

OBSERVATOR*i*O DE TURISMO

VERSIÓN

33

Junio - Julio 2015



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

OBSERVATORIO DE TURISMO VERSIÓN 33

MITAD DE AÑO 2015

PRESENTACIÓN

El sector turístico del Quindío se ha convertido en una actividad fundamental en el desarrollo económico de la región y ha sido el sustento de muchas familias agricultoras que han encontrado una alternativa en este sector.

Los elementos culturales, sociales, arquitectónicos e históricos del Quindío; la declaratoria como Patrimonio Cultural de la Humanidad y contar con la primera Ciudad Sin Prisa de Latinoamérica dentro de la Red *Citta Slow*, son factores que han motivado a más personas a conocer esta región y buscar nuevas experiencias en otro tipo de entornos y así lograr el cumplimiento de sus expectativas y la satisfacción de sus necesidades.

Para lograr todos estos objetivos, es fundamental conocer el impacto de la actividad turística sobre la economía local y sus directos implicados y las preferencias de los turistas que marcan las tendencias de una demanda creciente. Para ello, la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío mediante el Observatorio de Turismo, ha desarrollado un proceso de investigación que ha liderado 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).

A continuación se presenta la versión 33 del estudio que se llevó a cabo durante la temporada turística de Mitad de año, comprendida entre 12 de junio y el 20 de julio 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 permite además, identificar la evolución de la oferta y la demanda en el sector y 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 Reveiz
Presidente Ejecutivo

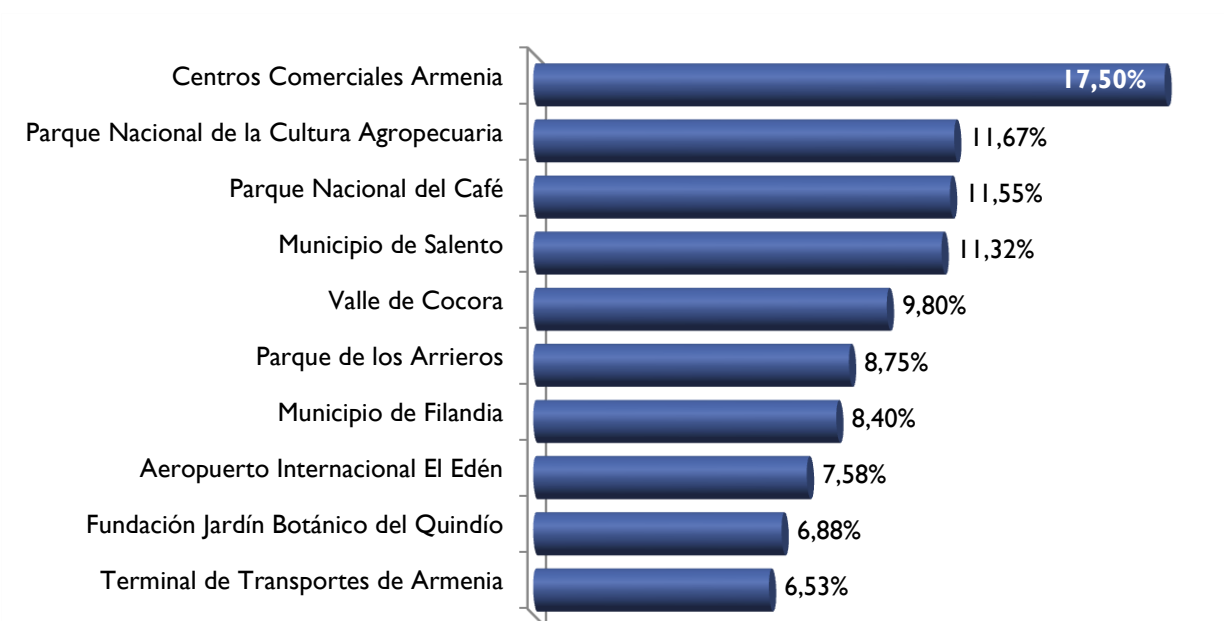
CONTENIDO

CONTENIDO

FICHA TÉCNICA ENCUESTA A TURISTAS	3
LUGAR DE APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS	3
INFORMACIÓN DE LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA PIT'S.....	3
PERFIL DEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS	5
PROCEDENCIA.....	5
PROCEDENCIA PASAJEROS INTERNACIONALES QUE LLEGARÓN A COLOMBIA.....	5
PROCEDENCIA INTERNACIONAL SEGÚN TURISTAS ENCUESTADOS EN EL QUINDÍO	5
PROCEDENCIA NACIONAL TURISTAS ENCUESTADOS.....	6
GÉNERO.....	6
EDAD.....	7
OCUPACIÓN	7
COMPAÑÍA DE VIAJE.....	7
MEDIO POR EL CUAL SE ENTERAN DEL QUINDÍO.....	8
MOVILIDAD Y TRANSPORTE.....	8
PASAJEROS AÉREOS INTERNACIONALES	8
FLUJO DE PASAJEROS INTERNACIONALES AEROPUERTO EL EDEN	8
PASAJEROS TERRESTRES	8
FLUJO DE PASAJEROS TERMINAL DE TRANSPORTES DE ARMENIA	8
FLUJO DE VEHÍCULOS TERMINAL DE TRANSPORTES DE ARMENIA.....	9
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR LOS TURISTAS	9
FLUJO VEHICULAR MUNICIPIOS DE SALENTO Y FILANDIA.....	9
FLUJO VEHICULAR SALENTO	9
PROCEDENCIA DE LOS VEHÍCULOS.....	10
FLUJO VEHICULAR FILANDIA	10
PROCEDENCIA DE LOS VEHÍCULOS.....	11
MOTIVO DE LA VISITA Y ESTADÍA	11
MOTIVOS DE LA VISITA.....	11
TIEMPO DE PERMANENCIA	12
ALOJAMIENTO	12
HOSPEDAJE EN EL QUINDÍO SEGÚN TURISTAS ENCUESTADOS	12
CIUDAD DE HOSPEDAJE EXTRANJEROS QUE INGRESARON A COLOMBIA EN JUNIO.....	13
MUNICIPIO DE HOSPEDAJE SEGÚN TURISTAS ENCUESTADOS	13
MODALIDAD DE ALOJAMIENTO TURISTAS ENCUESTADOS.....	14
MUNICIPIOS Y ATRACTIVOS VISITADOS.....	14
MUNICIPIOS VISITADOS.....	14
ATRACTIVOS VISITADOS.....	15
CONOCIMIENTO DE LAS RUTAS TEMÁTICAS Y EXPERIENCIALES	16
PERCEPCIÓN DEL COSTO DE LA ESTADÍA	16
CALIFICACIÓN DEL DESTINO FRENTE A OTROS.....	16
PRODUCTO O SERVICIO QUE REPRESENTO MAYOR INVERSIÓN	16
SATISFACCIÓN Y RETORNO DE LOS TURISTAS.....	17
RETORNO DE LOS TURISTAS.....	17
MAYORES ATRACTIVOS DEL QUINDÍO.....	17
ASPECTOS A MEJORAR E INCONFORMIDADES.....	18
RESULTADOS DE LA TEMPORADA PARA LOS OPERADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	20
PARTICIPACIÓN DE LOS PRESTADORES EN LA ENCUESTA	20
COMPORTAMIENTO DE VENTAS.....	20
COMPORTAMIENTO FRENTE A LA TEMPORADA DE 2014	20
OCUPACIÓN DE LA TEMPORADA.....	20
COMPORTAMIENTO FRENTE A LA TEMPORADA DE SEMANA SANTA 2015.....	20
FIN DE SEMANA DE MEJOR COMPORTAMIENTO	21
GENERACIÓN DE EMPLEO Y CREACIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES.....	21
GENERACIÓN DE EMPLEOS TEMPORALES O PERMANENTES	21
IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN COMERCIAL O ESTRATEGIAS DE VENTA	21
IMPACTO Y PERCEPCIÓN DEL FESTIVAL CAMINOS DEL QUNDÍO EN FILANDIA	22
PROCEDENCIA.....	22
PROCEDENCIA TURISTAS Y VISITANTES DEL MUNICIPIO DE FILANDIA	22
TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL MUNICIPIO	22
MEDIO POR EL CUAL SE ENTERO DEL EVENTO CAMINOS DEL QUINDÍO?.....	22
DISPOSICIÓN PARA REGRESAR AL MUNICIPIO DURANTE LA CELEBRACIÓN DEL EVENTO	23
COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS.....	23
CALIFICACIÓN DEL IMPACTO DEL EVENTO SOBRE EL MUNICIPIO	23
CONCLUSIONES	24

FICHA TÉCNICA ENCUESTA A TURISTAS

LUGAR DE APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS



Total encuestas recolectadas a turistas:	857
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.
Fecha de aplicación de las encuestas:	27, 28 y 29 de junio; 05 de julio de 2015

INFORMACIÓN DE LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA PIT'S

Durante el mes de junio fueron atendidos 23.687 turistas en los diferentes PIT's de Departamento

La Gobernación del Quindío cuenta con 12 PIT's ubicados en diferentes lugares como aeropuerto El Edén, el Alto del Río, Circasia, Filandia, La Tebaida, La Ye, la plaza de Bolívar de Armenia, Plaza Nueva, Pueblo Tapao, Quimbaya, Salento y Versalles.

Por su parte Corpocultura cuenta con dos puntos de información ubicados en el Centro comercial Portal del Quindío y en el Terminal de Transportes de Armenia.

¿QUIENES VISITAN EL QUINDÍO EN LAS TEMPORADAS TURÍSTICAS?

HOMBRES Y MUJERES ENTRE LOS 31 Y 40 AÑOS

En los 10 años del Observatorio de Turismo el porcentaje más representativo entre la edad de los turistas ha sido el rango entre los 31 y 40 años

GRUPOS FAMILIARES DE 4 A 5 PERSONAS

En promedio durante los 10 años de estudio, cerca del 60% de los turistas han manifestado que llegan al destino en compañía de sus familias. Generalmente compuestas por 4 o 5 personas

CUNDINAMARQUES, VALLE CAUCANOS Y ANTIOQUEÑOS

Independientemente de la temporada los turistas que llegan al Quindío son procedentes principalmente de 3 de los departamentos que componen el "Triangulo de Oro" Cundinamarca, Antioquia y Valle del Cauca.

EMPLEADOS O FUNCIONARIOS

En promedio el 35% de los turistas encuestados en cada temporada manifiestan que son empleados o funcionarios de alguna empresa u organización. Siendo este el porcentaje más representativo.

PERSONAS QUE SE DESPLAZAN EN VEHICULO PARTICULAR

EL 54% de los turistas han señalado que llegan al Departamento haciendo uso del transporte particular. Situación que esta relacionada con la proximidad que existe entre los departamentos de procedencia y Quindío.

ADMIRADORES DE LA NATURALEZA, LOS PARQUES TEMÁTICOS Y LA CALIDEZ HUMANA

Son los factores más relevantes entre los turistas para visitar el destino, destacandolos como los principales atractivos y cualidades de las personas.



PERFIL DEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

PROCEDENCIA

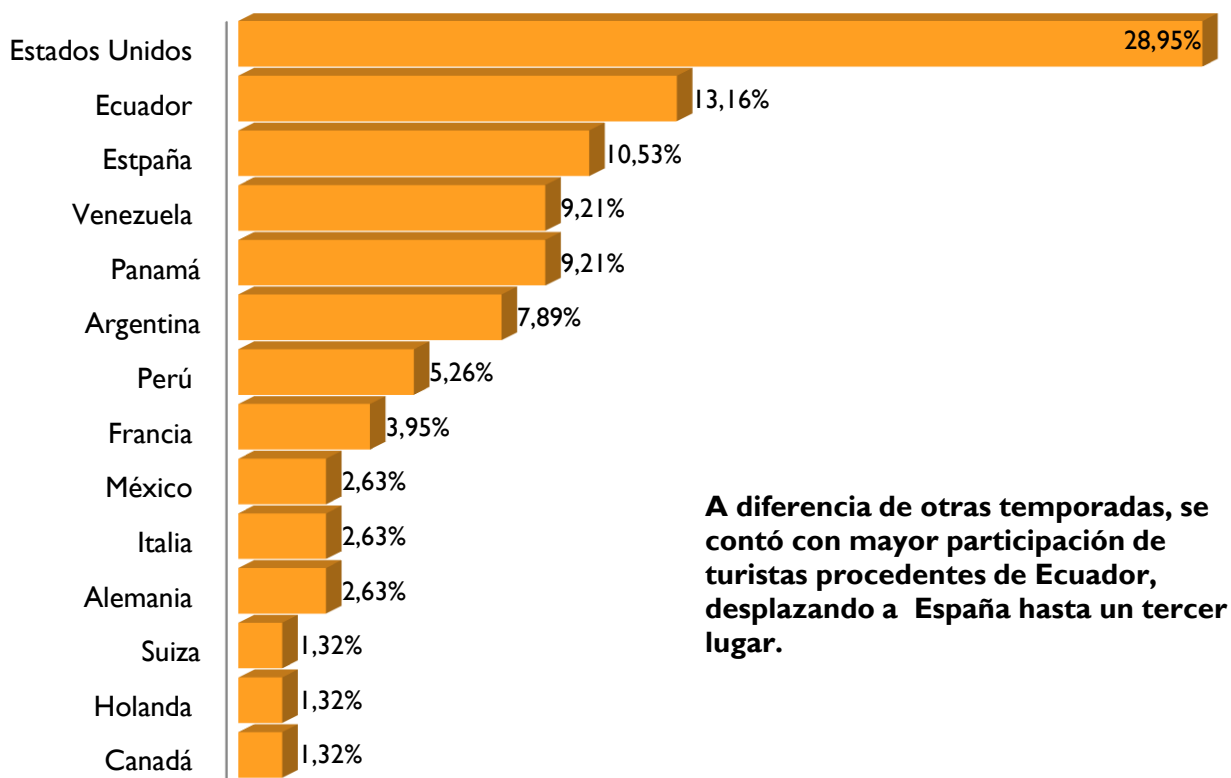
PROCEDENCIA PASAJEROS INTERNACIONALES QUE LLEGARÓN A COLOMBIA

CUADRO 3. Ingreso de Extranjeros según nacionalidad por sexo			
Periodo: Junio 2015			
Nacionalidad	Femenino	Masculino	Total
TOTAL GENERAL	72.827	112.681	185.508
Estados Unidos	18.622	27.102	45.724
Venezuela	10.543	13.497	24.040
México	4.718	8.482	13.200
Ecuador	3.861	6.099	9.960
España	2.883	6.578	9.461
Brasil	3.975	5.448	9.423
Perú	4.064	5.242	9.306
Argentina	3.536	5.205	8.741
Chile	2.792	4.144	6.936
Francia	1.482	2.612	4.094

Procedencia. Fuente: Boletín migratorio Junio 2015 Migración Colombia

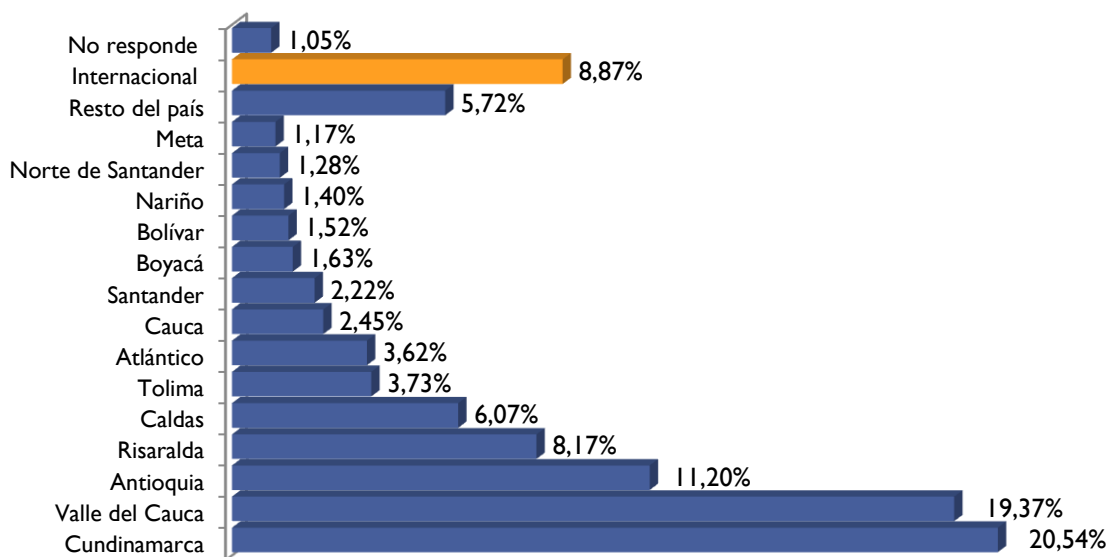
Según lo reportado por Migración Colombia, Estados Unidos, Venezuela, México y Ecuador fueron los principales países de los cuales provenían el 50% de las personas que ingresaron al país en el mes de junio de 2015.

PROCEDENCIA INTERNACIONAL SEGÚN TURISTAS ENCUESTADOS EN EL QUINDÍO

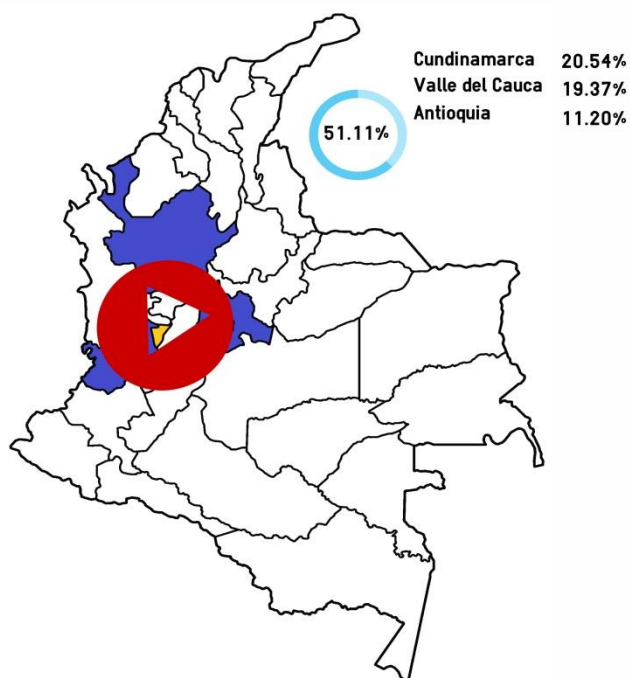


A diferencia de otras temporadas, se contó con mayor participación de turistas procedentes de Ecuador, desplazando a España hasta un tercer lugar.

PROCEDENCIA NACIONAL TURISTAS ENCUESTADOS EN EL QUINDÍO



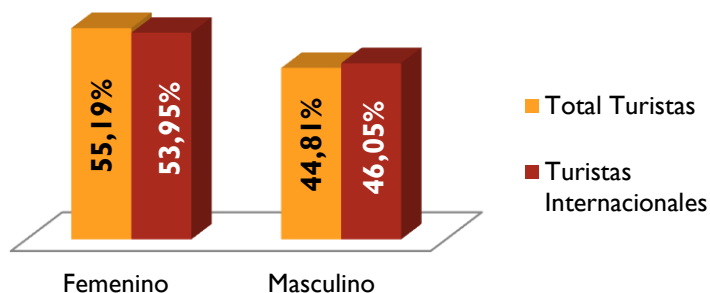
Los turistas y visitantes que llegan al Quindío están concentrados principalmente en los departamentos que comprenden el <<Triángulo de Oro>>



GÉNERO



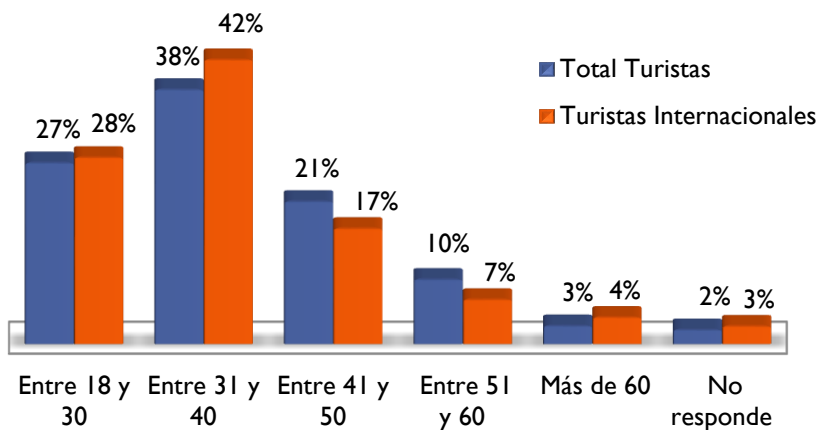
MUJERES
55.19%



HOMBRES
44.81%

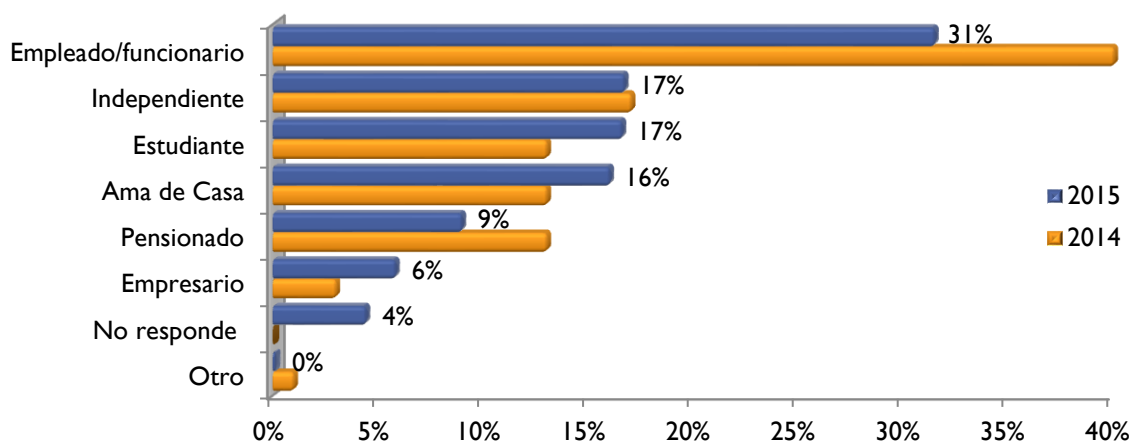
La participación tanto de hombres como de mujeres en el Observatorio de Turismo es muy variable en cada temporada y depende en gran medida de la decisión del encuestador. En esta ocasión hubo mayor participación de las mujeres (55.19%)

EDAD



Indiferentemente de la temporada turística, la mayor participación ha sido de personas entre los 31 y 40 años mostrando un marcado perfil del turista que llega al Quindío

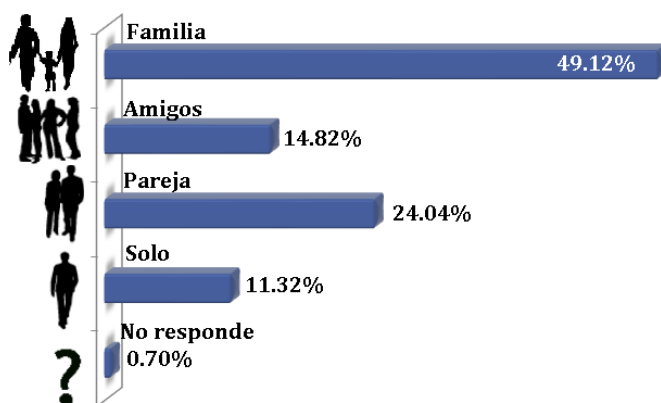
OCUPACIÓN



Tanto el 2014 como en el 2015 se presentó gran afluencia de personas que se desempeñan como empleados o funcionarios de alguna empresa u organización.

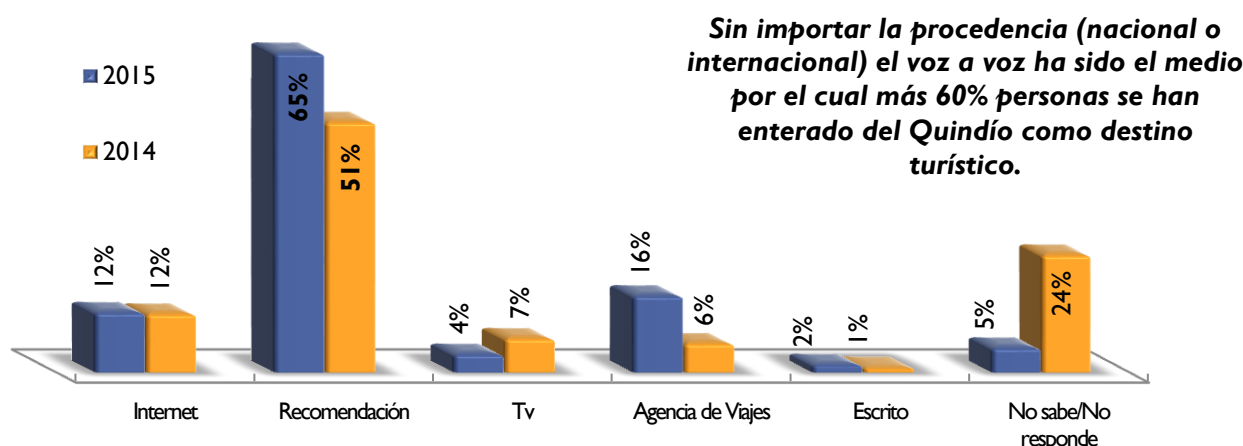
El 64.53% de los consultados son personas entre los 18 y 40 años. De ellos el 38.36% son empleados o funcionarios y el 22.06% empresario o independientes.

COMPAÑÍA DE VIAJE



El Departamento del Quindío es un destino al cual las personas prefieren viajar en compañía de su familia o pareja, independientemente de la temporada

MEDIO POR EL CUAL SE ENTERAN DEL QUINDÍO



Respecto a la Semana Santa del 2014, se aprecia que las agencias de viaje han ganado mayor participación, pasando del cuarto al segundo lugar según lo manifestado por los turistas.

MOVILIDAD Y TRANSPORTE PASAJEROS AÉREOS INTERNACIONALES

FLUJO DE PASAJEROS INTERNACIONALES AEROPUERTO EL EDEN

CUADRO 1. Flujo de viajeros nacionales y extranjeros en Colombia, según Puestos de Control Migratorio (Aéreos)										
Periodo: Junio 2015										
Puestos de Control Migratorio Aéreo	Extranjeros			Colombianos			Total			Participación %
	Total	Entradas	Salidas	Total	Entradas	Salidas	Total	Entradas	Salidas	
Total Nacional	319.636	165.594	154.042	630.437	287.796	342.641	950.073	453.390	496.683	85,01%
Aeropuerto Eldorado de Bogotá	240.260	122.851	117.409	447.178	203.640	243.538	687.438	326.491	360.947	61,51%
Aeropuerto José María Córdova de Rionegro	28.707	15.612	13.095	82.020	37.524	44.496	110.727	53.136	57.591	9,91%
Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón de Cali	15.511	8.595	6.916	45.016	20.703	24.313	60.527	29.298	31.229	5,42%
Aeropuerto Matecaña de Pereira	1.403	859	544	9.231	4.209	5.022	10.634	5.068	5.566	0,95%
Aeropuerto El Edén de Armenia	749	436	313	2.111	992	1.119	2.860	1.428	1.432	0,26%

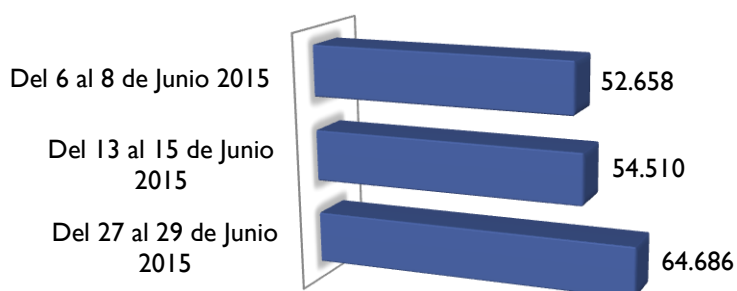
Según lo reportado por el boletín migratorio de Migración Colombia, por los diferentes Puestos de Control Migratorio del país durante el mes de junio, ingresaron a Colombia 453.390 personas en vuelos internacionales entre extranjeros y colombianos.

Durante este periodo, ingresaron por el Aeropuerto Internacional El Edén 436 extranjeros y 992 colombianos procedentes del exterior.

En total se movilizó por el Aeropuerto Internacional El Edén 2.860 personas (colombianos y extranjeros), lo cual representa dentro del total nacional el 0.26% de operaciones áreas internacionales del mes de junio.

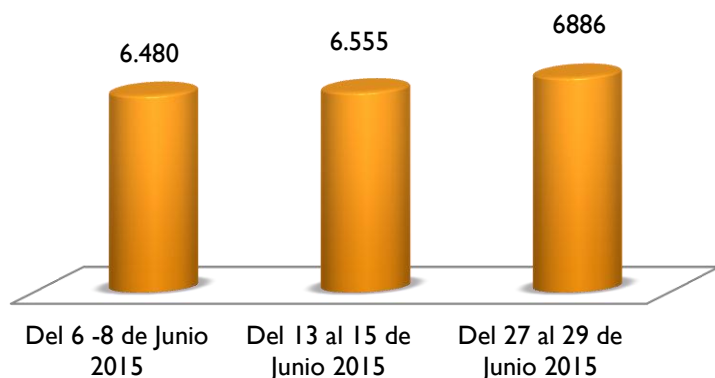
PASAJEROS TERRESTRES

FLUJO DE PASAJEROS TERMINAL DE TRANSPORTES DE ARMENIA



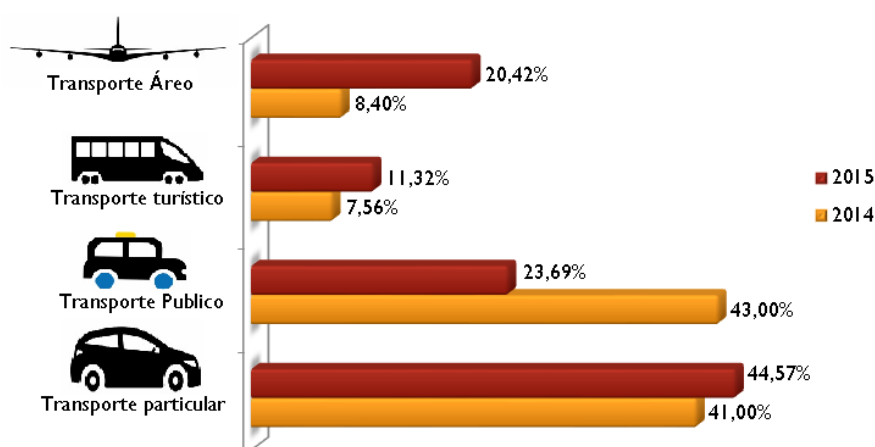
Según el flujo de pasajeros terrestres, el fin de Semana del 27 al 29 de junio se movilizó más personas que en los demás puentes festivos del mes de junio. También se aprecia un comportamiento gradual.

FLUJO DE VEHICULOS TERMINAL DE TRANSPORTES DE ARMENIA



De igual de manera el flujo vehicular (entrada y salida de buses y busetas) fue superior durante el último fin de semana

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR LOS TURISTAS



Respecto a la temporada de mitad de año del 2014, el transporte particular ganó mayor participación frente al transporte público.

En el 2014 más del 80% de la movilidad hacia el Quindío, estaba concentrada en el transporte terrestre. Para esta temporada se diversifico aún más y otros medios como el aéreo y el turístico tuvieron más representación.

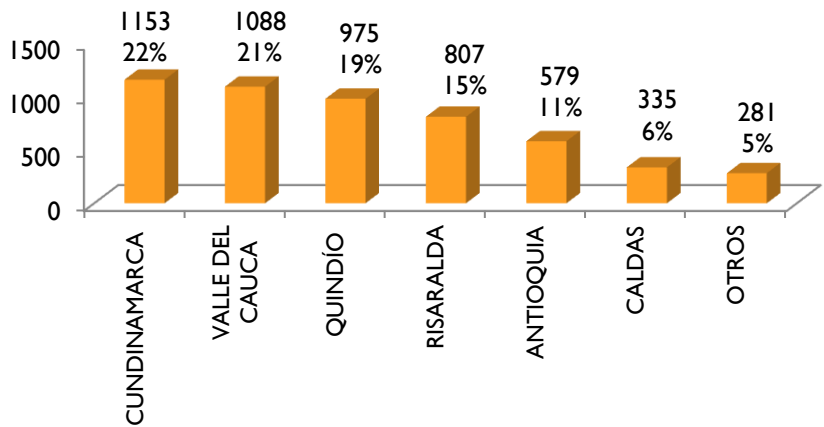
FLUJO VEHICULAR MUNICIPIOS DE SALENTO Y FILANDIA

FLUJO VEHICULAR SALENTO

ENTRADA A SALENTO								
UBICACIÓN	FECHA	VEHICULO PARTICULAR	MOTOCICLETA	BUSETA/BUS	TAXI	OTRO	TOTAL POR DIA	TOTAL PERSONAS
ENTRADA A SALENTO	JUNIO 27	1361	291	66	15	36	1769	6.554
ENTRADA A SALENTO	JUNIO 28	1990	490	100	16	33	2629	10.518
ENTRADA A SALENTO	JUNIO 29	1469	442	102	25	1	2039	8.200
TOTAL POR CATEGORIA		4820	1223	268	56	70	6437	25.272

SALIDA AL VALLE DE CÓCORA								
UBICACIÓN	FECHA	VEHICULO PARTICULAR	MOTOCICLETA	BUSETA/BUS	TAXI	OTRO	TOTAL POR DIA	TOTAL PERSONAS
SALIDA A CÓCORA	JUNIO 27	472	51	5	5	39	572	2.484
SALIDA A CÓCORA	JUNIO 28	991	316	30	4	51	1392	5.833
SALIDA A CÓCORA	JUNIO 29	734	319	19	7	39	1118	4.281
TOTAL POR CATEGORIA		2197	686	54	16	129	3082	12.598

PROCEDENCIA DE LOS VEHÍCULOS



La procedencia aquí mencionada hace referencia a las matrículas de los vehículos que ingresaron al municipio.

- El día que más personas ingresaron tanto a Salento como al Valle de Cócora fue el domingo 28 de junio.
- Al Valle de Cócora ingresó el **49.84%** de la cantidad de personas que llegaron hasta el municipio de Salento.

FLUJO VEHICULAR FILANDIA

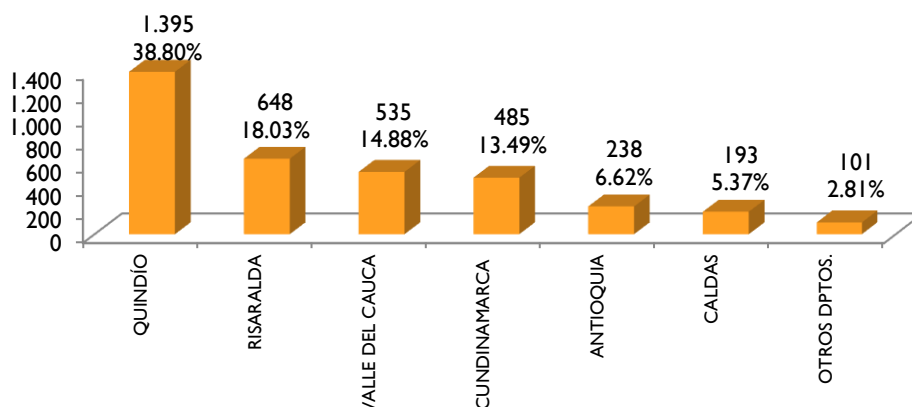
ENTRADA A FILANDIA							
FECHA	VEHICULO PARTICULAR	MOTOCICLETA	BUSETA/BUS	TAXI	OTRO	TOTAL POR DIA	TOTAL PERSONAS
18/07/2015	585	460	38	2	62	1.147	2.974
19/07/2015	1618	801	71	23	70	2.583	8.289
20/07/2015	981	367	23	8	72	1.451	4.477
TOTAL	3.184	1.628	132	33	204	5.181	15.740

ENTRADA A FILANDIA ESTACIÓN SAN JOSÉ								
UBICACIÓN	FECHA	VEHICULO PARTICULAR	MOTOCICLETA	BUSETA/BUS	TAXI	OTRO	TOTAL POR DIA	TOTAL PERSONAS
SAN JOSE	18/07/2015	241	317	8	1	62	629	1.333
SAN JOSE	19/07/2015	378	288	7	14	53	740	2.089
SAN JOSE	20/07/2015	347	207	5	2	63	624	1.815
TOTAL		966	812	20	17	178	1.993	5.237

ENTRADA A FILANDIA ESTACIÓN CRUCES								
UBICACIÓN	FECHA	VEHICULO PARTICULAR	MOTOCICLETA	BUSETA/BUS	TAXI	OTRO	TOTAL POR DIA	TOTAL PERSONAS
CRUCES	18/07/2015	344	143	30	1	0	518	1.641
CRUCES	19/07/2015	1240	513	64	9	17	1843	6.200
CRUCES	20/07/2015	634	160	18	6	9	827	2.662
TOTAL		2.218	816	112	16	26	3.188	10.503

- Por la estación “Cruces” ingresó el **61.53%** del total de vehículos que llegaron al municipio de Filandia para esta fecha.
- En lo que se refiere al ingreso de vehículos particulares, por la estación cruces aproximadamente el **70%** del total de particulares ingresaron al municipio durante este fin de semana.
- Se aprecia que el flujo de motocicletas y taxis es similar por ambas estaciones (Cruces y San José).

PROCEDENCIA DE LOS VEHÍCULOS



Procedencia según matrículas de los vehículos que ingresaron al municipio

- Teniendo en cuenta los principales departamentos de procedencia de los vehículos que han ingresado a estos municipios (Salento y Filandia), se puede apreciar que el municipio de Filandia tiene mayor afluencia de turismo interno, puesto que el 38.80% de los vehículos que ingresaron eran procedentes del Quindío.
- Contrario a ello se encuesta el municipio de Salento, en la mayoría de mediciones que se han realizado en diferentes temporadas, ha recibido en mayor porcentaje turistas y visitantes del departamento de Cundinamarca.

MOTIVO DE LA VISITA Y ESTADÍA

MOTIVOS DE LA VISITA



Turismo

El turismo es el principal motivo por el cual los turistas nacionales e internacionales visitan el departamento en esta temporada

70.48%



Negocios/Trabajo

4.08%

Esta actividad motivo al 4.08% de las personas a visitar el Quindío



Visita a familiares/amigos

23.57%

El segundo motivo más fuerte en cada temporada es la visita a familiares y amigos, lo cual representa para el destino un gran índice de retorno



Otros motivos

0.47%

Otros motivos como las cirugías estéticas fueron mas frecuentes para esta temporada entre los turistas internacionales. El 2.63% de ellos señalo esta razón.

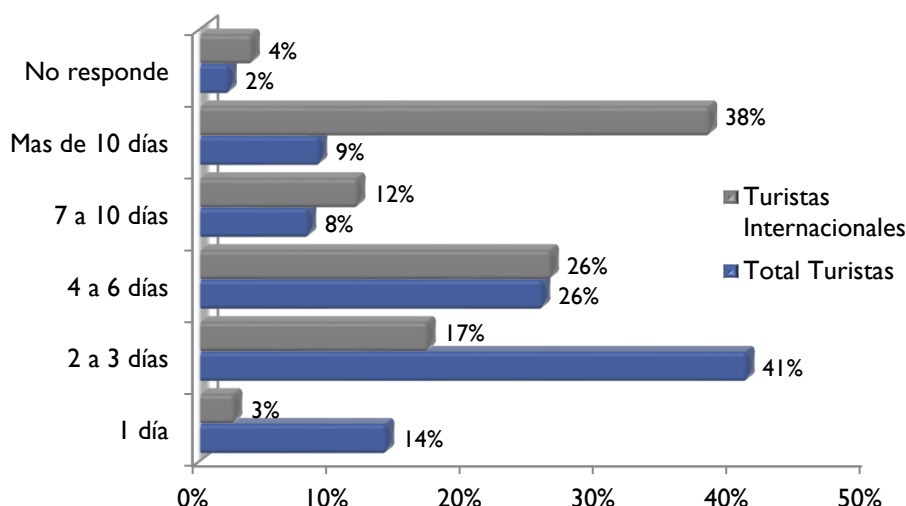


Asistir a un evento

1.87%

Aunque no es uno de los motivos mas fuertes entre los turistas, esta temporada convocó al 1.87% de las personas para que visitara el Quindío.

TIEMPO DE PERMANENCIA



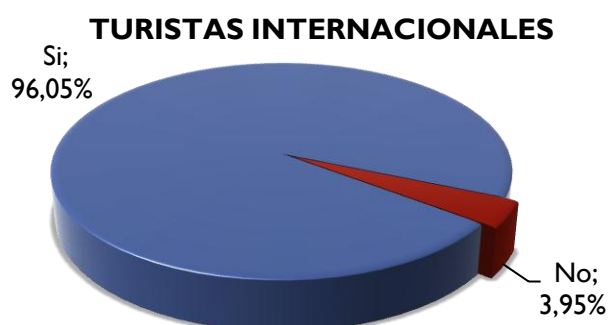
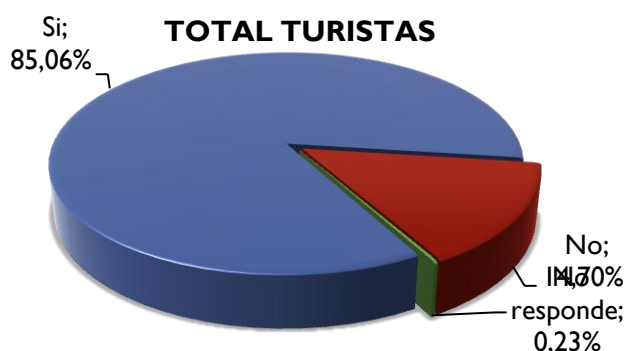
El tiempo promedio de estadía para esta temporada es de 1 a 3 días según lo reportado por los turistas durante 10 años.

En general los turistas manifestaron que permanecerían en el Quindío por 2 o 3 días. Sin embargo en el caso de los turistas internacionales este tiempo se incrementa a 10 días o más

El 74.17% de las personas que estarían en el destino por 1 día, son procedentes de departamentos como Caldas, Risaralda y Valle del Cauca, los cuales están contiguos al Quindío y no superan 4 horas de distancia.

ALOJAMIENTO

HOSPEDAJE EN EL QUINDÍO SEGÚN TURISTAS ENCUESTADOS



La mayoría de los turistas que llegan al Quindío pernoctan en él

Dentro del 4% de las personas que manifestaron que no se alojarían en el Quindío, el 77.78%, estarían bajo la modalidad de pasadía y sería procedentes especialmente de Caldas, Risaralda y Valle del Cauca.

El 84.61% de los turistas que procedían de otros departamentos y no pernoctarían en el Quindío, manifestaron que se hospedarían en el departamento de Risaralda en diferentes tipos de alojamiento.

CIUDAD DE HOSPEDAJE EXTRANJEROS QUE INGRESARON A COLOMBIA EN JUNIO

CUADRO 5. Registro de ingreso de extranjeros, según ciudad de hospedaje

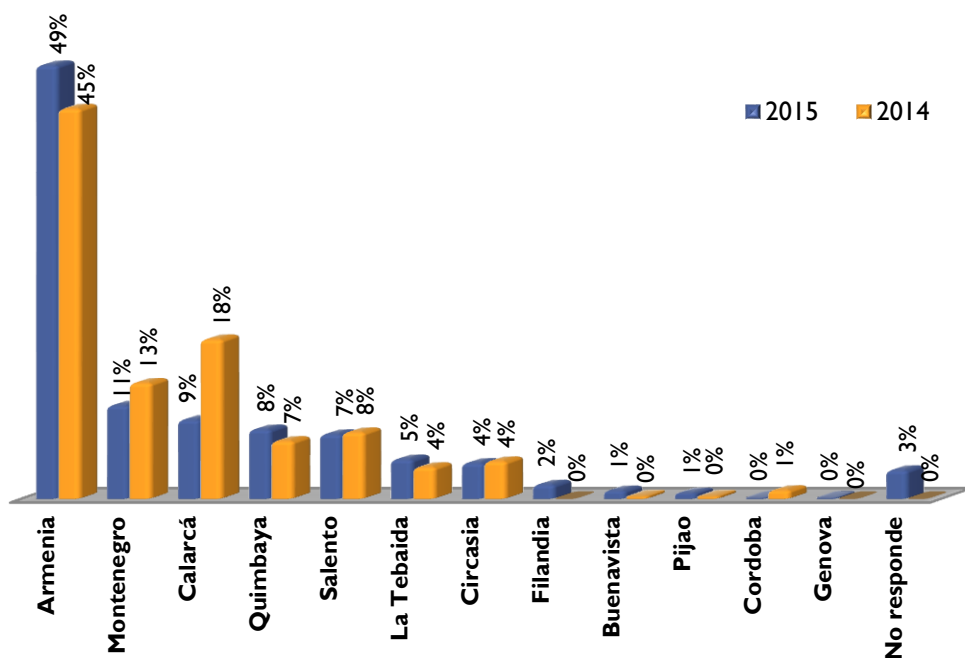
Periodo: Junio 2015

Ciudad de Hospedaje	Entradas
TOTAL GENERAL	185.508
Armenia	920 (0,50%)
Buenavista	6 (0,0032%)
Calarcá	61 (0,033%)
Circasia	12 (0,065%)
Filandia	15 (0,081%)
La Tebaida	10 (0,0054%)
Montenegro	31 (0,017%)
Pijao	5 (0,0027%)
Quimbaya	39 (0,021%)
Salento	25 (0,014%)

Hospedaje. Fuente: Boletín migratorio Junio 2015 Migración Colombia

El 0.61% de las personas que ingresaron al país durante este periodo, se alojarían en el Quindío, siendo la ciudad de Armenia la que mayor número de personas albergaría en todo el Depto.

MUNICIPIO DE HOSPEDAJE SEGÚN TURISTAS ENCUESTADOS

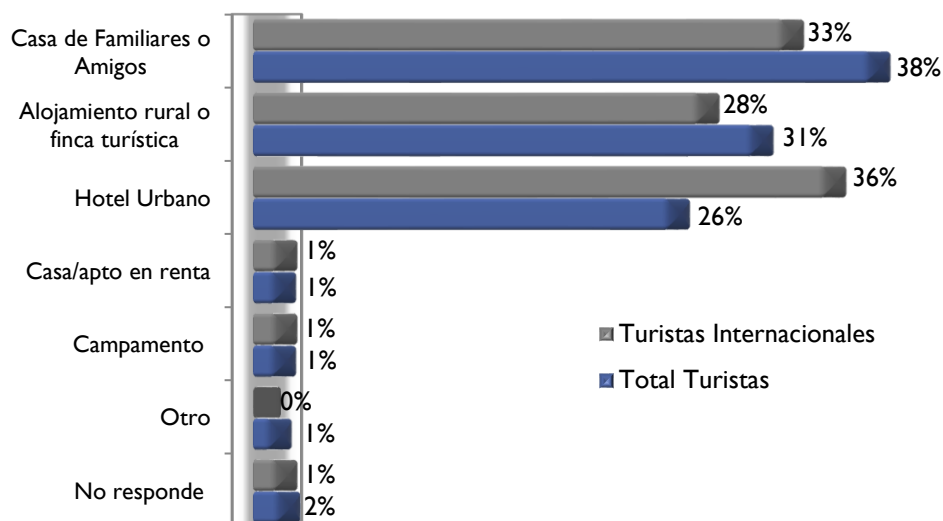


La ciudad de Armenia concentra el 25% de la oferta hotelera del Quindío

Armenia es el municipio que alberga la mayor cantidad de turistas, indistintamente de la temporada, puesto que no solo es la capital del departamento, sino que además cuenta con una variada oferta entre hoteles urbanos y rurales de diferentes categorías.

Para esta temporada, el municipio de Montenegro desplazó a Calarcá respecto al año anterior y fue el segundo más elegido entre los turistas para hospedarse. Este municipio alberga el 28.69% de los hoteles rurales del Quindío.

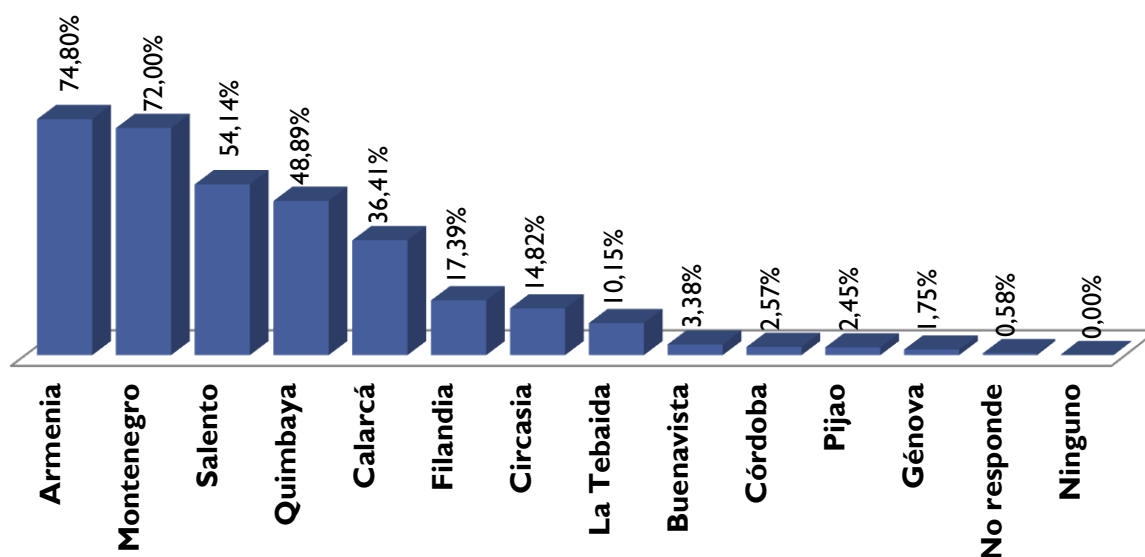
MODALIDAD DE ALOJAMIENTO TURISTAS ENCUESTADOS



El 58% de los turistas se alojaron en hoteles rurales, urbanos o campamentos.

En promedio el 43% de los consultados en cada temporada durante 10 años, ha elegido el alojamiento en hoteles rurales o fincas turísticas como uno de los favoritos.

MUNICIPIOS Y ATRACTIVOS VISITADOS



Existen 2 factores que contribuyen en gran medida a que un municipio sea visitado; el alojamiento y los atractivos que contengan.

No obstante algunos de los municipios más visitados no son recorridos, debido a que sus principales atractivos están ubicados a las afueras del casco urbano y se convierten en un lugar de tránsito.

¿QUE ATRACTIVOS DEL QUINDÍO VISITAN LOS TURISTAS?

Parques Tématicos

Parque del Café, Panaca,
Parque de los arrieros,
Recuca



Comprenden el principal atractivo del Quindío. El 41% de los encuestados visitaron al menos uno de ellos en esta temporada.

Para esta temporada fue el segundo atractivo más visitado por los turistas, así lo manifestó el 14.85% de los encuestados.

Valle de Cocora



Salento

Uno de los municipios más visitados del Quindío. Durante un fin de semana de temporada alta, pueden llegar a ingresar más de 25.000 personas



Otros parques

Jardín Botánico, Parque de la vida

Atractivos que contaron con gran afluencia de turistas en esta temporada, el 10.34% de ellos los visitaron.



Centros Comerciales

Los centros comerciales de la ciudad de Armenia se han convertido en el principal atractivo de esta ciudad. El 10.99% de los turistas los visitaron esta temporada



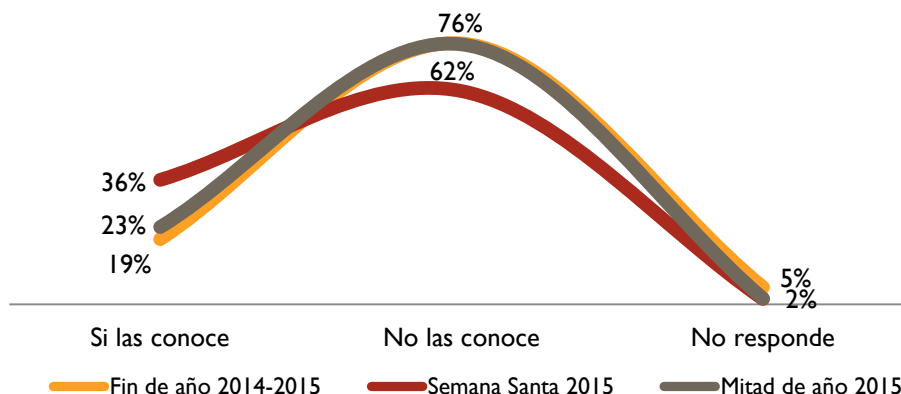
Otros Atractivos

Lugares como el Museo Quimbaya, demas municipios, miradores, entre otros; tambien atraen gran cantidad de turistas en cada temporada



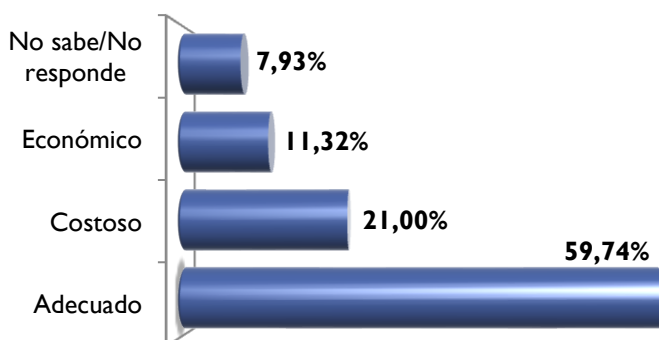
CONOCIMIENTO DE LAS RUTAS TEMÁTICAS Y EXPERIENCIALES

Se deben implementar estrategias comerciales para promocionar las Rutas, puesto que en 3 temporadas han sido desconocidas por más del 60%



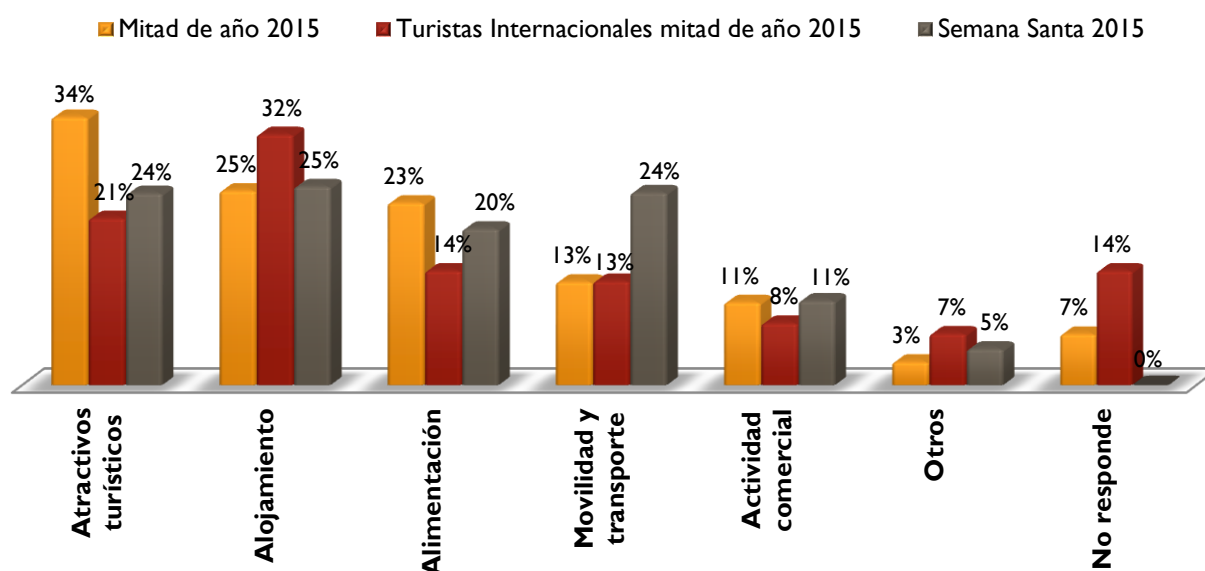
PERCEPCIÓN DEL COSTO DE LA ESTADÍA

CALIFICACIÓN DEL DESTINO FRENTE A OTROS



La mayoría de los turistas coinciden en que la estadía en el Quindío tiene un costo adecuado teniendo en cuenta su oferta frente a la de otros destinos del país.

PRODUCTO O SERVICIO QUE REPRESENTO MAYOR INVERSIÓN



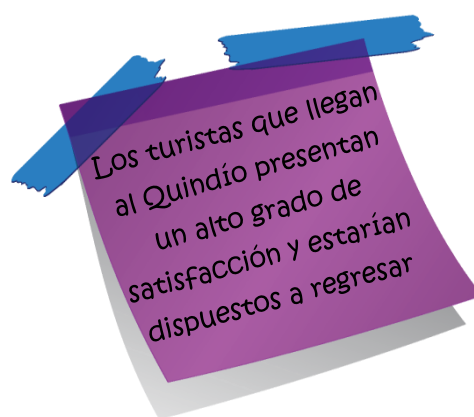
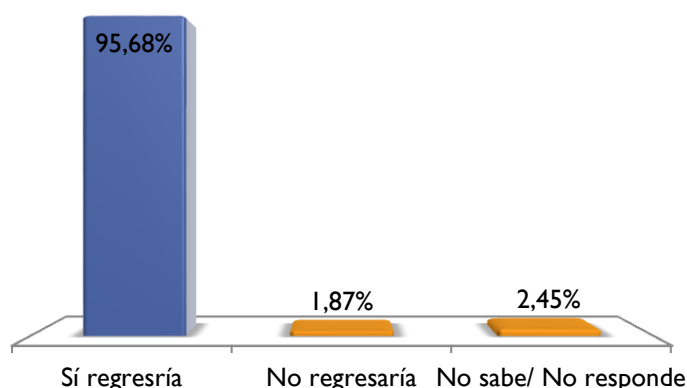
Para esta temporada los atractivos turísticos significaron la mayor inversión para el 34% de los

En la temporada de Semana Santa fue el alojamiento el que ocupó el primer lugar entre los turistas como el servicio que mayor gasto les generó.

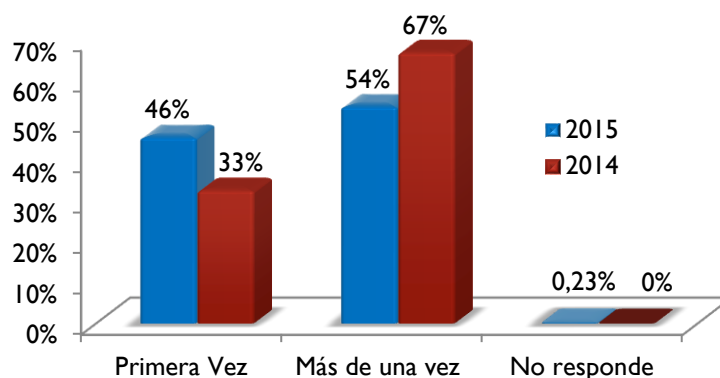
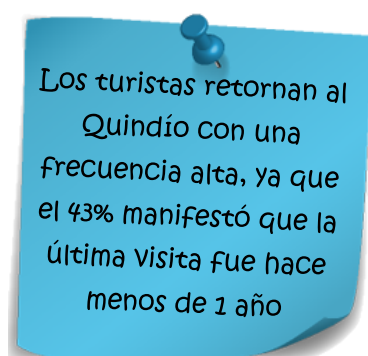
Entre los turistas internacionales también fue el alojamiento el que significó mayor gasto.

SATISFACCIÓN Y RETORNO DE LOS TURISTAS

RETORNO DE LOS TURISTAS



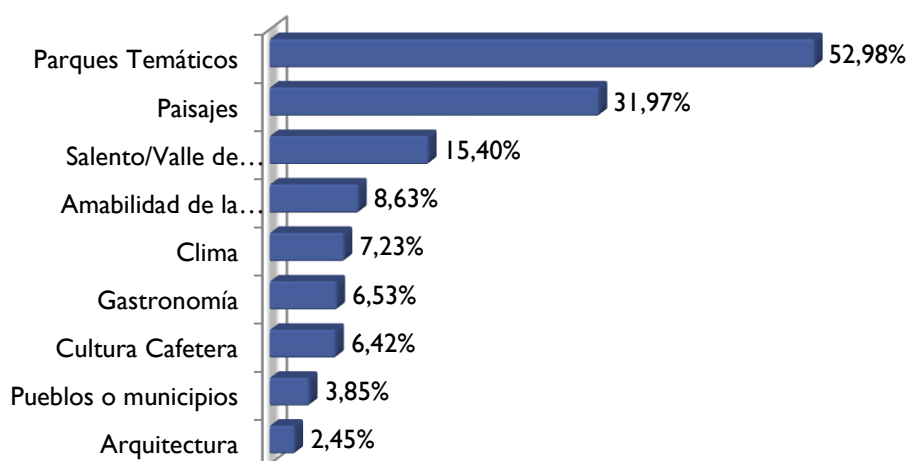
Del 4.32% de los turistas que no regresarían o no saben si lo harían, un 21.92%, señalaron razones externas a aspectos propios del departamento.



En referencia a lo anterior, se aprecia que el 54% de los turistas de esta temporada han estado en el destino en más de una ocasión, demostrando que hay un alto grado de retorno.

Pese a que la mayoría de las personas encuestadas señalaron que ya habían estado en el Quindío antes, respecto al 2014 disminuyó la diferencia entre los que visitaban por primera vez y los que no.

MAYORES ATRACTIVOS DEL QUINDÍO



De acuerdo con los atractivos más visitados por los turistas de esta temporada, se percibe alguna relación con la percepción que tienen acerca de los que constituyen el mayor atractivo del departamento.

Se destacan además los paisajes y la naturaleza y la calidez humana.

ASPECTOS A MEJORAR E INCONFORMIDADES

El 86.61% de los encuestados están satisfechos con el destino ya que no presentaron alguna inconformidad.

¿Desea manifestar alguna inconformidad

El 53.56% de los encuestados no presentaron sugerencias en cuanto a aspectos a mejorar o nuevos atractivos

¿Qué le gustaría encontrar nuevo o mejor en su próxima visita?

¿QUE QUIEREN LOS TURISTAS PARA SU PROXIMA VISITA?



Más parques temáticos y nuevos atractivos turísticos

10.62%



7%
Productos y/o servicios más económicos



7.47%
Vías en mejor estado



1.98%
Más señalización



1.63%
Mejor atención al turista



1.52%
Más información turística/guías



1.40%

Más comercio/Centros comerciales



Transporte
2.45%



2.33%

Más variedad gastronómica/Más restaurantes

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS A 30 DE JUNIO DE 2015

Según cifras del RNT a través de la plataforma RUES
existen vigentes y registrados 1.004 establecimientos
prestadores de servicios turísticos en el departamento
del Quindío



Los Establecimientos de
Alojamiento y Hospedaje
registrados son 739 y
representan dentro del total
el:

73,61%



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

21,71%



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

1,99%



Otros prestadores de
servicios turísticos
aportan dentro del
total el:

1,29%



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

1,10%

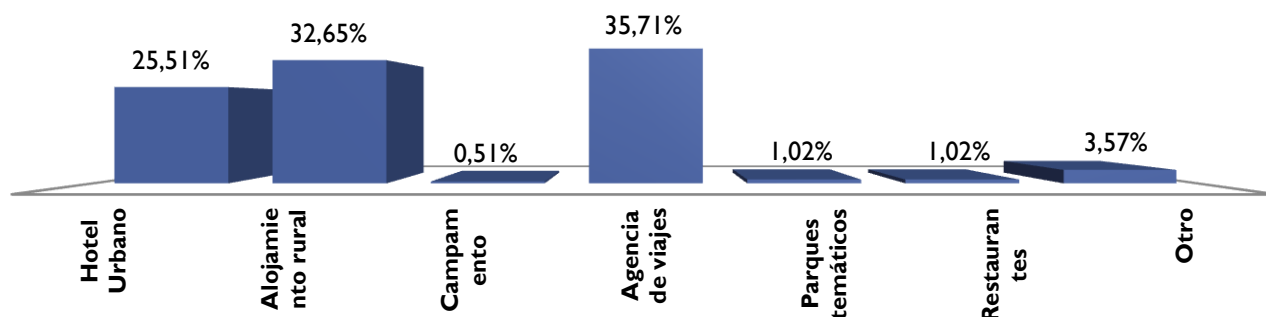
Los Parques
Temáticos que
cuentan con
Registro nacional de
turismo son 3 y
representan dentro
del total el:

0,30%



RESULTADOS DE LA TEMPORADA PARA LOS OPERADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

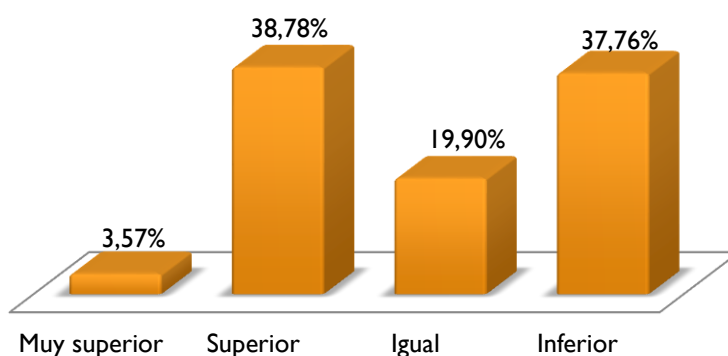
PARTICIPACIÓN DE LOS PRESTADORES EN LA ENCUESTA



COMPORTAMIENTO DE VENTAS

COMPORTAMIENTO FRENTE A LA TEMPORADA DE 2014

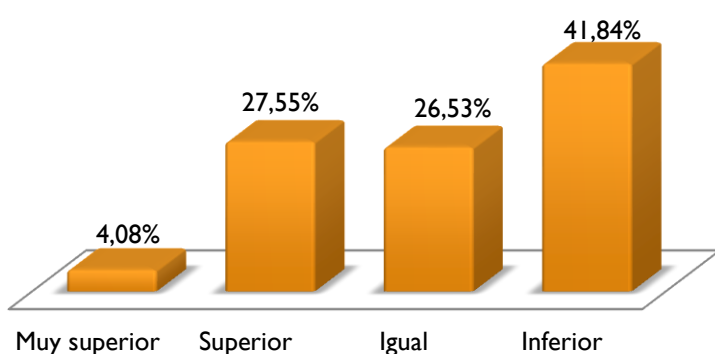
Los resultados de esta temporada frente a la del 2014 fueron más positivos para el 42.35% de los encuestados



OCUPACIÓN DE LA TEMPORADA

Teniendo en cuenta el número de habitaciones disponibles en el mes de junio y el número de habitaciones vendidas en el mismo periodo según lo reportado por los encuestados, la ocupación promedio para estos prestadores fue del 57.32%

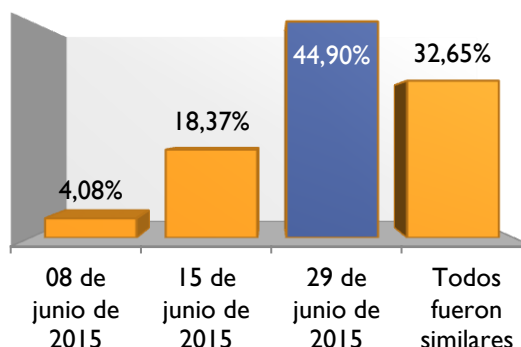
COMPORTAMIENTO FRENTE A LA TEMPORADA DE SEMANA SANTA 2015



La Semana Santa es una de las temporadas más fuertes del año, en este caso fue mejor para el 41.84% de los prestadores de lo que fue la de mitad año.

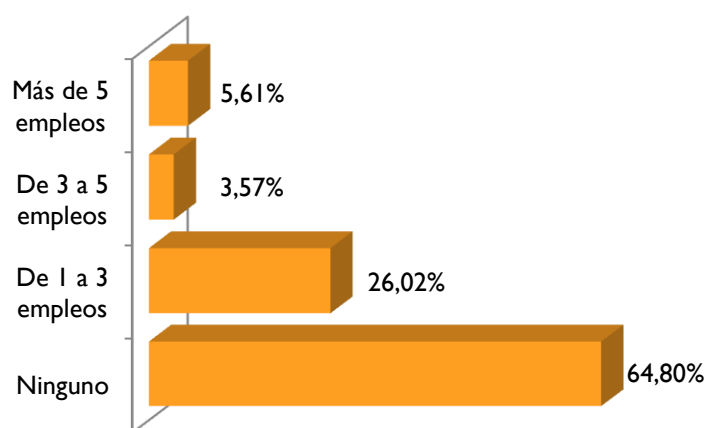
FIN DE SEMANA DE MEJOR COMPORTAMIENTO

El puente festivo con mayor afluencia de turistas en la temporada fue el del 29 de junio. El 44.90% de los prestadores coincidieron.



GENERACIÓN DE EMPLEO Y CREACIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES

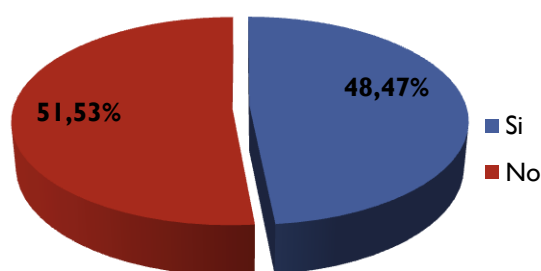
GENERACIÓN DE EMPLEOS TEMPORALES O PERMANENTES



Según lo reportado por la mayoría de los prestadores encuestados, para esta temporada no se generaron nuevos empleos.

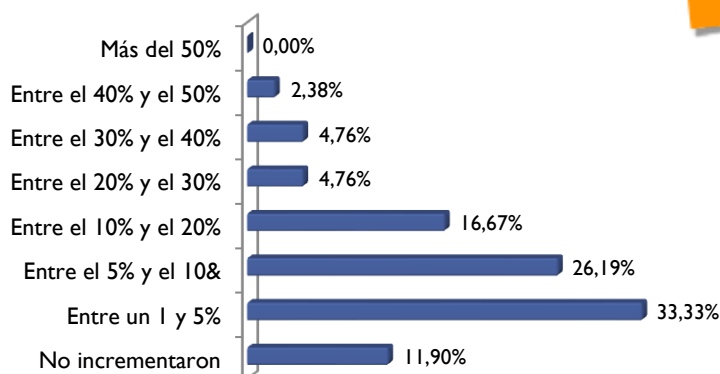
Sin embargo un 26.02% generó de 1 a 3 empleos adicionales para atender la demanda de la temporada.

IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN COMERCIAL O ESTRATEGIAS DE VENTA



El 63.51% de los prestadores que manifestaron una ventas inferiores a las del 2014 no implementaron un plan comercial o una estrategia de ventas para la temporada

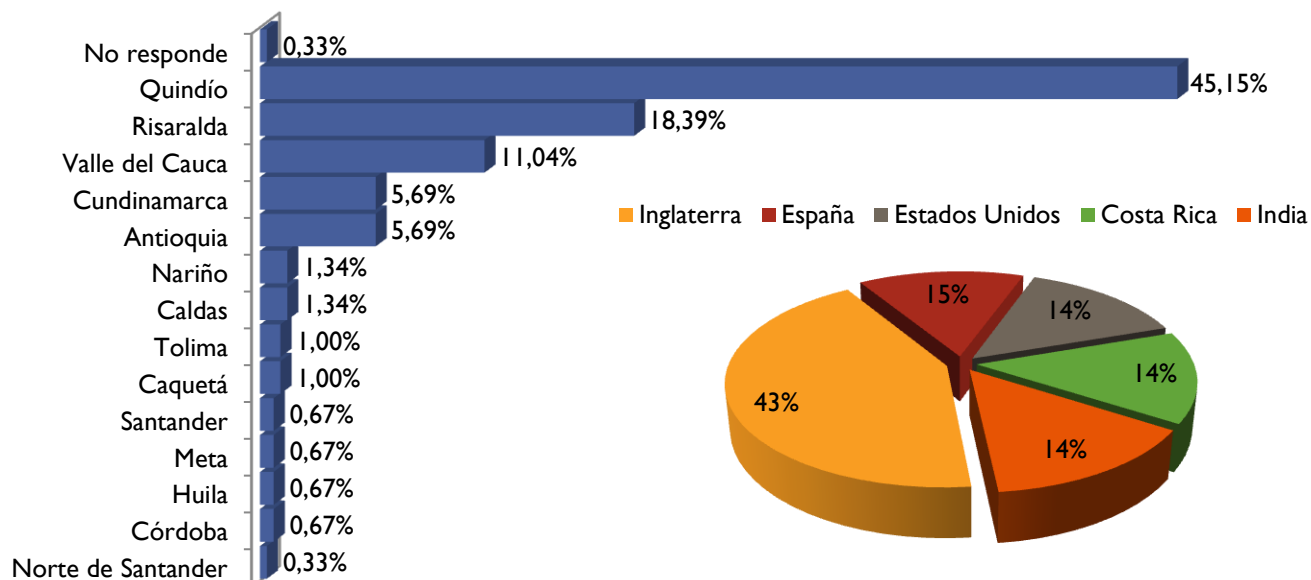
El 33.33% de los prestadores diferentes a alojamientos que implementaron una estrategia de venta para esta temporada, tuvieron un incremento en ventas entre el 1 y 5%



IMPACTO Y PERCEPCIÓN DEL FESTIVAL CAMINOS DEL QUNDÍO EN FILANDIA

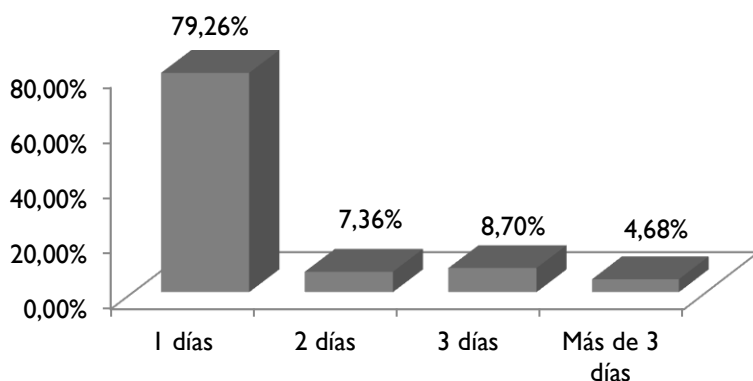
PROCEDENCIA

PROCEDENCIA TURISTAS Y VISITANTES DEL MUNICIPIO DE FILANDIA



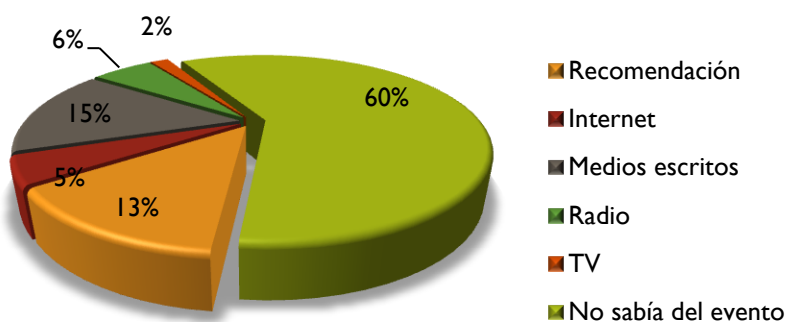
Gran parte de los asistentes al Festival procedía del departamento del Quindío, denotando así un turismo interno. No obstante también se contó con la asistencia de departamentos aledaños como Risaralda y Valle del Cauca.

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL MUNICIPIO



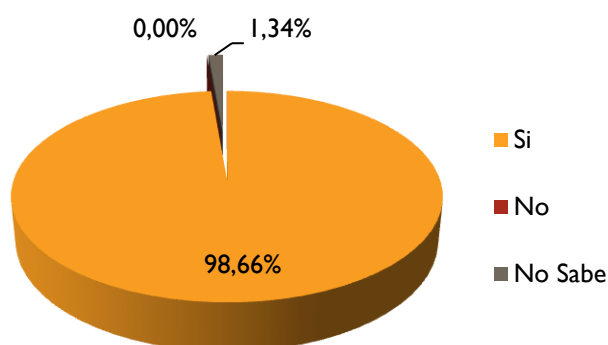
La mayoría de las personas encuestadas se encontraban en el municipio bajo la modalidad de pasadía, indicando la gran presencia de visitantes y no de turistas.

MEDIO POR EL CUAL SE ENTERO DEL EVENTO CAMINOS DEL QUNDÍO?



El 60% de las personas que visitaron el municipio de Filandia durante la festividad, no tenían conocimiento de la celebración del evento, es decir que no fueron convocados al municipio a realizar dicha actividad.

DISPOSICIÓN PARA REGRESAR AL MUNICIPIO DURANTE LA CELEBRACIÓN DEL EVENTO



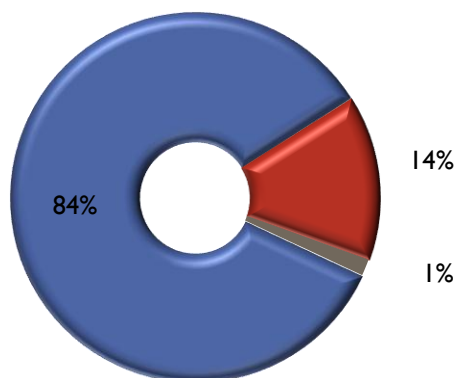
La disposición de los visitantes para regresar al municipio durante la celebración del festival es alta, así lo manifestó el 98.66% de los encuestados.

Ninguno de los encuestados señaló que no regresaría.

IMPACTO DEL EVENTO SOBRE LOS EMPRESARIOS DEL MUNICIPIO

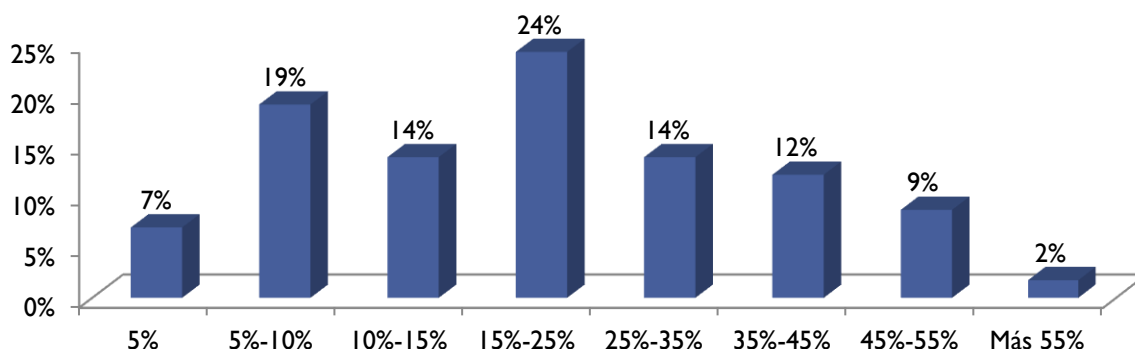
COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS

■ Aumentaron ■ No aumentaron ■ No sabes/No responde

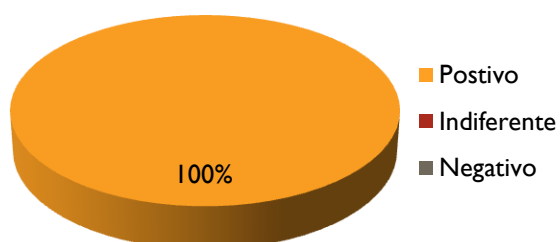


Para el 84% de los empresarios del municipio de Filandia que fueron encuestados, las ventas aumentaron como resultado de la celebración del evento.

De este porcentaje (84%), para el 25% las ventas aumentaron entre el 15 y 25 por ciento.



CALIFICACIÓN DEL IMPACTO DEL EVENTO SOBRE EL MUNICIPIO



El 100% de los empresarios encuestados coincidieron en que la realización del evento caminos del Quindío impacta positivamente al municipio.

CONCLUSIONES

RESPECTO A OTRAS TEMPORADAS

Aspectos que han permanecido

- **El perfil del turista:** la edad, la ocupación, la compañía de viaje y los departamentos de procedencia de los turistas que llegan al Quindío, no presentaron ningún cambio en esta temporada frente a las de años anteriores.
- **Medios por los cuales se enteran del Quindío:** en cada temporada, la mayoría de los turistas manifiestan que se enteran del Quindío a través del voz a voz o la recomendación de amigos o familiares, situación que demuestra el alto grado de satisfacción de los turistas y visitantes, y se ha convertido en el medio más efectivo de publicitar el destino. No obstante, se requiere aumentar las estrategias de promoción a través de medios masivos de comunicación como radio, televisión, internet y otras alternativas comerciales como ruedas de negocios.
- **Transporte en vehículo particular:** en general, el medio de transporte más empleado entre los turistas que han visitado el Departamento ha sido el vehículo particular y para esta temporada no fue la excepción, el 44.57% así lo manifestó.
- **Motivos de visita:** el turismo y la visita familiares amigos, continúan siendo las principales razones por las cuales turistas y visitantes eligen al destino en las temporadas turísticas.
- **El tiempo de permanencia en el Quindío:** el tiempo promedio en que un turista permanecería en el Quindío durante la temporada de mitad de año, es entre 2 y 3 días. Durante la temporada de semana santa la permanencia se incrementa de 4 a 6 días. En el caso de los turistas internacionales su estadía es 10 días o más, indiferente de la temporada.
- **Armenia como ciudad de Alojamiento:** ésta ciudad concentra el 25% de la oferta hotelera del Departamento y fue elegida esta temporada por el 49% de los consultados para albergarse, ubicándola en el primer lugar. Este comportamiento se ha presentado en la mayoría de las temporadas analizadas.

Aspectos que han variado

- **La procedencia internacional de los turistas:** teniendo en cuenta la información suministrada por Migración Colombia, gran parte de los extranjeros que ingresaron a Colombia durante el mes de junio provenían de Estados Unidos, Venezuela, México y Ecuador. Conforme con lo arrojado por la encuesta a Turistas, se percibe que para esta temporada se presentó mayor afluencia de personas provenientes de Ecuador que de España, país del cual, en la mayoría de temporadas, provienen en gran medida los turistas internacionales que visitan el Quindío.
- **Armenia como municipio más visitado:** Para esta temporada Armenia fue el municipio más visitado entre los turistas consultados, situación contraria a la de la temporada de mitad de año del 2014, en la cual, Salento fue el municipio más visitado seguido de Montenegro y Armenia.

- **Otros medios por los cuales se enteraron del Quindío:** Respecto a temporadas anteriores, la participación de las agencias de viaje como medio de promoción de destino ganó mayor representación en mitad de año.
 - Son varias las implicaciones que esta situación tiene sobre el destino, una de ellas tiene que ver con el incremento del transporte aéreo y turístico como medio para llegar al Quindío. Un 35% de las personas que viajaron por estos medios de transporte se enteraron del Quindío a través de una agencia de viajes.
 - Otro aspecto que se ve influenciado por esta situación es la modalidad de hospedaje, debido a que gran parte de las agencias de viaje ofrecen alojamientos en hoteles rurales o fincas turísticas. El 52% de las personas que se enteraron del destino por medio de una agencia de viajes, se hospedaron en un alojamiento rural o finca turística.
- **Participación de otros medios de transporte:** respecto a temporadas anteriores, la participación del transporte aéreo y el transporte turístico presentó un incremento, pues en otras temporadas esta se concentraba altamente en el transporte particular y público mostrando un bajo porcentaje para los otros medios de transporte.
- **Participación de nuevos turistas:** generalmente, la mayoría de los turistas que llegan al Quindío, han estado allí en más de una ocasión. De manera importante, según lo reportado por los turistas encuestados de esta temporada, se observó un incremento de los nuevos visitantes respecto al 2014.

Aspectos a tener en cuenta

- Considerando que los municipios de Salento y Filandia, según proyecciones del DANE, tienen 6.265 y 3.321 habitantes respectivamente en el área urbana, se estima que durante las temporadas turísticas estos municipios pueden llegar a recibir hasta 4 veces el número de habitantes.
 - Debido a la creciente afluencia de turistas y visitantes que reciben los municipios de Salento y Filandia en las diferentes temporadas, se requiere implementar medidas que brinden solución a las dificultades de movilidad interna. La insuficiencia de parqueaderos en ambos municipios es otros de los factores que impiden que en las temporadas turísticas se presente un buen flujo vehicular.
 - Una de las principales dificultades que presenta el municipio de Salento en la mayoría de la temporadas, es el ingreso y salida de vehículos al municipio, ya que al contar con una sola vía de acceso pavimentada se genera congestión vehicular. A diferencia de este municipio, Filandia cuenta con 2 vías de acceso y salida, lo cual permite una mejor movilidad.
- Teniendo en cuenta que el 10.62% de los turistas manifestaron que le gustaría encontrar nuevos parques y atractivos turísticos, es importante promover los demás atractivos que tiene el departamento como las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero, a través de la información que se brinda tanto en los Puntos de Información Turística (PIT's), como en los demás medios de promoción.
- Alrededor del 45% de los Prestadores de Servicios Turísticos encuestados, coincidieron en que para el mes de junio, el puente festivo con mayor afluencia de turistas fue el comprendido por los días 27, 28 y 29 de junio; respecto al flujo de pasajeros suministrado por el Terminal de Transportes de Armenia se

observa que durante este fin de semana se movilizaron 64.686 pasajeros, un 18.67% más que en el fin de semana del 13 al 15 de junio.

- Es importante resaltar que, según lo manifestado por los Prestadores de Servicios Turísticos encuestados, existe una relación entre la falta de un plan comercial o de estrategias comerciales de la empresa para recibir la temporada con un comportamiento negativo o inferior en las ventas, puesto que el 65.52% de los que prestadores manifestaron unas ventas inferiores a las del 2014, señalaron que no implementaron ninguna de estas estrategias comerciales.
- Teniendo en cuenta el impacto de la celebración del Festival Caminos del Quindío en Filandia durante los días 18, 19 y 20 de julio, se puede concluir que la celebración de este tipo de eventos durante las temporadas turísticas tienen un impacto positivo sobre el municipio. Los resultados en el municipio de Filandia fueron los siguientes.
 - Durante el fin de semana de celebración ingresaron al municipio 15.740 personas movilizadas en diferentes medios de transporte.
 - El 100% de los empresarios encuestados consideran que el impacto del Festival sobre el municipio de Filandia es positivo.
 - Para el 84% de los comerciantes encuestados la celebración del evento contribuyó al incremento de las ventas durante este periodo. De este porcentaje, para el 24% las ventas se incrementaron entre un 15 y un 20 por ciento

OBSERVATOR*i*o

DE TURISMO



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

Junio - Julio 2015