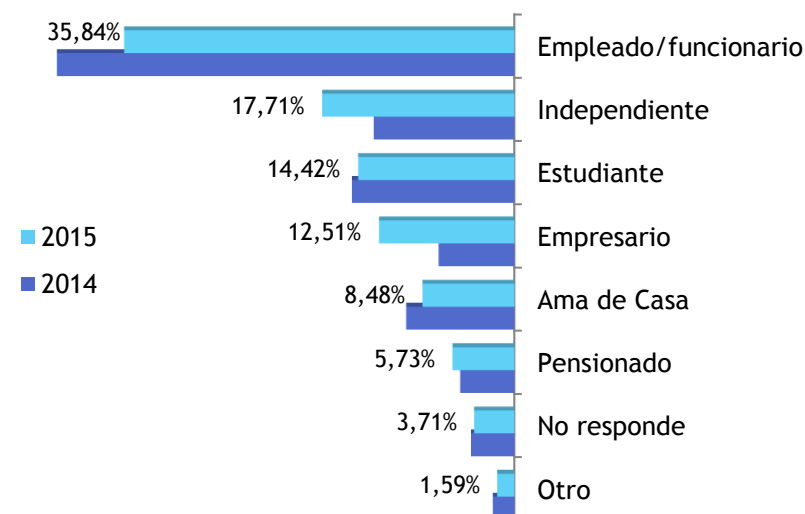


La edad de los turistas que visitan el departamento ha estado en el rango de 31 a 40 años a lo largo del tiempo, sin embargo, respecto a los turistas internacionales se tuvo mayor participación de personas más jóvenes que están entre los 18 y 30 años.

Tanto en el 2015 como en el 2014, se ha contado con mayor afluencia de empleados o funcionarios.

No obstante, se presentó mayor afluencia de personas que trabajan de forma independiente y de empresarios, que durante el 2014.

OCUPACIÓN



MOTIVO DE VISITA Y ESTADÍA

MOTIVO DE VISITA



Turismo/descanso



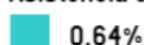
Visita familiares/amigos



Negocios/trabajo



Asistencia a un evento



El principal motivo por el cual llegaron los turistas al departamento fue el turismo o el descanso, así como la visita a familiares o amigos.



Los motivos de viaje no varían entre los turistas nacionales e internacionales para esta temporada del año, no tienen relación con la edad, sexo o profesión de los visitantes.

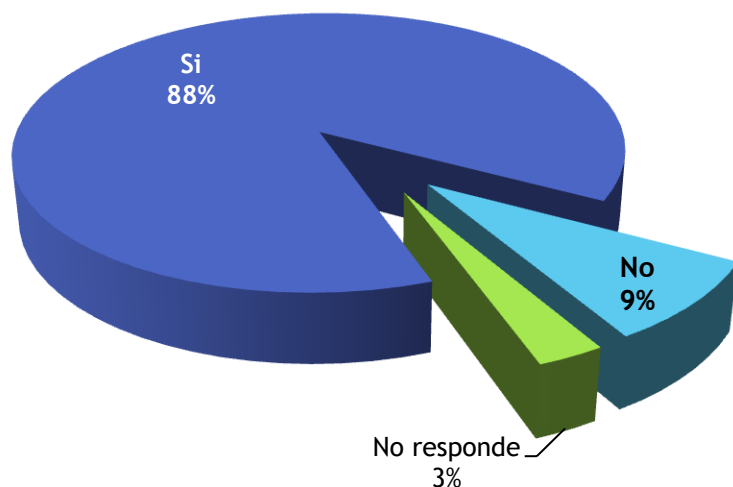
TIEMPO DE PERMANENCIA	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS INTERNACIONALES	NO ESPECIFICA	TOTAL
1 DÍA	97 (12.19%)	4 (3.48%)	2	103 (10.9%)
2 A 3 DÍAS	263 (33.04%)	39 (33.91%)	11	313 (33.2%)
4 A 6 DÍAS	301 (37.81%)	23 (20%)	15	339 (35.9%)
7 A 10 DÍAS	95 (11.93%)	16 (13.91%)	1	112 (11.9%)
MÁS DE 10 DÍAS	27 (3.39%)	30 (26.09%)	1	58 (6.2%)
NO RESPONDE	13 (1.63%)	3 (2.615)	2	18 (1.9%)



Durante la Semana Mayor, los turistas deciden pernoctar en el Quindío por un periodo de 4 a 6 días, así lo afirmó el 35.9%, no obstante un alto porcentaje permanece por un tiempo más corto (2 a 3 días). Solo el 18.03% de los visitantes señalaron que permanecerían en el Departamento por más de 7 días

Aunque los turistas internacionales pernoctan por un periodo de 2 a 3 días (33.91%), un porcentaje muy alto se queda en el destino por más de 10 días (26.09%).

HOSPEDAJE EN EL QUINDÍO



Más del **85%** señalaron que se hospedaron en el Quindío

Solo un **12.19%** de los encuestados permanecerían en el departamento por un día

Se deduce que el destino para esta temporada tiene muchos más turistas que visitantes.

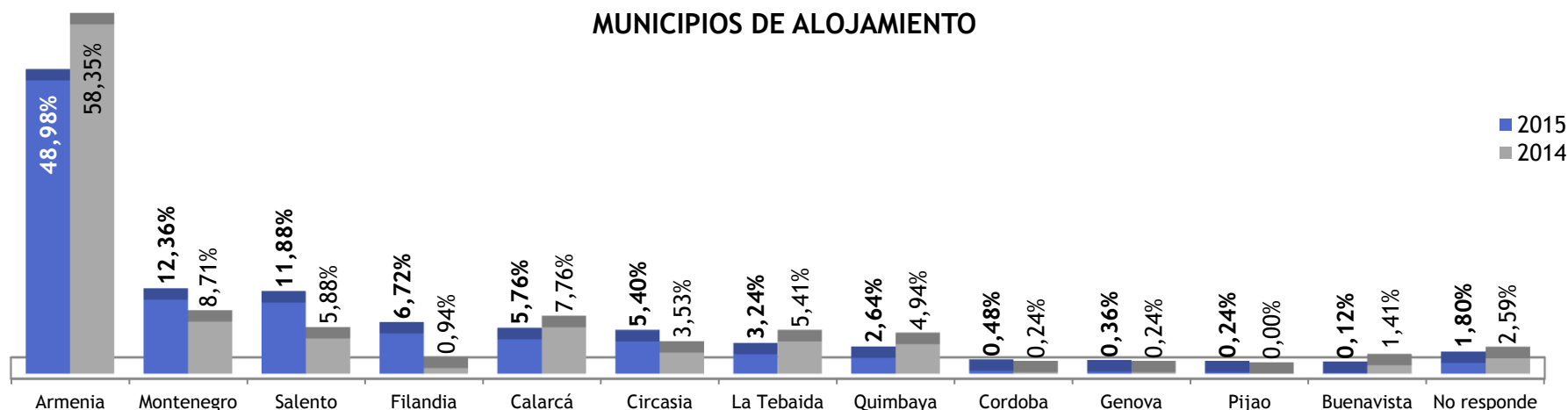
El Quindío no es un lugar de tránsito al que las personas llegan por un pasadía, sino al cual las personas llegan con intención de conocer y pernoctar en él.

Según el RNT el Quindío tenía para esta temporada **8.226** habitaciones y **13.077** camas disponibles para alojar a los turistas.

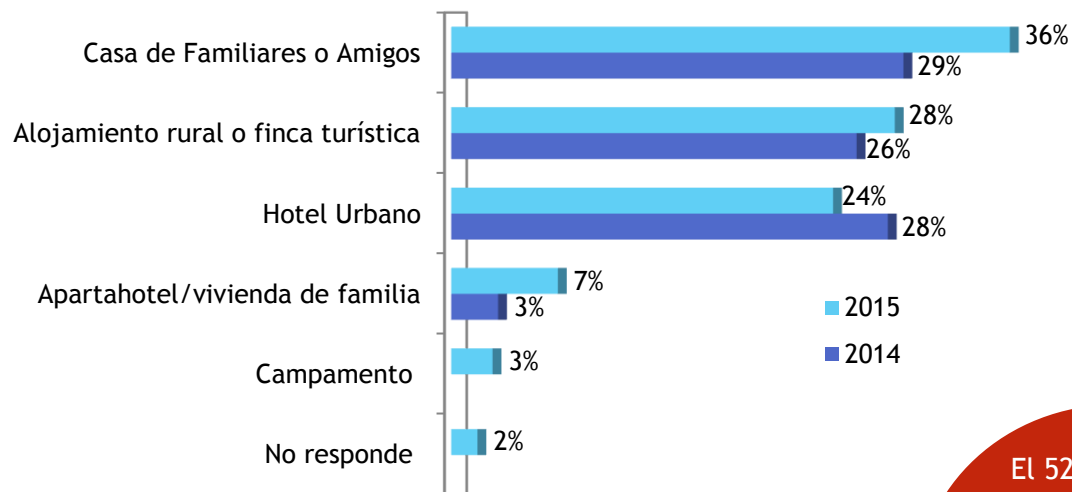
La ciudad de Armenia albergó al **49%** de los turistas encuestados de la temporada y continúa siendo la principal ciudad en donde las personas prefieren alojarse.

Respecto a la Semana Santa del 2014, el municipio de Calarcá tuvo un desplazamiento del tercer al quinto lugar en cuanto los turistas alojados en él, siendo reemplazado por Salento.

MUNICIPIOS DE ALOJAMIENTO



MODALIDAD DE HOSPEDAJE

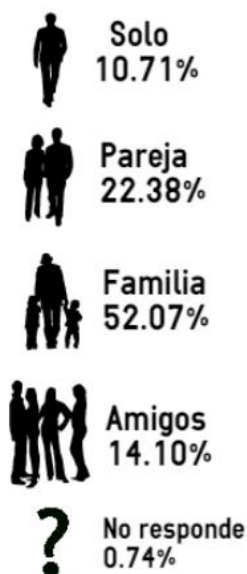


Para esta época se contaban con 170 hoteles urbanos y 452 alojamientos rurales registrados en RNT a 31 de marzo de 2015.

Tanto en la temporada del 2014 como en la del 2015, el hospedaje en la casa de familiares o amigos fue la principal modalidad de alojamiento.

El alojamiento rural fue la segunda modalidad preferida entre los turistas de esta temporada. En la temporada del 2014 fue el hotel urbano.

COMPañÍA DE VIAJE



El 52.63% de las personas que visitaron el Depto. por motivos de negocios, trabajo o asistencia a un evento, se alojó en un hotel urbano

El principal alojamiento escogido por los turistas internacionales también fue la casa de familiares o amigos (37.04%)

El 52.17% de los hospedados en casa de familiares o amigos, llegaron al Quindío a visitar a sus familiares o amigos

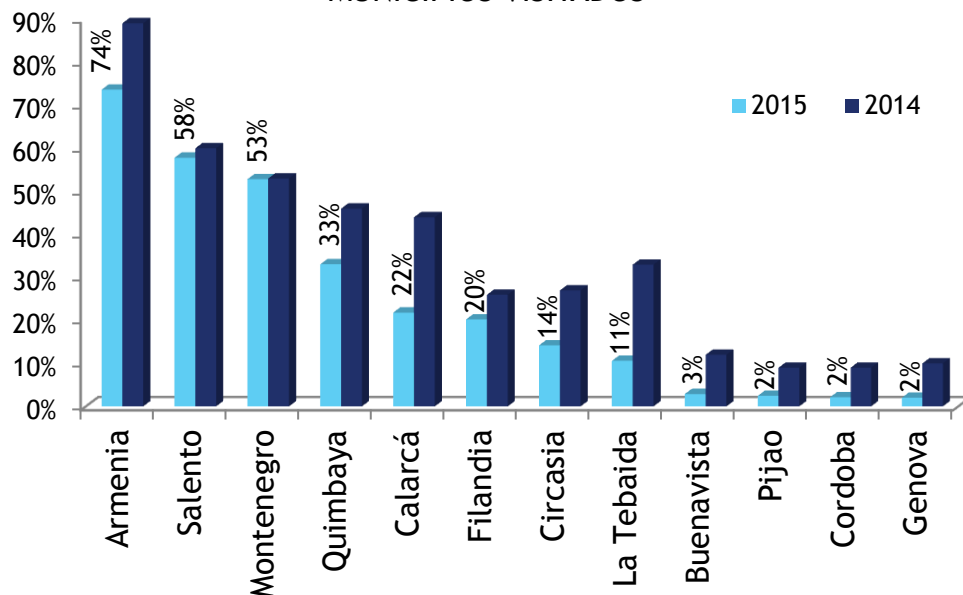
En promedio los grupos familiares que visitan el Quindío están compuestos por 4 o 5 personas.

Los viajeros internacionales también disfrutaron del Quindío en compañía de su familia.

El 54.14% de las personas que viajaron en compañía de amigos tienen entre 18 y 30 años.

MUNICIPIOS Y ATRACTIVOS VISITADOS

MUNICIPIOS VISITADOS



Los atractivos más concurridos para esta temporada fueron el Parque del Café, Salento y Panaca, se destaca la participación de los centros comerciales de la ciudad de Armenia.

El 85.34% de los turistas internacionales visitaron el Valle de Cócora y Salento.

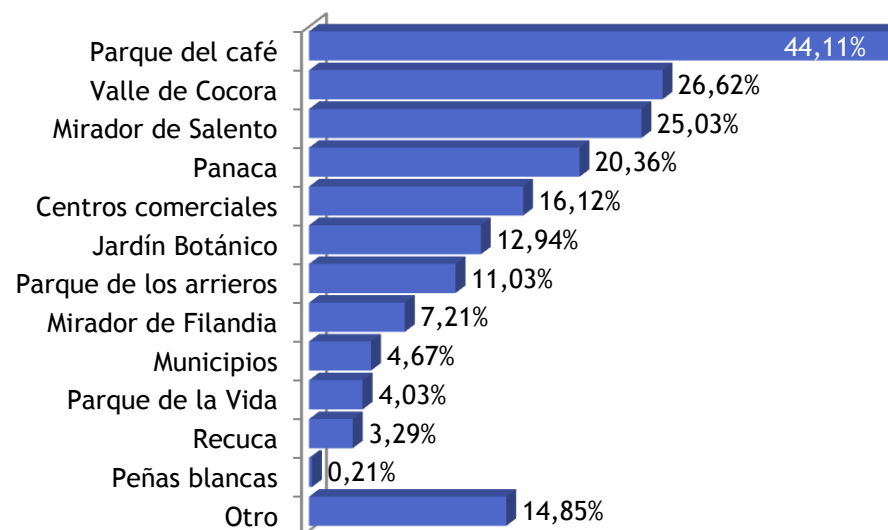
Los principales atractivos turísticos que tiene el Dpto. son visitados tanto por turistas nacionales como por los internacionales.

Los municipios más visitados tanto en esta temporada, como en la de 2014, continúan siendo Armenia, Salento, Montenegro, Quimbaya y Calarcá.

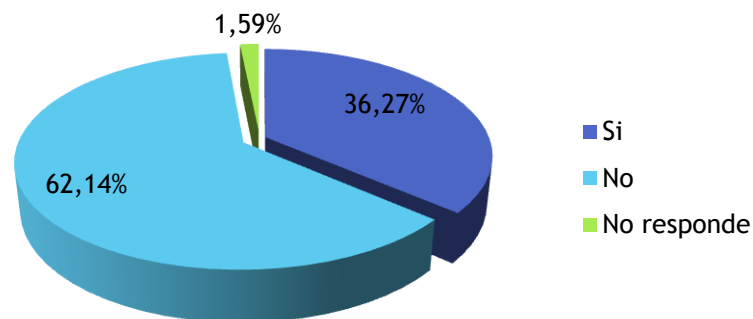
Dentro de los municipios más visitados se encuentran 3 de los que mayor personas alojadas tuvieron en Semana Santa, lo cuales son Armenia, Montenegro y Salento.

Los atractivos turísticos que hay en cada municipio también tienen una estrecha relación con la motivación de los turistas para visitarlos.

ATRACTIVOS VISITADOS



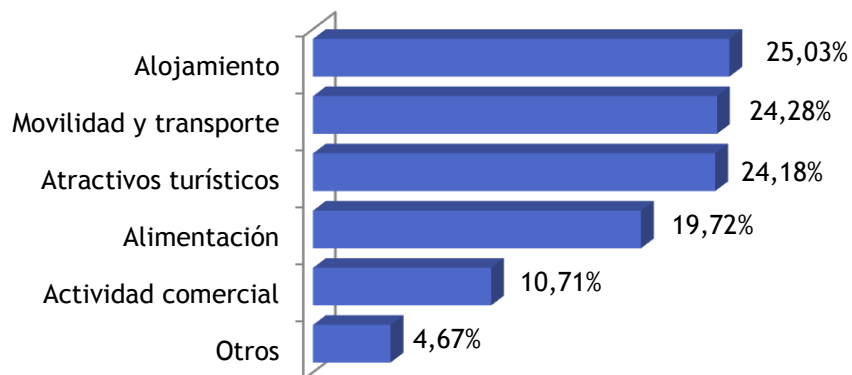
CONOCIMIENTO DE LAS RUTAS TEMÁTICAS Y EXPERIENCIALES



La presencia de las rutas temáticas y experienciales que ofrece el Quindío como atractivo, es desconocida por el 62.14%.

GASTO DE ESTADÍA

PRODUCTO O SERVICIO QUE REPRESENTÓ MAS GASTO

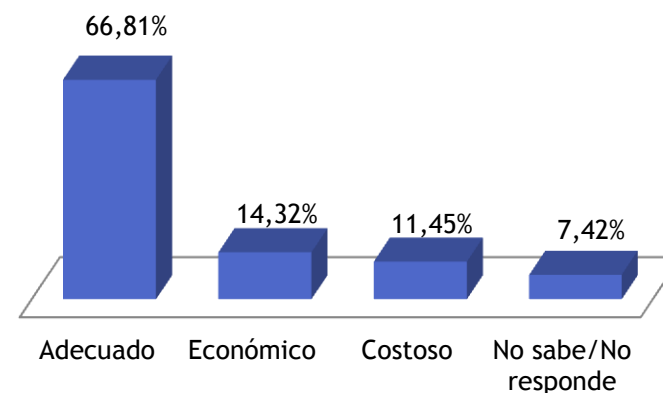


El servicio que mayor gasto represento entre los encuestados fue el alojamiento

Sin embargo hay poca diferencia entre los que consideran que se generó mayor gasto en la movilidad y transporte y los atractivos turísticos

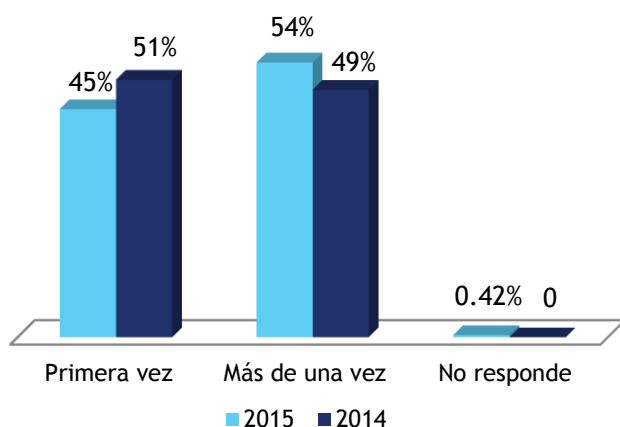
La mayoría de los turistas consideran que las vacaciones en el Quindío tienen un costo adecuado teniendo en cuenta su oferta frente a la de otros destinos del país.

CALIFICACIÓN DEL DESTINO FRENTE A OTROS



RETORNO DE LOS TURISTAS Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE

RETORNO DE LOS TURISTAS

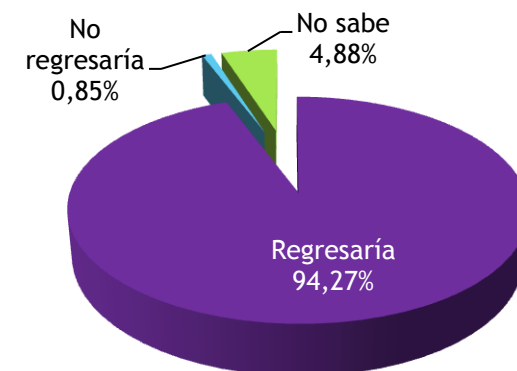


Para esta temporada se presentó mayor retorno de los turistas que en la Semana Santa del 2014, ya que un 54% manifestó haber estado en el departamento en más de una ocasión.

Asimismo, el retorno es frecuente, ya que un 39.57% estuvo el Dpto. hace menos de 1 año

El retorno de los turistas demuestra la satisfacción de los mismos con el destino

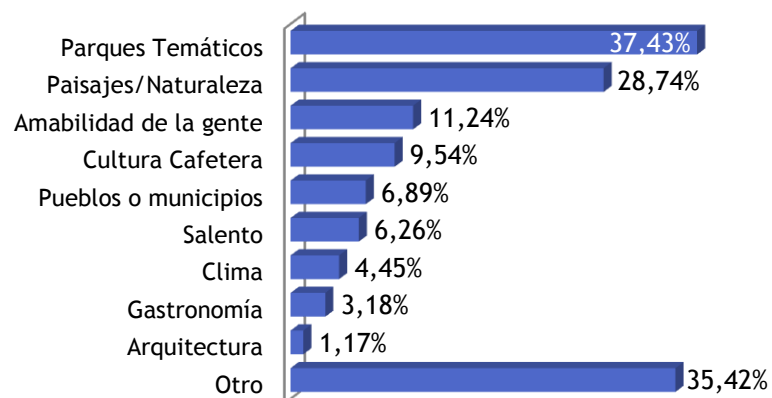
SATISFACCIÓN CON EL DESTINO



El deseo de regresar al Quindío fue manifestado por el 94.27% de los encuestados, mostrando un gran índice de satisfacción.

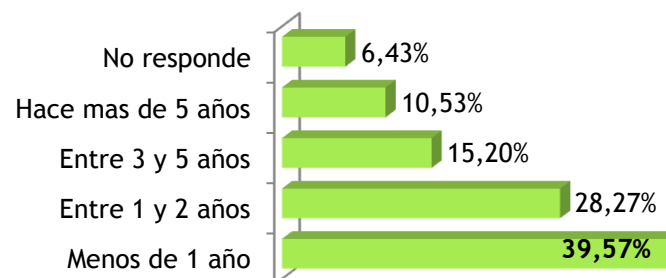
Dentro de las razones señaladas para no regresar, están los costos de los servicios, la atención prestada y el no saber si se tiene la oportunidad de regresar.

MAYORES ATRACTIVOS DEL QUINDÍO



Los parques temáticos, los paisajes, la naturaleza y la amabilidad de la gente quindiana, constituyen los mayores atractivos para los turistas.

ÚLTIMA VISITA AL QUINDÍO



NUEVAS COSAS, ASPECTOS A MEJORAR E INCONFORMIDADES

57.58%

CONSIDERA QUE NO
HAY
ASPECTOS POR
MEJORAR

NUEVAS COSAS O ASPECTOS A MEJORAR SEGÚN EL 42.4%



Vías en mejor estado
10.31%



Más seguridad
5.38%



Nuevos atractivos
turísticos
8.74%



Más parques
temáticos
3.59%



Más señalización
7.40%



Menos indigencia
1.35%



Más información
turística/guías
6.95%



Otros
56.28%

OTROS ASPECTOS POR MEJORAR SEGÚN EL 56.28%

!Mejorar la movilidad!

!Más parqueaderos! **!Parque acuático!**

!Más discotecas y bares!

!Restaurantes vegetarianos!

!Variedad en la gastronomía!

!Mejor infraestructura del aeropuerto!

!Más y mejores hoteles!

!Menores costos!

!Conservar la cultura!

90.46%

**NO PRESENTÓ
INCONFORMIDAD**

OFERTA TURÍSTICA EN EL QUINDÍO

Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje

Los Guías de Turismo vigentes son 20 y su participación dentro del total es de:

2,28%



Dentro de los Establecimientos de Gastronomía, Bares y Restaurantes son 11 registrados, representando dentro del total el:

1,25%



Los Parque Temáticos que cuentan con Registro nacional de turismo son 3 y representan dentro del total el:

0,34%



Los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje registrados y vigentes son 660 y representan dentro del total el:

75,03%

Alojamientos Rurales 452

Alojamientos Urbanos 170



Las Agencias de Viajes y Operadoras Turísticas son 175 registradas, con una participación dentro del total de:

19,95%



Otros prestadores de servicios turísticos aportan dentro del total el:

1,15%

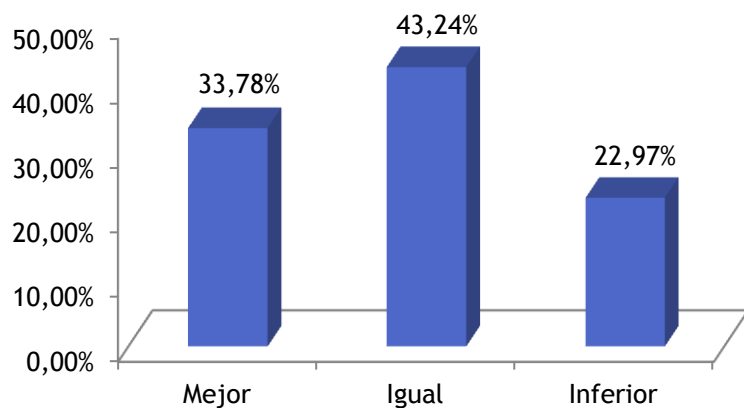


Según cifras del RUES existen vigentes y registrados 879 establecimientos prestadores de servicios turísticos en el departamento del Quindío.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA A ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE

COMPORTAMIENTO DE LA TEMPORADA Y OCUPACIÓN DEL 2014

COMPORTAMIENTOS DE LAS VENTAS RESPECTO AL 2014



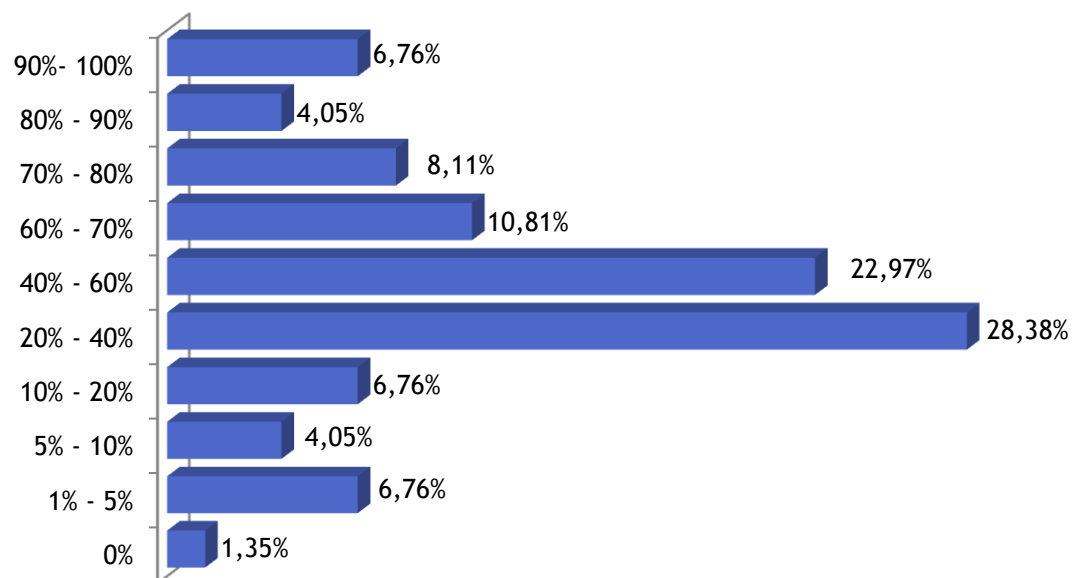
La temporada para los alojamientos presentó un comportamiento estable y no tan negativo, ya que para un 77.02% las ventas fueron iguales o mejores que durante el 2014.

Para el 28.38% de los consultados, la ocupación de la temporada estuvo entre el 20% y el 40% del total de su capacidad

Para un 29.73% la ocupación fue superior al 60%

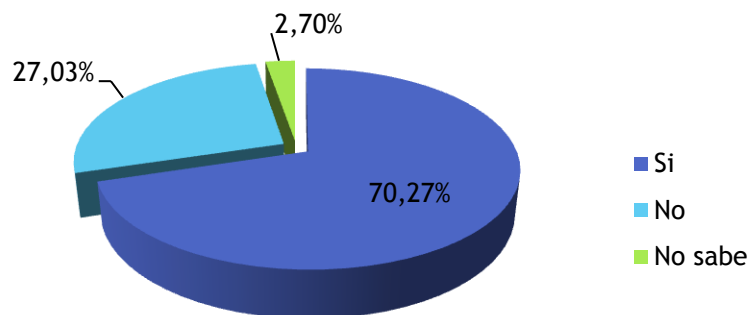
El 10.81% tuvo una ocupación entre el 80% y 100% durante el 2014

PROMEDIO DE OCUPACIÓN DEL 2014



INNOVACION EN LOS ALOJAMIENTOS DEL QUINDÍO

INVERSIÓN O IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE VENTAS PARA EL 2015



La mayor parte de los alojamientos encuestados manifestaron que han implementado alguna estrategia o han realizado alguna inversión para mejorar sus ventas durante el 2015.

El 71.15% de los empresarios que realizaron alguna inversión lo hicieron en el área locativa del establecimiento

La compra de muebles y enseres también fue una de las principales estrategias empleadas por lo empresarios

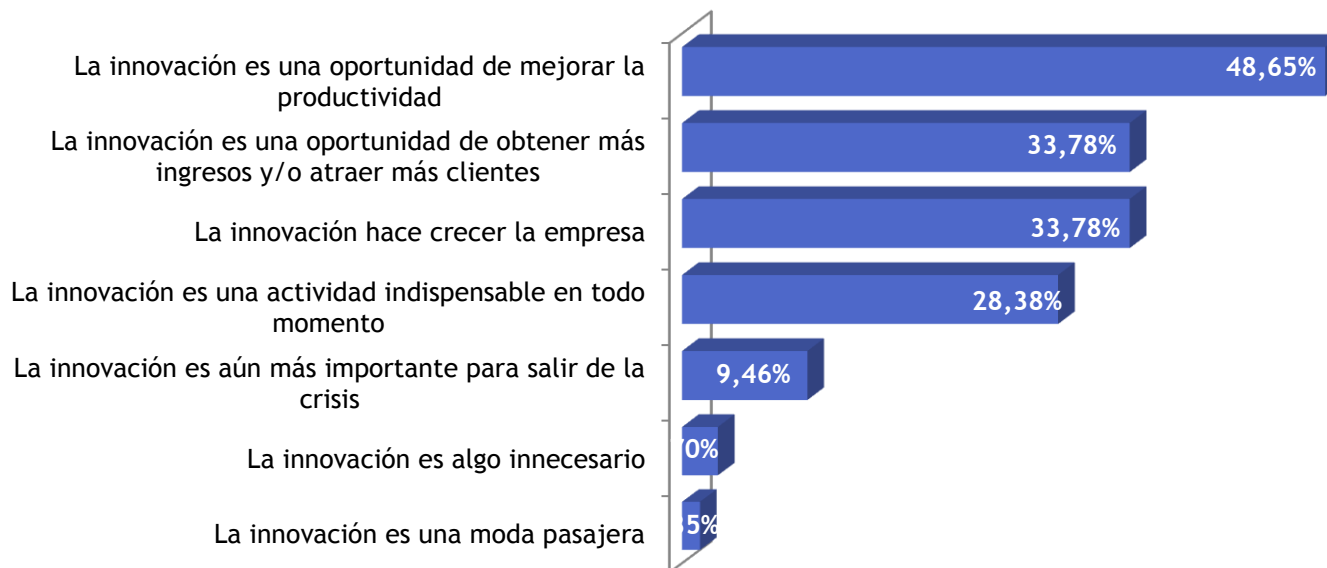
ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS



La presencia en redes sociales fue para el 55.77% de los establecimientos la estrategia para incrementar sus ventas

Se destaca la inversión que hicieron los empresarios en la implementación de nuevos servicios (36.54%), la certificación en calidad (30.77%) y la capacitación del personal (30.77%)

PERCEPCIÓN SOBRE LA INNOVACIÓN

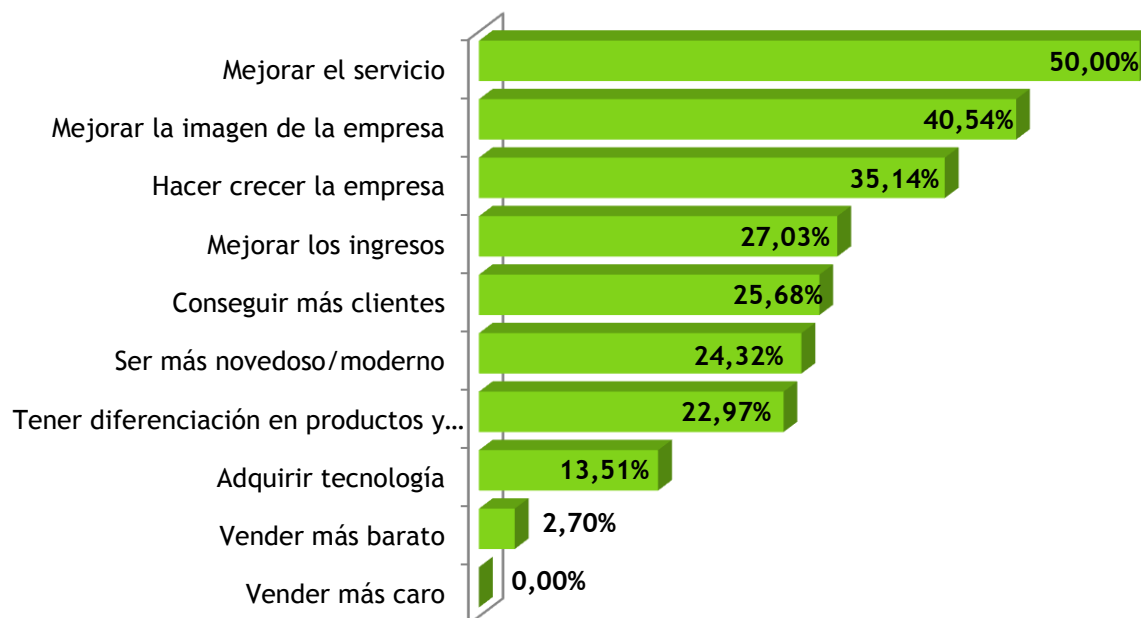


Los empresarios de los alojamientos y hospedajes, consideran que la innovación es una oportunidad que contribuye a que la empresa sea más productiva, que además mejora los ingresos, atrae clientes y hace que la empresa crezca.

El 13.51% de los encuestados, considera que la innovación es importante solo en tiempo de crisis, que es algo innecesario o una moda pasajera.

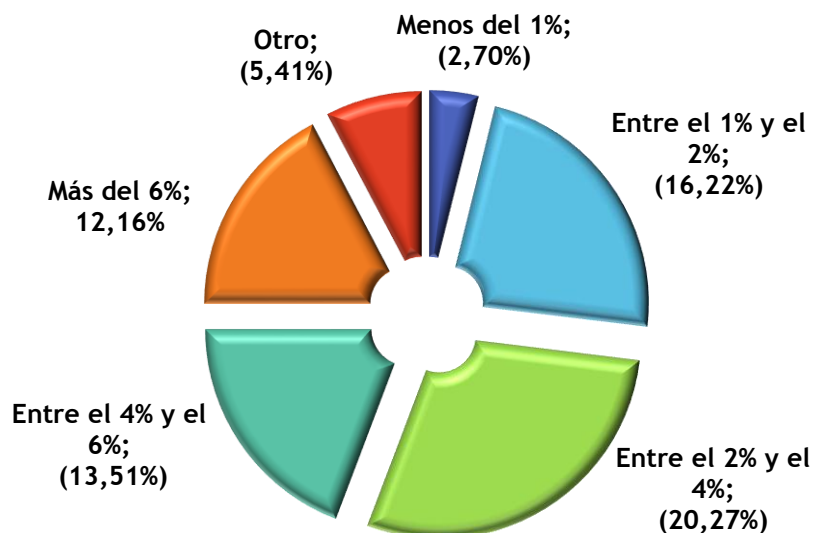
La mayoría de los empresarios encuestados tiene claridad en el concepto de innovación y su relevancia dentro de la empresa.

OBJETIVO DE LA INNOVACIÓN DENTRO LA EMPRESA



La mayor parte de los encuestados considera que la innovación dentro de una empresa, tiene como objeto mejorar el servicio, la imagen de la empresa, mejorar los ingresos y hacerla crecer.

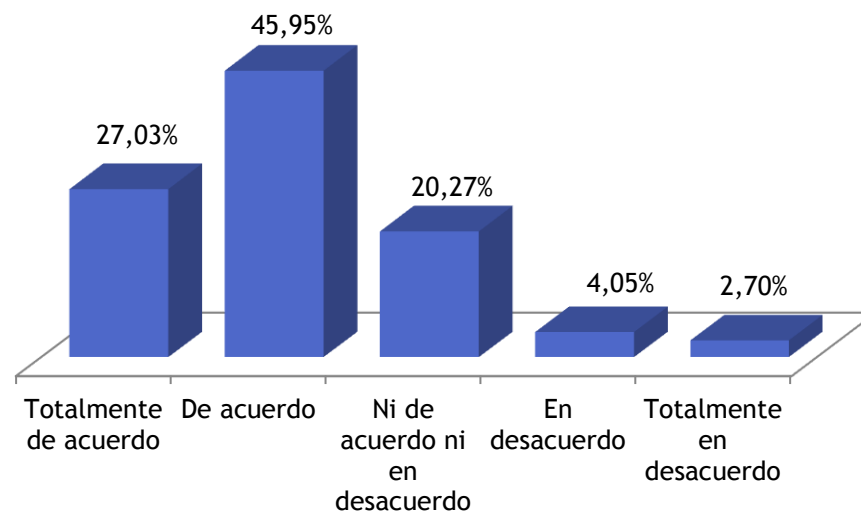
PRESUPUESTO PARA LA INNOVACIÓN



El 20.27% destina entre 2 y 4 por ciento de su presupuesto anual para la inversión en la innovación

El 72.97% de los empresarios consultados, estarían dispuestos a proporcionar información para la implementación de un sistema de medición de indicadores del sector turismo en el Quindío.

DISPOSICIÓN A PROPORCIONAR INFORMACIÓN PARA UN SISTEMA DE MEDICIÓN DE INDICADORES



FLUJO VEHICULAR 2015



MARZO



Temporada baja

Durante este fin de semana ingresaron al municipio **3.773** vehículos entre las 10 AM y las 6 PM



MARZO



Pre-temporada

El fin de semana previo a la temporada alta de Semana Santa, ingresaron al municipio **2.862** vehículos entre las 10AM y las 6PM



ABRIL



Temporada alta

Durante la temporada de Semana Santa, llegaron al municipio **12.689** vehículos entre las 10AM y las 6PM



ABRIL



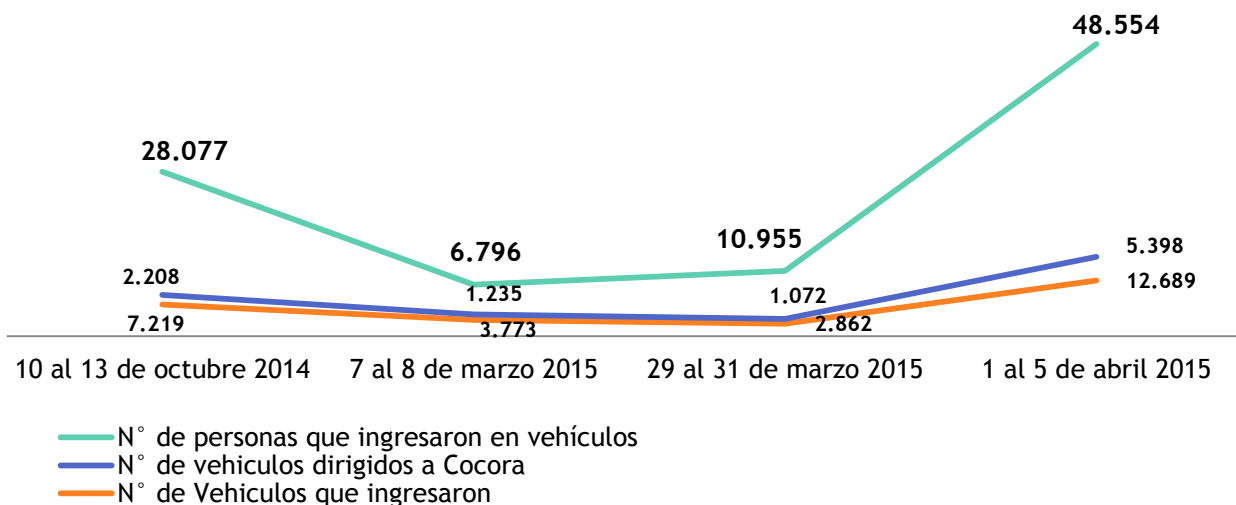
En este periodo ingresaron al municipio de Filandia **8.487** vehículos entre las 10AM y 6PM



FLUJO VEHICULAR SALENTO

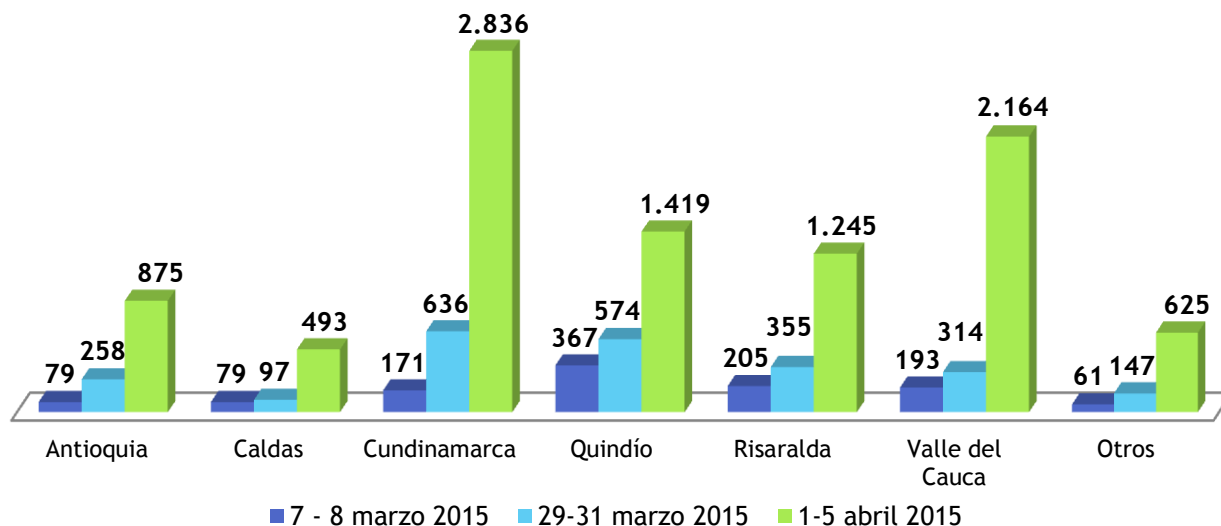
FECHA	DÍA	AÑO	CANTIDAD DE VEHICULOS
Octubre 10	Viernes	2014	693
Octubre 11	Sábado	2014	1.339
Octubre 12	Domingo	2014	3.255
Octubre 13	Lunes	2014	1.932
Marzo 07	Sábado	2015	988
Marzo 08	Domingo	2015	2.785
Marzo 29	Domingo	2015	1.484
Marzo 30	Lunes	2015	440
Marzo 31	Martes	2015	938
Abril 01	Miércoles	2015	1.174
Abril 02	Jueves	2015	3.404
Abril 03	Viernes	2015	3.607
Abril 04	Sábado	2015	2.837
Abril 05	Domingo	2015	1.667

FLUJO VEHICULAR E INGRESO DE PERSONAS A SALENTO



En el fin de semana que tenía como fecha el Día Internacional de la mujer, hubo mayor flujo de vehículos que en el previo a Semana Santa, no obstante ingresaron más personas durante esta última fecha.

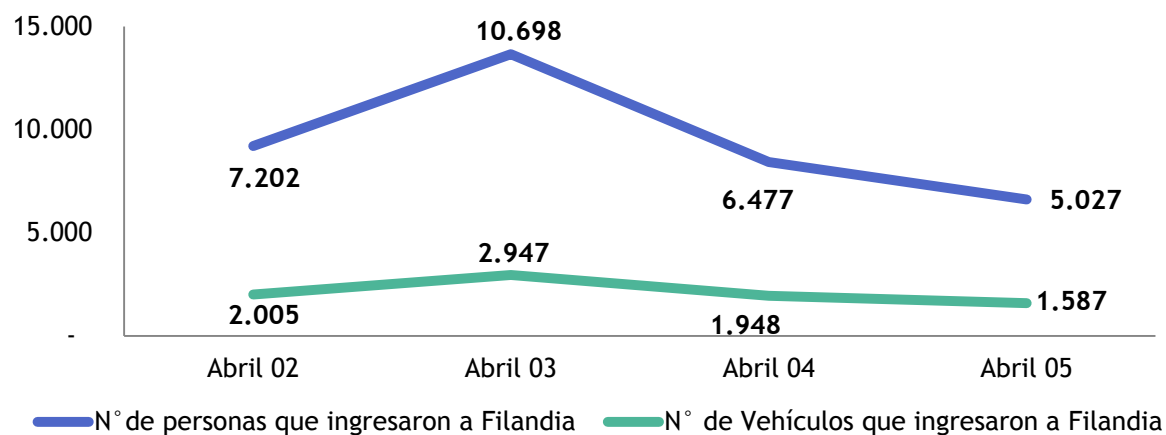
PROCEDENCIA



La procedencia de los vehículos o lo que indican sus matrículas no tiene grandes variaciones según la temporada, siendo los principales departamentos Cundinamarca, Risaralda, Quindío Valle del Cauca y Antioquia

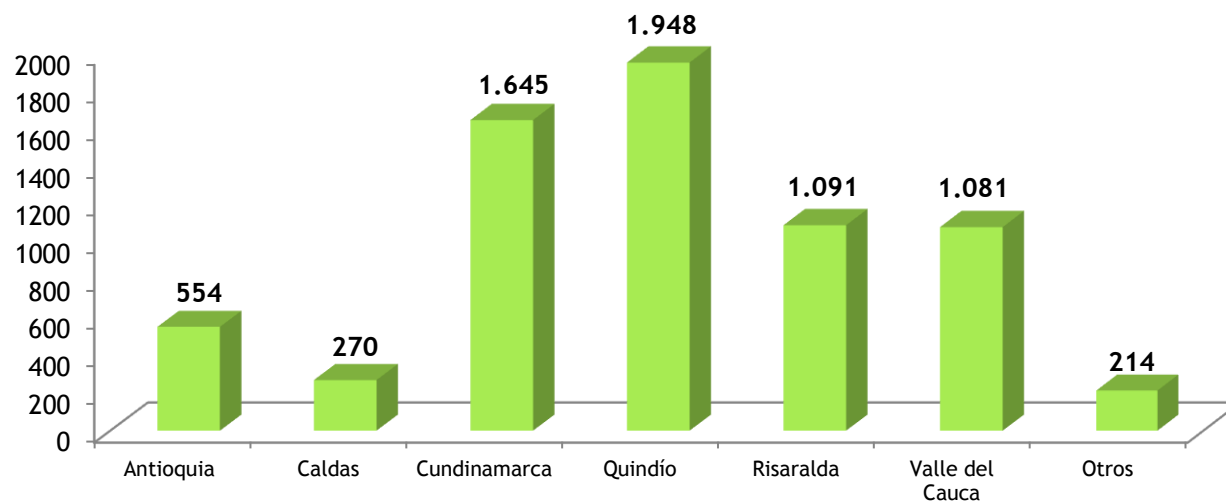
FLUJO VEHICULAR FILANDIA

FLUJO DE VEHÍCULOS E INGRESO DE PERSONAS A FILANDIA



El jueves y viernes santo, fueron los días en los que mayor cantidad de vehículos y personas ingresaron al municipio de Filandia.

PROCEDENCIA



A Filandia ingresaron en mayor cantidad vehículos procedentes del Departamento del Quindío, lo que muestra un consumo interno del producto de turismo.