



Sistema Unificado de Información Turística del Quindío

ENCUESTA DE TURISMO SEMANA SANTA 2009

Objetivos:

Conocer las opiniones y percepciones tanto de los turistas nacionales y extranjeros en esta temporada, con el propósito de identificar fortalezas y debilidades que servirán de insumo para la planeación y el mejoramiento de los productos y servicios que ofrece el departamento del Quindío como destino turístico.

Ficha Técnica:

Muestra Representativa: 1.130 turistas encuestados

Locaciones:

Parque Nacional del Café

Parque Nacional de la Cultura Cafetera- PANACA

Jardín Botánico del Quindío

Salento y Valle del Cocora

Aeropuerto el Edén

Fecha:

Del 8 al 12 de abril de 2009

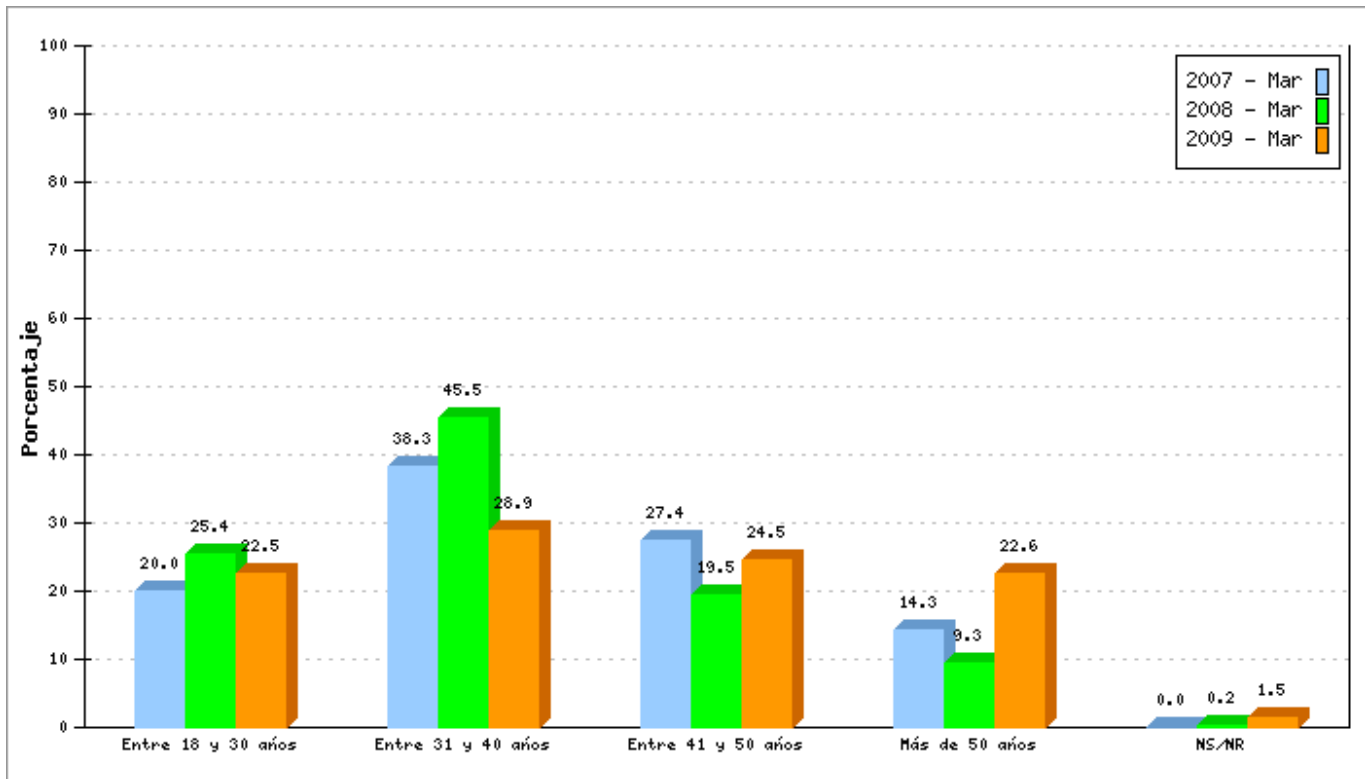
Técnica Empleada:

Encuesta personal compuesta por 29 preguntas: 18 preguntas cerradas, 4 abiertas y 7 mixtas.

Encuestadores:

6 estudiantes del la escuela de Turismo del SENA

Rango de edad



Al observar el comportamiento en los "rangos de edad" de los turistas que visitaron el Departamento en esta temporada de Semana Santa 2009, confirmamos que el destino Quindío continúa siendo preferido por los grupos familiares.

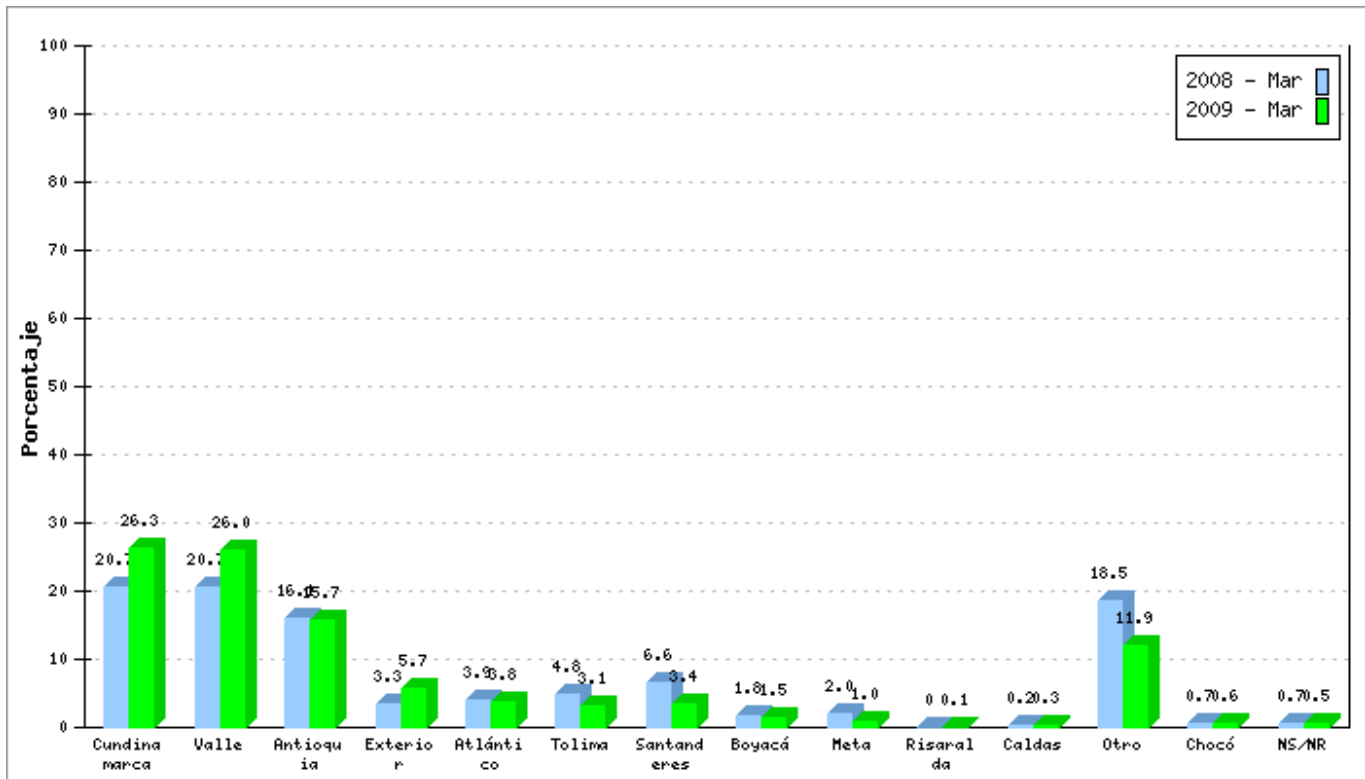
El rango que presentó mayor porcentaje estuvo ubicado "Entre 31 y 40 años", seguido del rango "Entre 41 y 50 años", y en igual proporción los rangos "Entre 18 y 30 años" y "Más de 50 años".

Si estas cifras se comparan con la Semana Santa del año anterior, podemos observar las siguientes variaciones:

1. La participación de los grupos de edad "Entre 18 y 30 años" presentó una leve disminución, pasando del 25.4% en el 2008 a 22.4% en el 2009
2. El grupo de turistas ubicado en el rango "Entre 31 y 40 años" muestra una considerable disminución, donde para el 2008 este porcentaje estaba en un 45.5% y para la temporada 2009 en un 28.9%
3. Los visitantes ubicados en edades "Entre 41 y 50 años", demostró un aumento, pasando del 19.5% en el 2008 al 24.5% en el 2009
4. El grupo de mayor variación, fue el de "Más de 50 años", pasando del 9.3% en la temporada de Semana Santa 2008 al 22.6% en este año.

Cabe mencionar, que la temporada de Semana Santa no ha sido época de turismo para grupos jóvenes, su mayor porcentaje ha estado representado en los grupos de edades "Entre 31 a 40 años". Por lo anterior, un reto del sector sería mantener cautivo el nicho de mercado familiar, pero a la vez debe trabajar en abrir nuevos mercados para gente joven (compañeros de trabajo y estudio, parejas y amigos); la cual puede encontrar variada oferta, como es el caso del deporte aventura y turismo ecológico.

Lugar de procedencia



Cundinamarca, Valle y Antioquia continúan siendo nuestros segmentos o nichos de mercado existentes. Uno de los retos del sector turístico es mantenerlos, al igual que atraer nuevos clientes, tanto nacionales como extranjeros.

Es notable ver cómo los Santanderes, Nariño, Huila, Boyacá, Bolívar, Atlántico, Meta y Cauca en las últimas encuestas de turismo han presentado importantes estadísticas, revelando la necesidad de promocionar al Quindío directamente en estos departamentos, con el propósito de incrementar su porcentaje actual de participación, al igual que garantizar que se conviertan en clientes habituales.

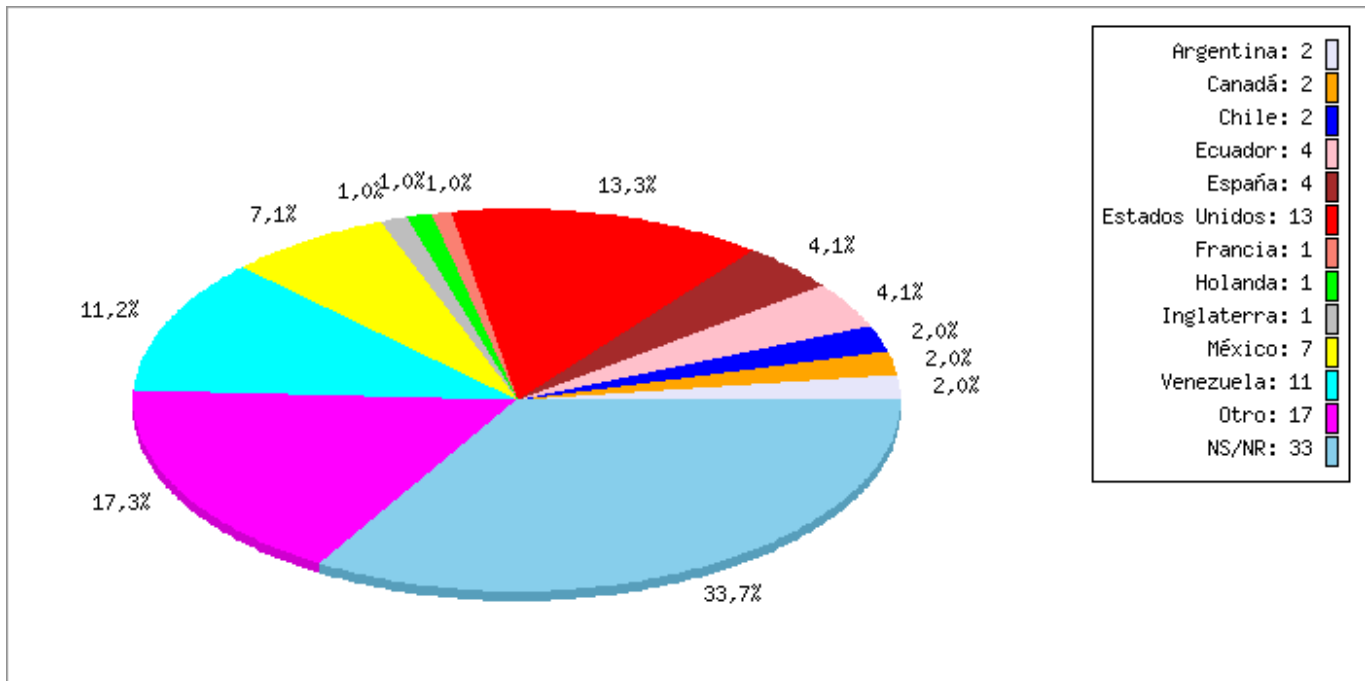
La estratégica ubicación geográfica de nuestro Departamento debe ser un factor determinante para ampliar la posibilidad de mercados potenciales, y así no tener que depender de los tres de departamentos que tradicionalmente nos han visitado, que representan aproximadamente el 70% de los turistas. Por esta razón, se deben generar mayores acciones de promoción y comercialización en diversos lugares del país como por fuera de él, que permitan el logro de varios objetivos como:

- Identificar nuevos mercados y segmentos, tanto nacionales como extranjeros.
- Mantener el número de turistas repitentes de nuestro mercado tradicional, ya que esto garantiza la consolidación o madurez del destino.

Los resultados de este año indican lo siguiente:

- Cundinamarca, Valle y Antioquia continúan representando el mayor porcentaje de turistas que visitan nuestro destino
- Cundinamarca como Valle presentaron un incremento frente al año anterior, pasando del 20% al 26% respectivamente.
- Antioquia se mantuvo con un porcentaje del 16%
- Departamentos como los Santanderes, Nariño, Huila, Boyacá, Cauca, Atlántico y Bolívar están tomando una activa participación en las últimas temporadas.
- La participación de extranjeros frente al año anterior presentó un incremento, pasando del 3.3% para el 2008 al 5.7% para este año.

País de procedencia



Del total de los turistas que arribaron al Departamento en esta época vacacional, el 5.7% correspondió a "Extranjeros", y para la temporada 2008 este porcentaje fue de un 3.3%

Si comparamos estos resultados con los anteriores Observatorios, los países que más nos visitan son: Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, España y México.

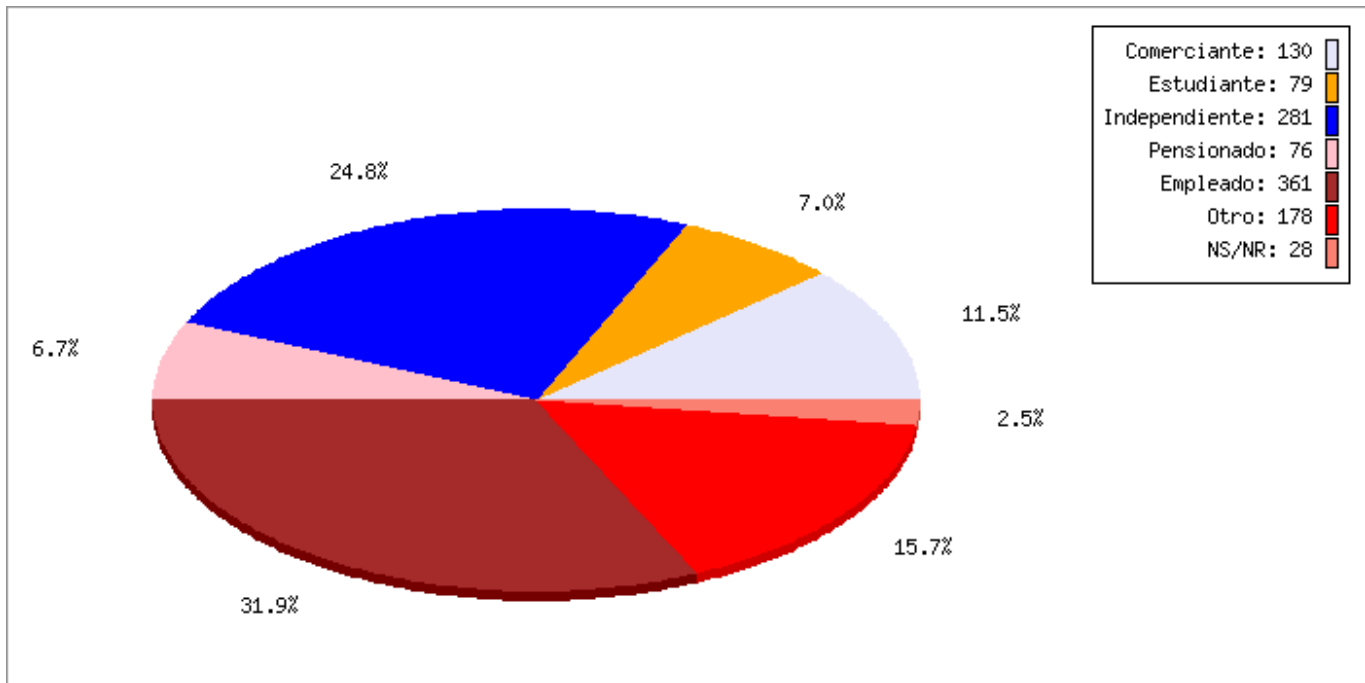
Luego de realizar las correlaciones de variables que permite el sistema de información SUIIT, podemos anotar lo siguiente:

- El 74% de los Turistas extranjeros que arribaron a nuestra región lo hacían por primera vez.
- El 50% de los extranjeros prefirieron alojarse en "Hotel Rural" y "Finca", el 24% en "Hotel Urbano" y tan sólo un 4.6% donde "Familiares y Amigos".
- El 13.8% de los extranjeros se hospedaron en otro departamento, lo que significa que más del 83% de los visitantes se alojaron en el Quindío.
- Además se determinó que el 33% de los turistas extranjeros se quedaron de 1 a 3 días, el 46% de 4 a 6 días y el 18% más de 6 días.
- El 46% de los extranjeros en esta temporada viajaron en compañía de su "Núcleo Familiar" y "Grupos Familiares", el 22% viajaron "Solos", el 15% en grupo de "Amigos", el 14% en "Parejas" y tan sólo el 3.3% viajó en compañía de "Compañeros de Trabajo".

El incremento en la participación de los turistas extranjeros, hace necesario pensar que se requiere recoger y analizar información que permita conocer cuáles son las motivaciones y expectativas de los turistas extranjeros frente a nuestro destino, con el objetivo de diseñar y desarrollar propuestas que mejoren nuestra oferta. Hoy los mercados deben adaptarse a las nuevas tendencias de la demanda.

Otra necesidad y que requiere de urgente atención es la formación en Bilingüismo y Guías Turísticos Especializados.

Ocupación



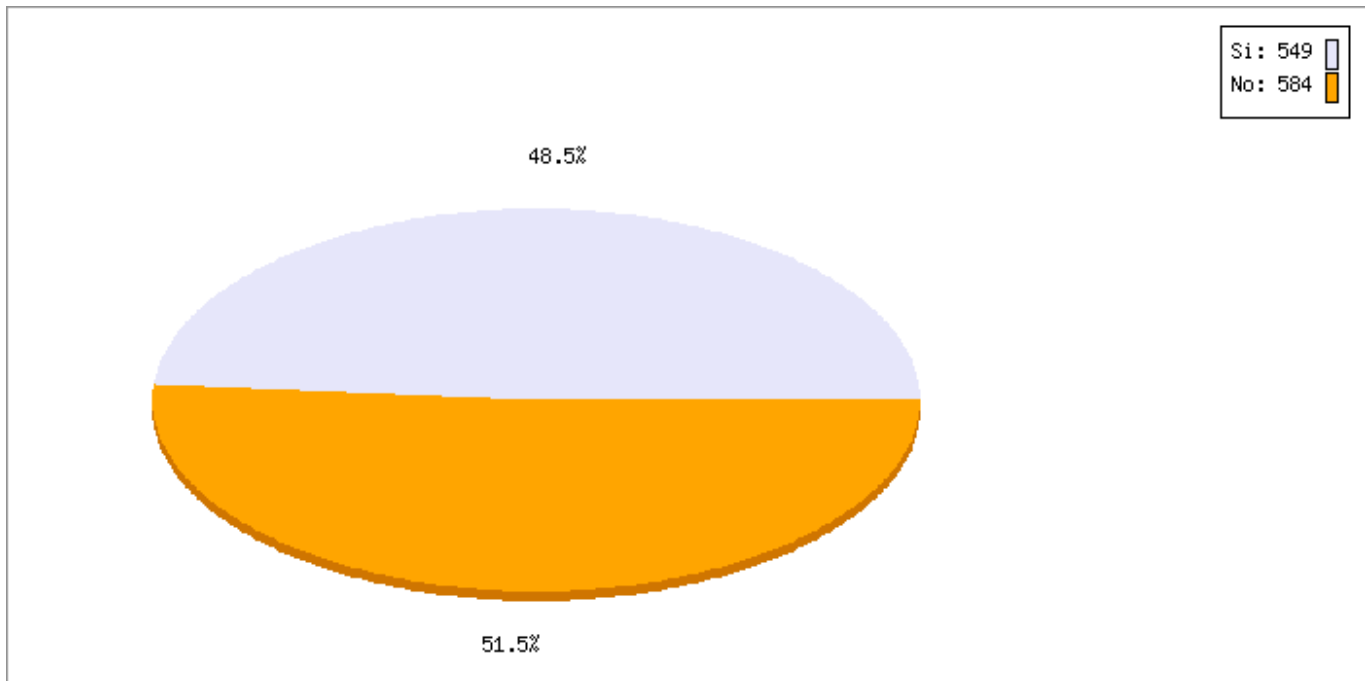
Los resultados muestran que un 31.9% de los turistas que nos visitaron son "Empleados", seguido con un 24.8% que son "Independientes", un 11.5% de los visitantes afirmaron ser "Comerciantes", un 7% "Estudiantes", y un 6.7% dijeron ser "Pensionados".

Esta pregunta al indicarnos el perfil del turista, nos permite conocer y saber más de nuestros clientes, facilitando el diseño de estrategias de promoción y mercadeo dirigidas a los mercados ya segmentados.

De acuerdo a la correlación realizada por el sistema SUIT- Sistema Único de Información Turística - , donde se relaciona el rango de edad con la ocupación, cabe destacar lo siguiente:

- Los turistas ubicados en el rango de edad "Entre 18 y 30 años", el 24.8% afirmaron ser estudiantes, el 37% empleados, y un 17.6% independientes.
- Quienes estaban situados entre los 31 y 40 años, el 39.4% contestaron que eran " Empleados ", el 29.1% dijo ser " Independiente " y el 11% " Comerciante "
- Entre los 41 y 50 años, el 35% confirmó ser " Empleado ", el 32% " Independiente ", y el 12% " Comerciante "
- Los que afirmaron tener "Más de 50", el 24.2% dijo ser "Jubilado", el 18% "Independiente", el 14.5% " Empleado ".

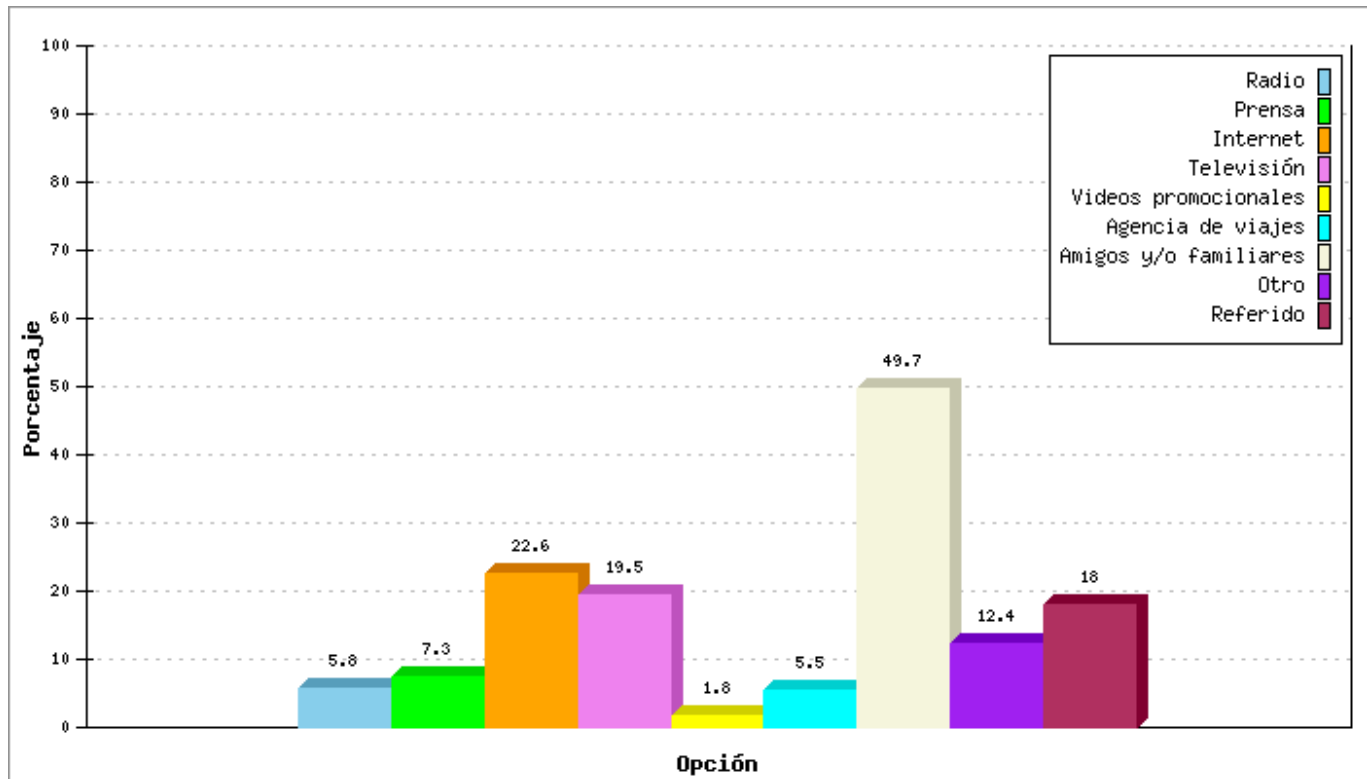
¿Es la primera vez que viene al Quindío?



Si lo comparamos con la temporada de Semana Santa anterior, el 54% de los turistas en el 2008 vinieron por primera vez, y en esta temporada 2009 el 48.5% , lo que significa que aumentó el número de turistas que repitieron el destino.

Es relevante señalar que es necesario generar una mayor oferta para garantizar la continuidad del mercado que nos visita por primera vez y mantener nuestros clientes permanentes como Cundinamarca, Valle y Antioquia.

¿Si es la primera vez que viaja al Quindío, cómo se enteró de él como destino turístico?

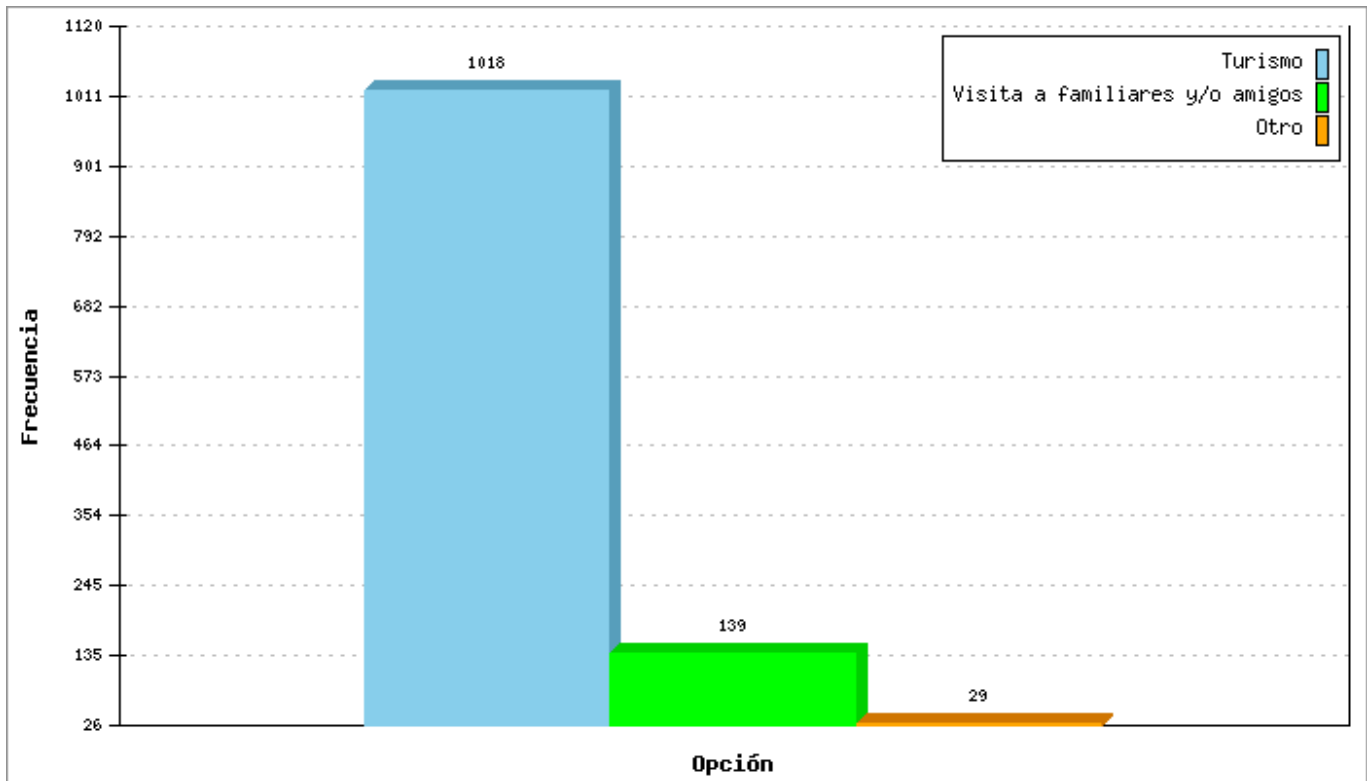


Esta pregunta sólo se le realizó a los turistas que visitaron el Quindío por primera vez, que correspondió al 48.5%. (549 Turistas)

Por lo tanto, un 66% de los turistas que arribaron por primera vez a nuestro Departamento se enteraron de nuestro destino por "Amigos o familiares" y "Referidos", el 22% de ellos se enteraron por Internet, el 19.4% por televisión, seguido de prensa, radio y agencias de viaje.

El grado de satisfacción del turista se mide por las veces que repite el destino y a su vez por referenciarlo; siendo un gran reto y compromiso de los empresarios turísticos reforzar y continuar consolidando el servicio y la atención a los visitantes, que al quedar satisfechos con el Quindío como producto turístico si duda harán una buena referencia de éste.

Su visita al Quindío fue motivada por



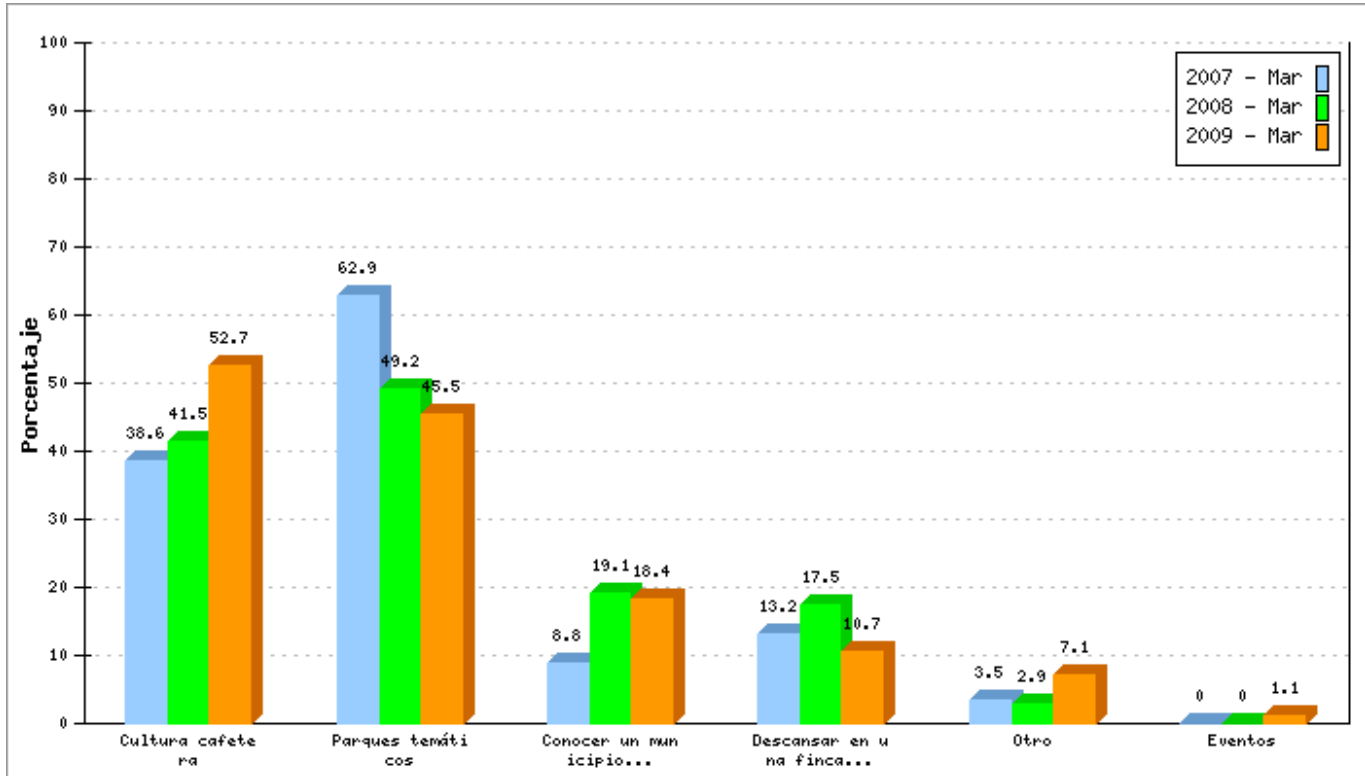
Esta pregunta es la primera vez que se realiza en un Observatorio Turístico, teniendo como propósito conocer la motivación de los viajeros a escoger nuestro destino para esta temporada de Semana Santa.

El resultado muestra que de los 1.018 turistas que respondieron y que corresponden al 89.4%, vinieron motivados exclusivamente por "Turismo", un 12% lo hizo para "Visitar a sus Familiares y Amigos", y tan sólo un 2.6% lo hizo por "Otro" motivo diferente.

Lo anterior demuestra y coincide con el bajo porcentaje de ocupación donde "Familiares y Amigos", representado tan sólo en un 7%.

Con esta pregunta, hemos logrado de manera contundente demostrar que la mayoría de los turistas que arribaron al Departamento en esta temporada lo hizo motivado por los atractivos de la región.

¿Cuáles son los principales motivos por los que escogió el Quindío como su destino turístico en ésta oportunidad?



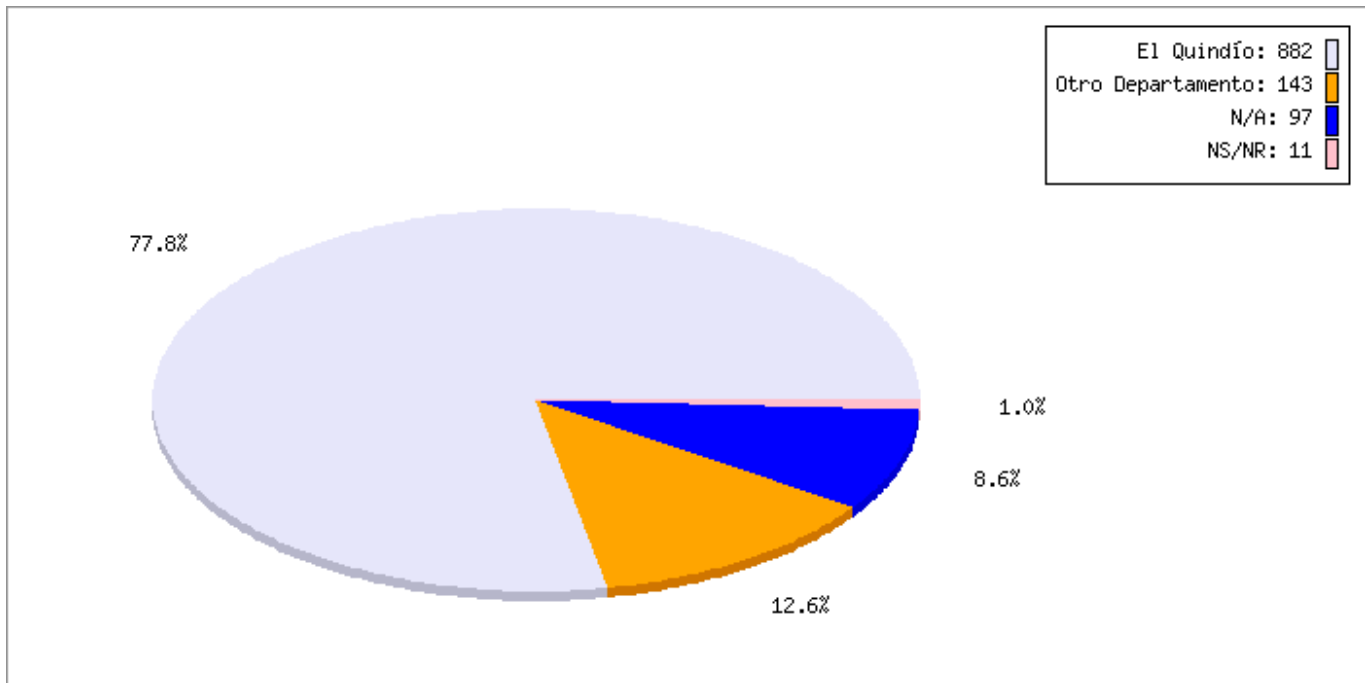
En esta temporada un 52.7% de los turistas escogió el Quindío motivado por su Cultura Cafetera, un 45.5% para visitar un Parque Temático, un 18.4% quería conocer un Municipio, un 10.7% afirmó querer descansar en una Finca.

Si estos resultados los comparamos con la temporada de Semana Santa 2008, donde el principal motivo para venir al Quindío era visitar un Parque Temático, en esta temporada la motivación principal fue visitar al Quindío por su Cultura Cafetera (paisaje, alojamientos rurales, procesos del café, arquitectura tradicional, etc.).

Dentro del producto cultural cafetero, el departamento del Quindío se encuentra en mora de desarrollar a gran escala un proceso donde se comprometa la actividad de la CAFICULTURA con una serie de recorridos y actividades propias de esta cultura, desde la siembra hasta el consumo. Países como Costa Rica lo hacen de manera exitosa.

Hoy el Quindío en municipios cordilleranos produce cafés especiales de gran valor en el mercado internacional, a los cuales podría dársele especial importancia en el proceso turístico de la región.

Se encuentra hospedado en



Para esta temporada, el 77.8% de los turistas que arribaron al Quindío se alojaron de la siguiente manera: el 12.6% estaban hospedados en otro departamento (Valle o Risaralda) y el 8.6% eran los visitantes que venían exclusivamente desde su ciudad de origen, como es el caso del Valle del Cauca. A estos mercados próximos geográficamente se les ha llamado el "Turismo Rural de Cercanías", y requieren además de especial atención por ser clientes habituales y tradicionales.

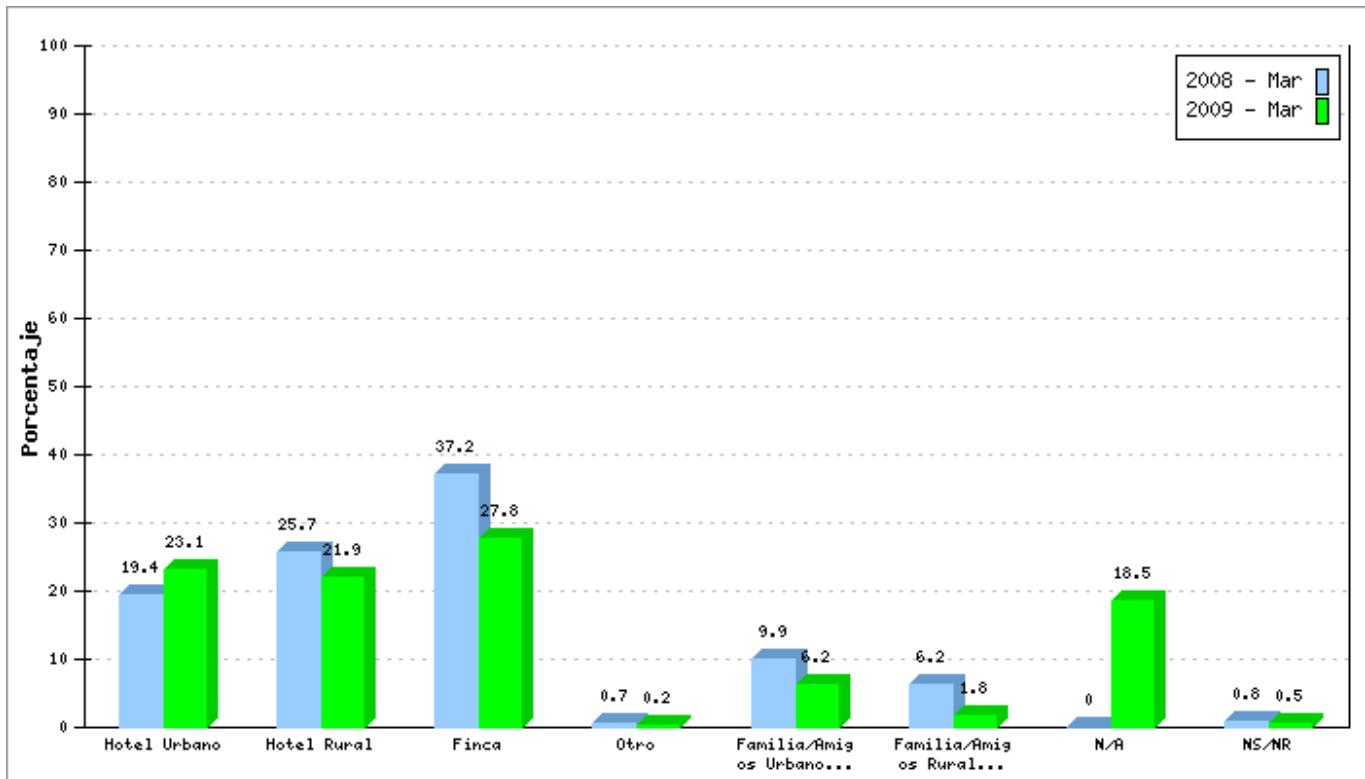
Una de las correlaciones de variables realizadas (Lugar de procedencia con el Departamento donde se encuentra hospedado) dio como resultado lo siguiente:

- Del total de turistas provenientes del Valle (26%), el 60% de éstos se hospedaron en el Quindío y el 40% restante lo hizo como visitante o en pasadía.
- De los 3 Departamentos que más nos visitaron, Cundinamarca fue el de mayor porcentaje de turistas que prefirió alojarse en nuestro Departamento, con el 87%; seguido de Antioquia con el 79.8% y Valle con el 60%.

Los turistas provenientes de otros departamentos como Atlántico, Tolima y Santanderes a pesar de haber presentado una menor presencia, prefirieron en su gran mayoría al Quindío como destino para su estadía. De los 39 turistas provenientes del Atlántico un 97.4% se alojaron en el Quindío al igual que un 78.4% de los turistas provenientes del Tolima y los Santanderes.

A parte de la oferta rural, el Quindío tiene una amplia oferta que comprende entre 13 y 14 noches, sin tener en cuenta los Departamentos vecinos que podían aumentar la noche de estadía. Lo anterior, debe ser producto de una buena campaña de promoción y comercialización, que tenga como propósito llegar a los Departamentos más distantes de Colombia y conseguir su interés por nuestro destino.

¿En cuál de las siguientes modalidades de alojamiento se encuentra hospedado?



Este gráfico nos muestra que del total de turistas que se alojaron en el Quindío en esta temporada, el mayor porcentaje lo obtuvo la modalidad de " Finca" , con un 27.8%, seguido de " Hotel Urbano" con un 23.1%, " Hotel Rural " con el 21.9% y por último con un 8% el alojamiento donde " Familiares y Amigos" (urbano y rural).

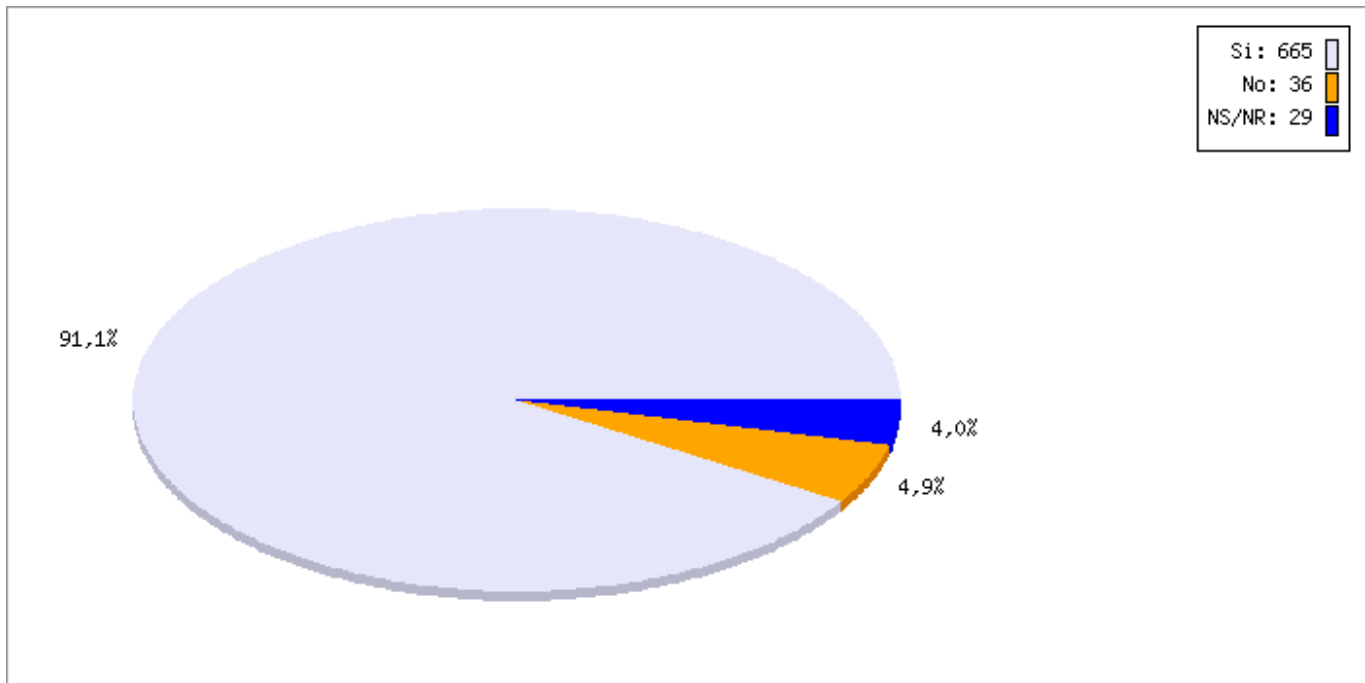
Si comparamos estas cifras con el año anterior, podemos observar y destacar lo siguiente:

1. El alojamiento preferido por los turistas continúa siendo la zona rural (Hotel Rural y Finca)
2. Para esta temporada el Hotel Urbano presentó un incremento considerable, pasando del 19.4% de turistas que utilizaron esta modalidad en el 2008, al 23.1 % que eligieron el Hotel Urbano en esta oportunidad.

La amplia oferta de hoteles urbanos actualmente y por unos precios sensiblemente económicos ha permitido el crecimiento en esta demanda

3. Es importante destacar la disminución del porcentaje de turistas que utilizaron el alojamiento donde familiares y amigos, pasando del 16.1% al 8%.

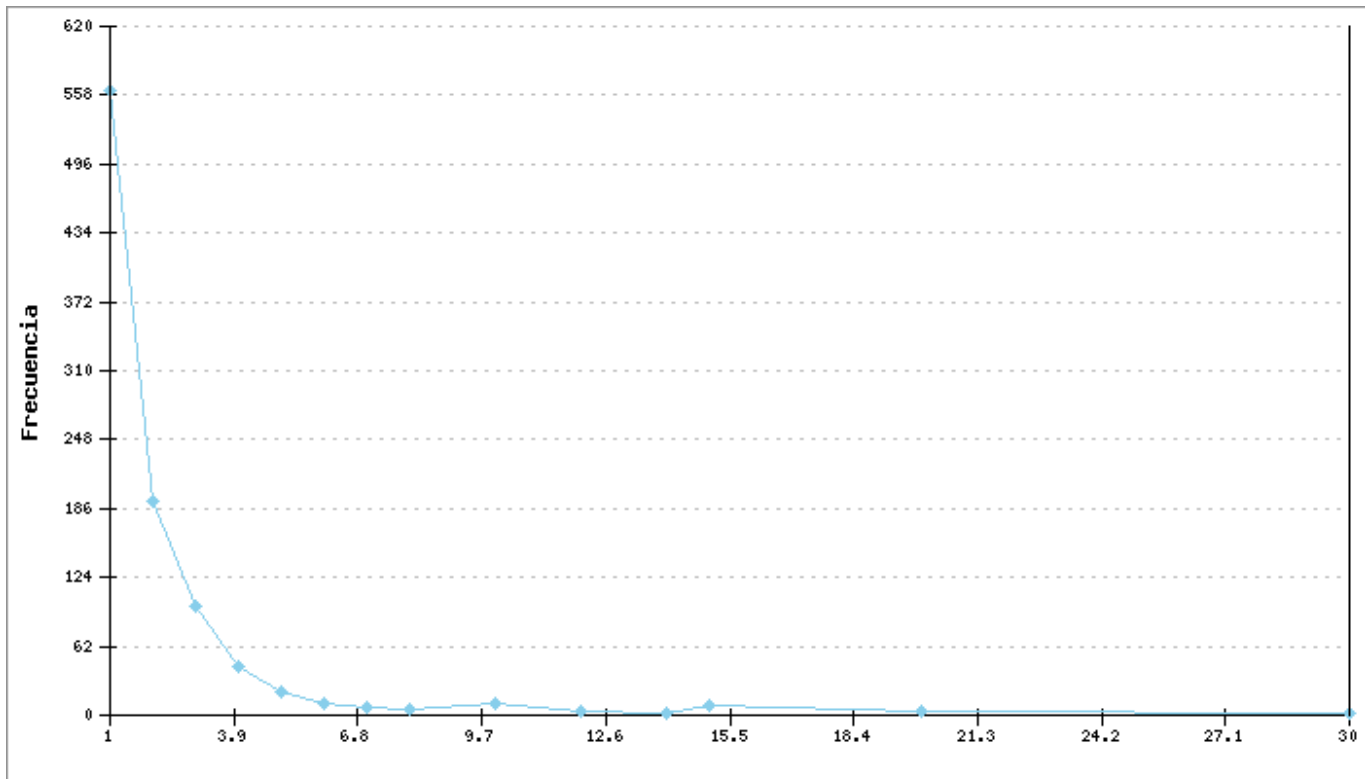
4. Luego de hacer la correlación -lugar de procedencia y tipo de alojamiento - podemos destacar que un (36.9%) de los turistas provenientes de Cundinamarca y un 28.7% de los de Antioquia prefirieron alojarse en "Finca". Los turistas provenientes de Tolima (29.7%), Santanderes (29.7%) y Valle (20.9%) fueron quienes prefirieron el "Hotel Urbano". En cambio los turistas provenientes de Atlántico eligieron con mayor porcentaje el " Hotel Rural".

¿El alojamiento cumple sus expectativas de acuerdo a lo que le ofrecieron?

De los que respondieron esta pregunta, el 91% opina que el alojamiento cumplió las expectativas, tan sólo el 5% dijo que no y un 4% NS/NR. Si estos resultados se compararan con el año anterior podemos ver que los turistas afirman que los alojamientos cumplen con las expectativas y con lo que inicialmente les ofrecieron.

Es importante aclarar que esta calificación no la recibe el alojamiento donde familiares y amigos.

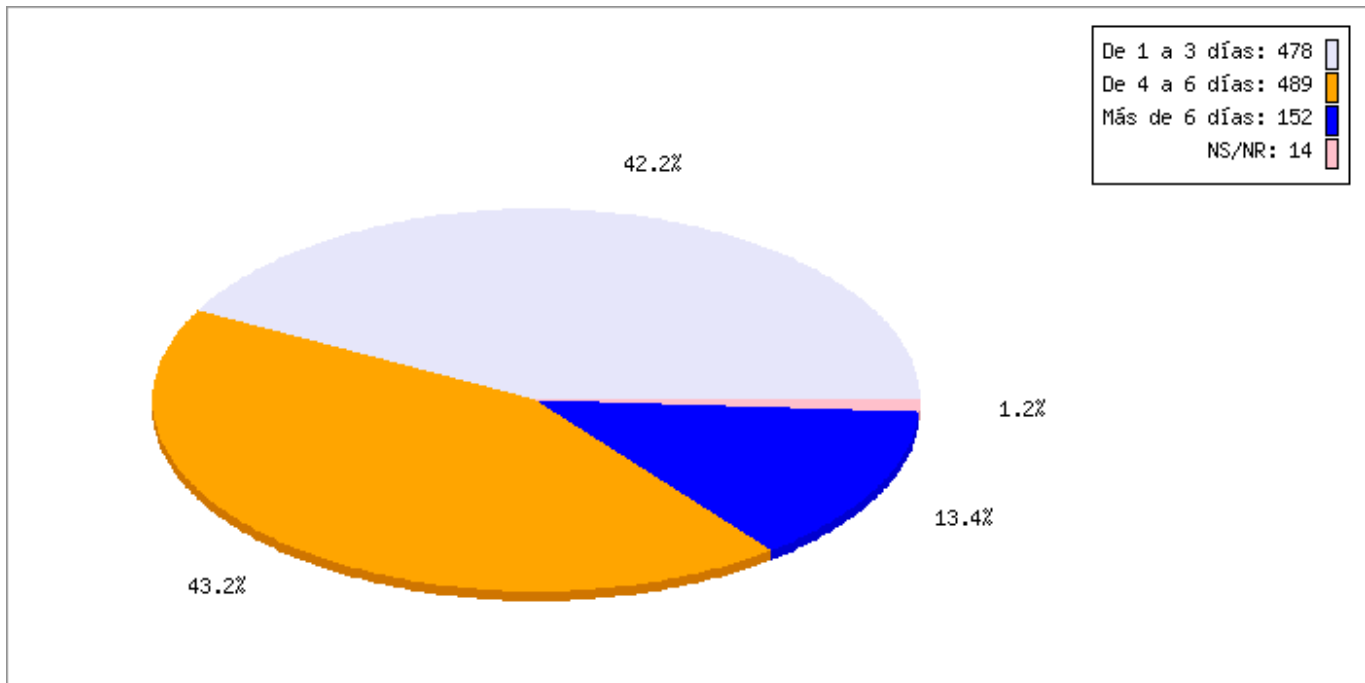
¿En los 2 últimos años, cuántas veces ha venido al Quindío contando estas vacaciones?



Sumario de Estadísticas	
Total Respuestas	970
Sumatoria Respuestas	2.064,00
Valor Menor	1,00
Valor Mayor	30,00
Promedio	2,13
Moda	1
Desviación Estándar	2,4813
Coefficiente de Variación	116,61 %

El gráfico nos indica que según el número de personas que respondieron esta pregunta, el 57% de los turistas afirmaron haber venido por lo menos una vez en los 2 últimos años (incluido si era la primera vez que lo visitaba); seguido de un 19% que afirmó haber venido por segunda vez y aproximadamente un 8 al 10% afirman haber venido por tercera vez en los dos últimos años. El porcentaje restante contestó diferentes valores.

¿Cuánto tiempo tiene previsto permanecer en el Quindío?



En los Observatorios que se llevan hasta la fecha, el tiempo previsto para permanecer en el destino más común se ubica entre "4 a 6 días", incluida la temporada de Semana Santa. En el gráfico podemos observar que la estadía estuvo dividida "entre 1 a 3 días" (42.2%) y "entre 4 a 6 días" (43.2%) y con un porcentaje menor quienes se alojaron "más de 6 días" con un 13.4%.

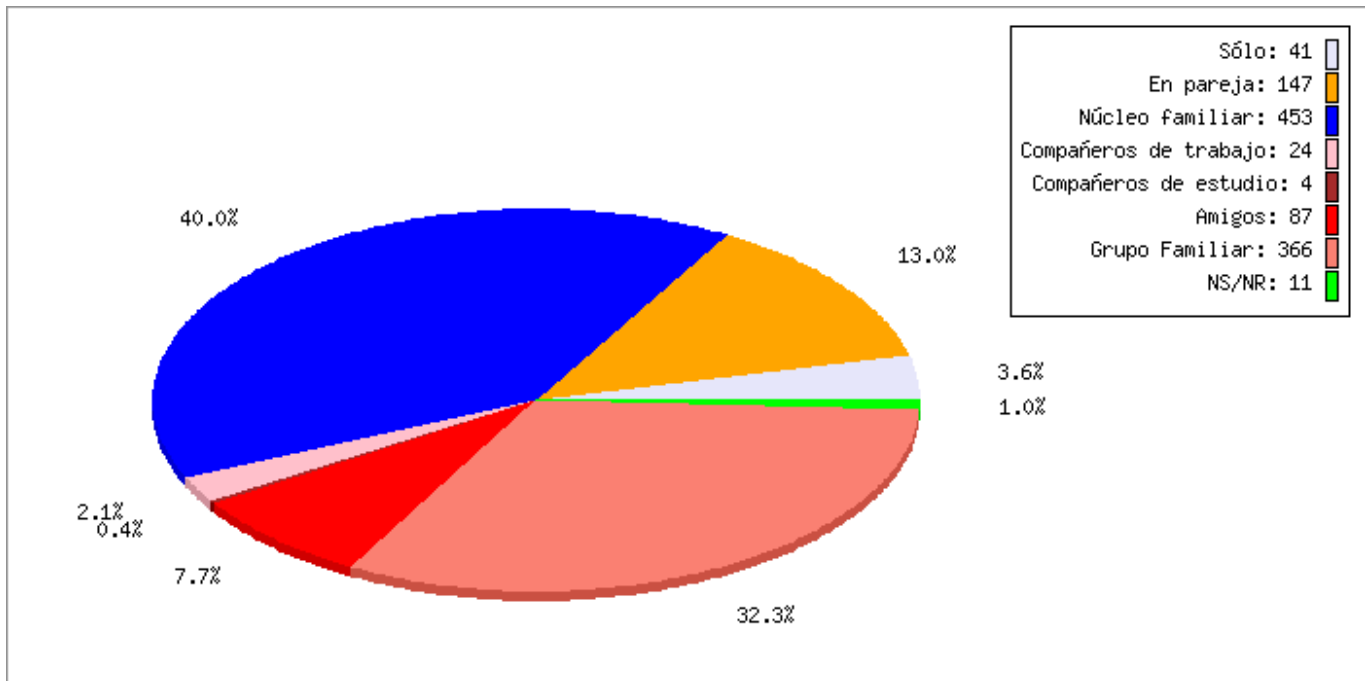
Si comparamos estos resultados con la Semana Santa 2008, el tiempo de estadía "de 1 a 3 días" pasó de un 25% al 42.2% para el 2009; "de 4 a 6 días" pasó del 54% al 43.2%. La categoría "más de 6 días" pasó del 21% para el 2008 al 13.4% en el 2009.

Lo anterior significa que los turistas disminuyeron su tiempo de estadía

Por la cercanía a nuestro destino, el Valle del Cauca es quien presenta el mayor porcentaje de estadía "de 1 a 3 días", seguido de Tolima y Antioquia.

Los departamentos con mayor permanencia "de 4 a 6" días fueron Cundinamarca, Atlántico y Santanderes.

En compañía de quien viajó al departamento del Quindío



El gráfico demuestra que el mayor porcentaje de turistas estuvo conformado por familias (núcleo familiar y grupo familiar) con un porcentaje del 72.1%; seguido por un 13% de parejas de turistas y un 7.7% que visitaron el destino en compañía de amigos. Este resultado tiene relación directa con el rango de edades.

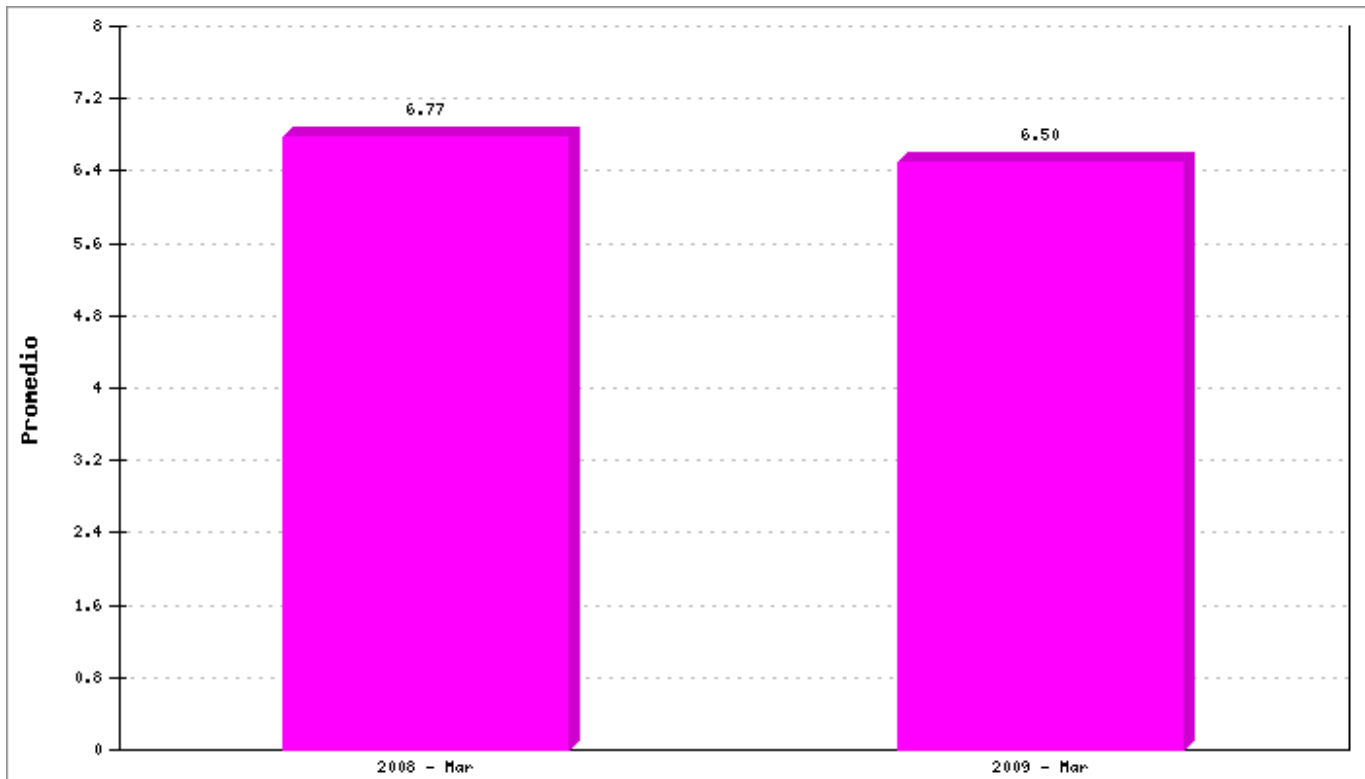
Una de las estrategias a seguir o a implementar en el Departamento para atender el gran porcentaje de turistas que arriban al Quindío en compañía de sus familias (grupo familiar y núcleo familiar), está en la creación y diseño de paquetes que permitan productos de diferentes características y precios, con el objetivo de hacerles más larga su estadía con precios más cómodos para la adquisición de los atractivos turísticos.

Sería de gran aporte en la elaboración de estos paquetes, la consolidación de manifestaciones de la cultura tradicional, como es el proceso de la Cultura Cafetera (Proceso del cultivo, gastronomía del café, música y folklore, arquitectura tradicional cafetera y tradiciones en general alrededor del tema del café); la cual sin duda tendría costos favorables para su desarrollo e implementación.

Otro producto al cual podría generársele valor agregado, y que podría cautivar visitantes, es la cultura alrededor del Plátano y su tradicional YIPAO. El proceso como la siembra, recolección, transporte y comercialización serían de gran impacto y atractivo para los turistas.

A menudo, la población local no se da cuenta de las diferencias entre su cultura y la de los visitantes, y del interés que despierta la nuestra. Simplemente se requiere de imaginación, planificación y desarrollo de la idea. Lo que si está claro es la necesidad de desarrollar nuevos productos que mantengan el destino en una posición competitiva y de esta manera evitar generar incertidumbre frente a la oferta turística del Departamento.

Incluido usted ¿Cuántas personas viajaron al Quindío?

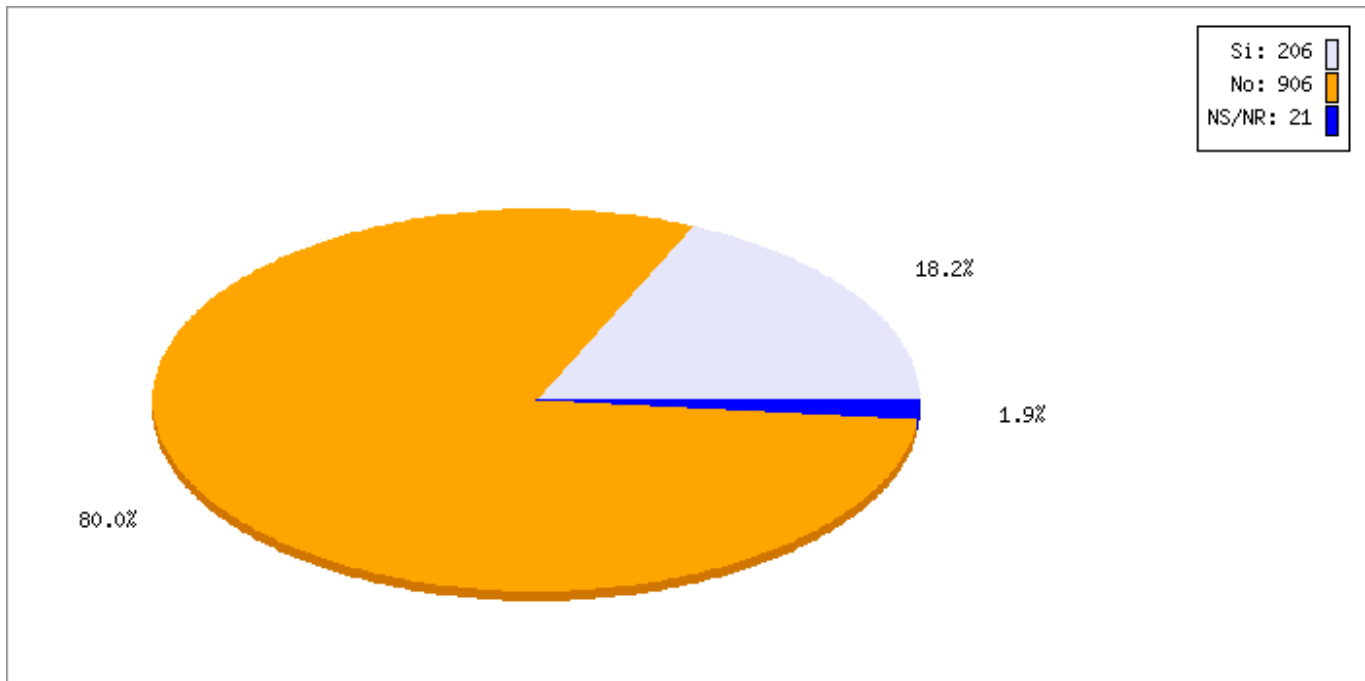


Sumario de Estadísticas (2008 - Mar)	
Total Respuestas	1.467
Sumatoria Respuestas	9.926,00
Valor Menor	1,00
Valor Mayor	127,00
Promedio	6,77
Moda	2
Desviación Estándar	11,3509
Coficiente de Variación	167,76 %

Sumario de Estadísticas (2009 - Mar)	
Total Respuestas	1.124
Sumatoria Respuestas	7.305,00
Valor Menor	1,00
Valor Mayor	60,00
Promedio	6,50
Moda	4
Desviación Estándar	6,5540
Coficiente de Variación	100,85 %

Los resultados exponen que los visitantes que llegaron al departamento del Quindío en esta temporada 2009, venían en su gran mayoría en grupos familiares, con un promedio de 6.50 personas. Si comparamos esta cifra con los resultados del año 2008 podemos decir que no hubo variaciones, dado que su promedio estuvo en un 6.77%.

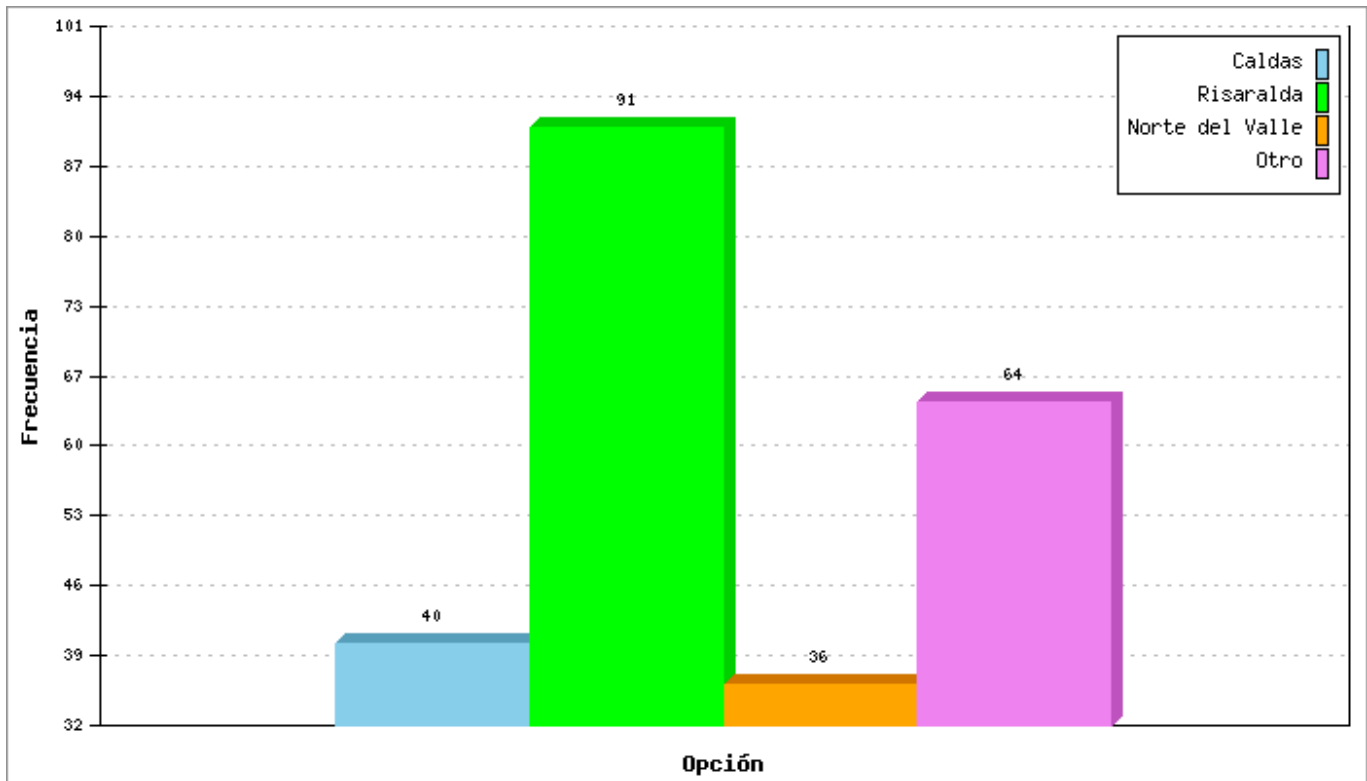
Otro aspecto importante para anotar es el valor de la moda que estuvo ubicada en 4; lo que significa que fue el dato más repetido en la encuesta, coincidiendo con el alto porcentaje de personas que viajaron con su "Núcleo Familiar" (39.8%).

¿En estas vacaciones tiene planeado visitar otro Departamento?

El gráfico enseña que el 80% de los turistas no planeó visitar otro departamento. Tan sólo un 18.2% programó ir a un lugar diferente al Quindío.

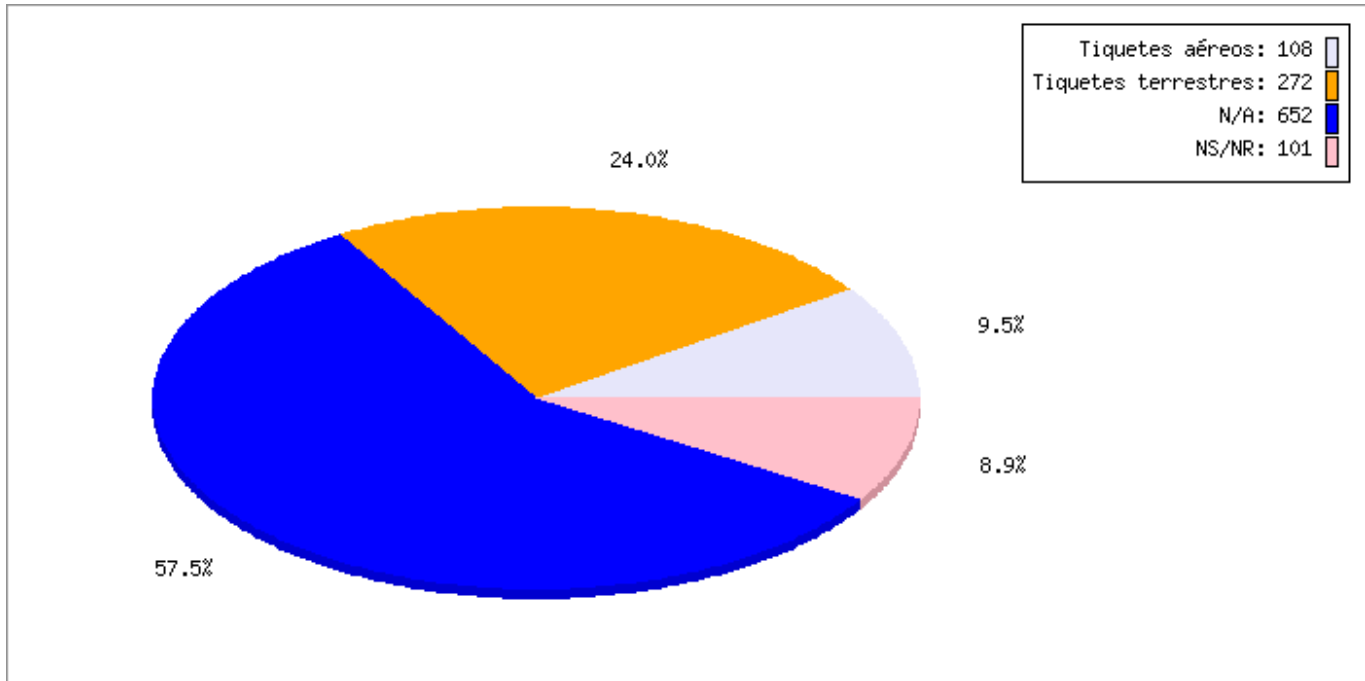
Por la corta temporada, al turista no le queda tiempo de visitar otros lugares; sin embargo es necesario establecer alianzas con departamentos vecinos como Caldas, Risaralda y Valle, que busquen la ampliación de la estada.

Si su respuesta es SI, ¿Cuáles?



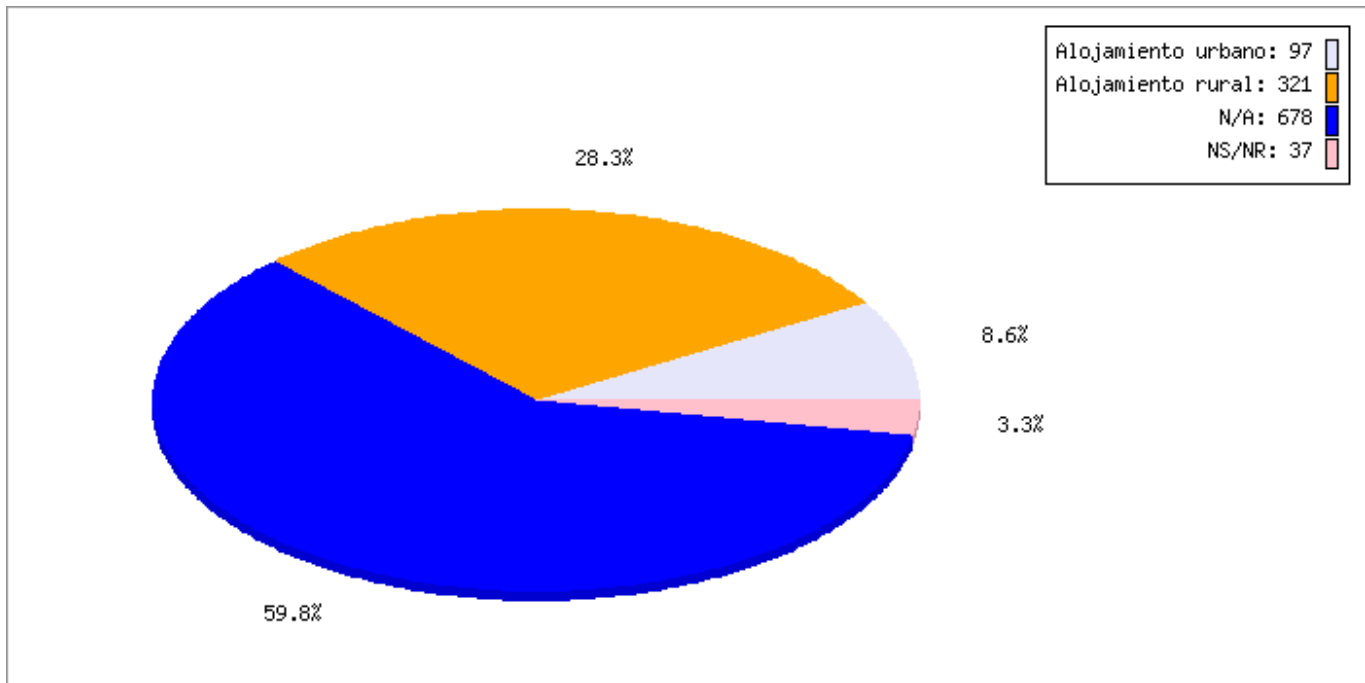
De los 206 turistas que visitaron "Otro Departamento", el 44% lo hizo a Risaralda, el 19.41% a Caldas y un 17% planeó ir al Valle. Un 31% afirmó que iría a otros lugares, siendo la cercanía un factor determinante en la decisión del turista para la ampliación de sus vacaciones.

¿De los productos turísticos utilizados por usted (Tiquetes), cuáles compró en su ciudad de origen?



Según gráfico, el 33% de los turistas compró sus tiquetes (aéreos y terrestres) desde su ciudad de origen, el 67% restante fue el que arribó al Departamento en vehículo particular, porcentaje que coincide con el medio de transporte utilizado para arribar al Quindío (vehículo particular).

¿De los productos turísticos utilizados por usted (Alojamiento), cuáles compró en su ciudad de origen?

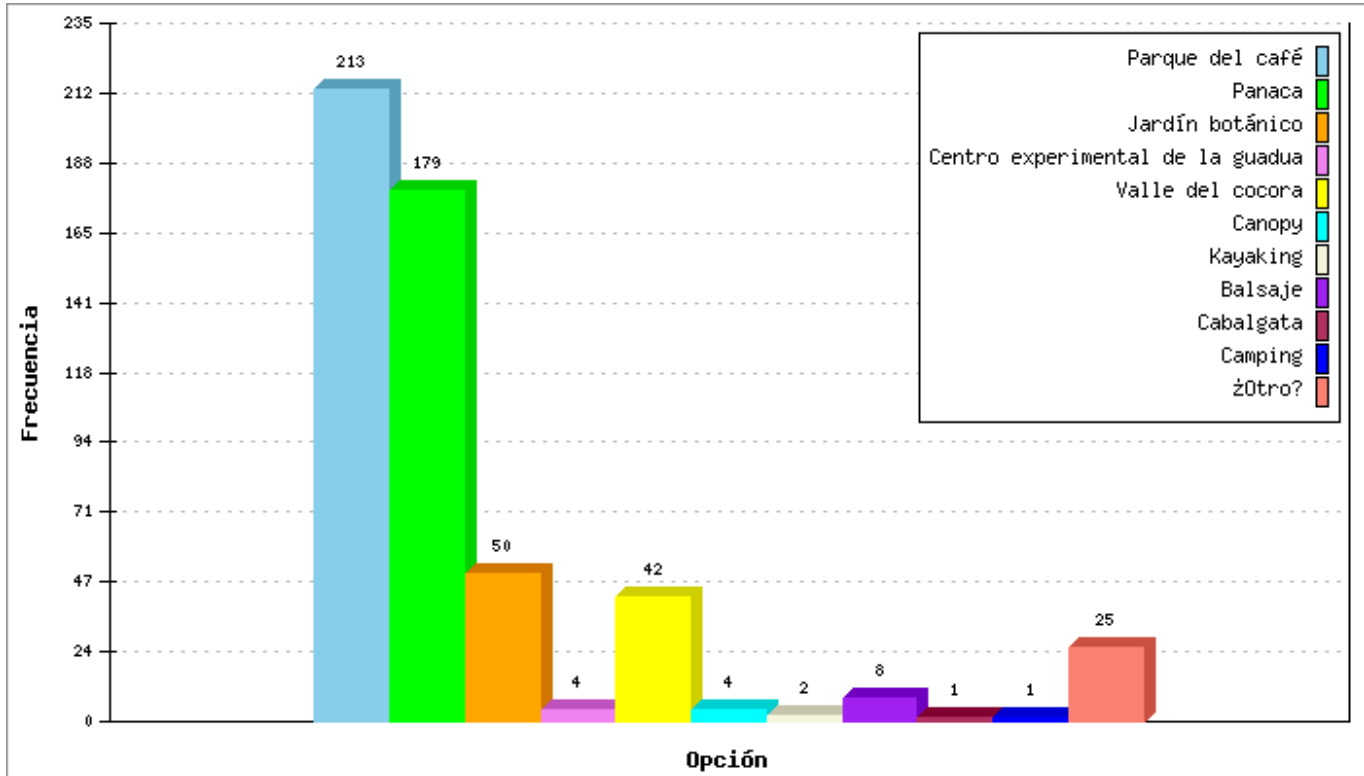


Tan sólo el 37% de los turistas adquirieron los servicios de alojamiento desde su ciudad de origen, el 63% restante lo adquirió directamente en el lugar de hospedaje cuando llegaron al Quindío.

Encontramos en este gráfico que los canales existentes de comercialización en el mundo turístico, no están siendo utilizados en Colombia para viajar al Quindío.

Además, podemos corroborar que las personas cuando piensan en vacaciones piensan en los atractivos que puede ofrecer la región mas que en los alojamientos; el propósito debe ser entonces realizar alianzas estratégicas, donde se promocionen todos los productos de la región en la modalidad de paquetes, para así evitar que haya complejidad en la comercialización de los alojamientos. Esto evitaría competencias desleales y exigiría que cada uno de los actores del sector se prepare única y exclusivamente para atender a quienes hayan demandado los productos del Departamento.

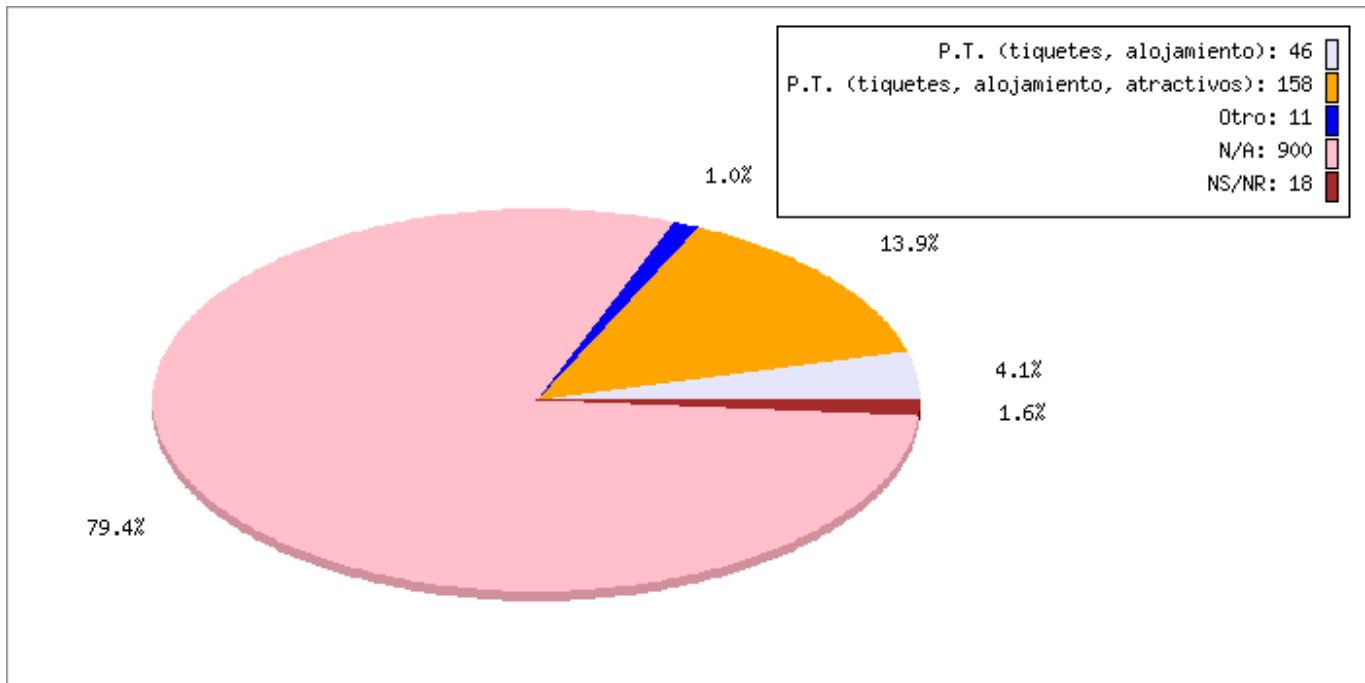
¿De los productos turísticos utilizados por usted (Atractivos turísticos), cuáles compró en su ciudad de origen?



Los resultados indican que el 19% de los turistas compraron las entradas al Parque del Café desde su ciudad de origen, seguido por un 15% que adquirió los pases de Panaca, el 4.41% compró las entradas al Jardín Botánico y en un porcentaje del 3.7% consiguió programación para Salento y Valle del Cocora.

Estas cifras permiten afirmar que los turistas están adquiriendo los productos y servicios turísticos directamente en el Quindío, siendo necesario el desarrollo de canales de comercialización especializados que promuevan las diferentes y variadas ofertas con que cuenta el Departamento tanto a nivel nacional e internacional, bajo la modalidad de paquetes o viajes organizados.

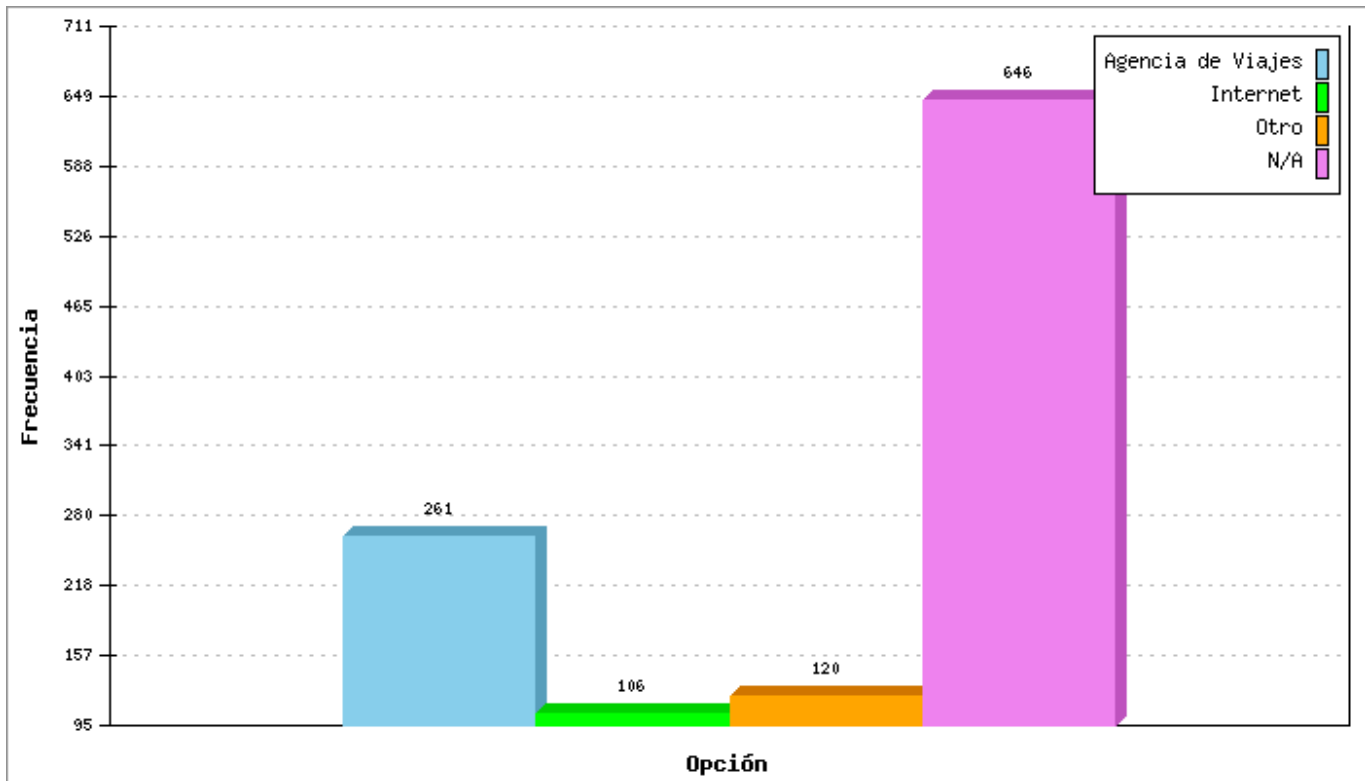
¿De los productos turísticos utilizados por usted, que modalidad de paquete turístico utilizó?



Muchos destinos turísticos con potencial se debilitan sin conseguir turistas, o no aprovechan plenamente sus posibilidades, porque no se han organizado para que el turista le resulte fácil comprar un viaje. Es definitivo que la adquisición de los productos o servicios turísticos sean asequible a través de los canales de comercialización habituales, o sea, las agencias de viaje que exigen poco esfuerzo por parte del turista potencial para informarse, reservar y pagar su viaje.

Las estadísticas muestran que tan sólo un 19% de los viajeros compraron los servicios turísticos mencionados anteriormente bajo la modalidad de Paquetes Turísticos. Esto demuestra la necesidad de establecer alianzas entre todos los actores del sector (operadores turísticos, parques temáticos, atractivos turísticos en general, empresas que están dedicadas al deporte extremo, gastronomía, alojamientos, etc.), que admitan ofrecer tarifas diferenciadoras para la compra de paquetes que prolonguen el tiempo de estadía y el número de productos a utilizar.

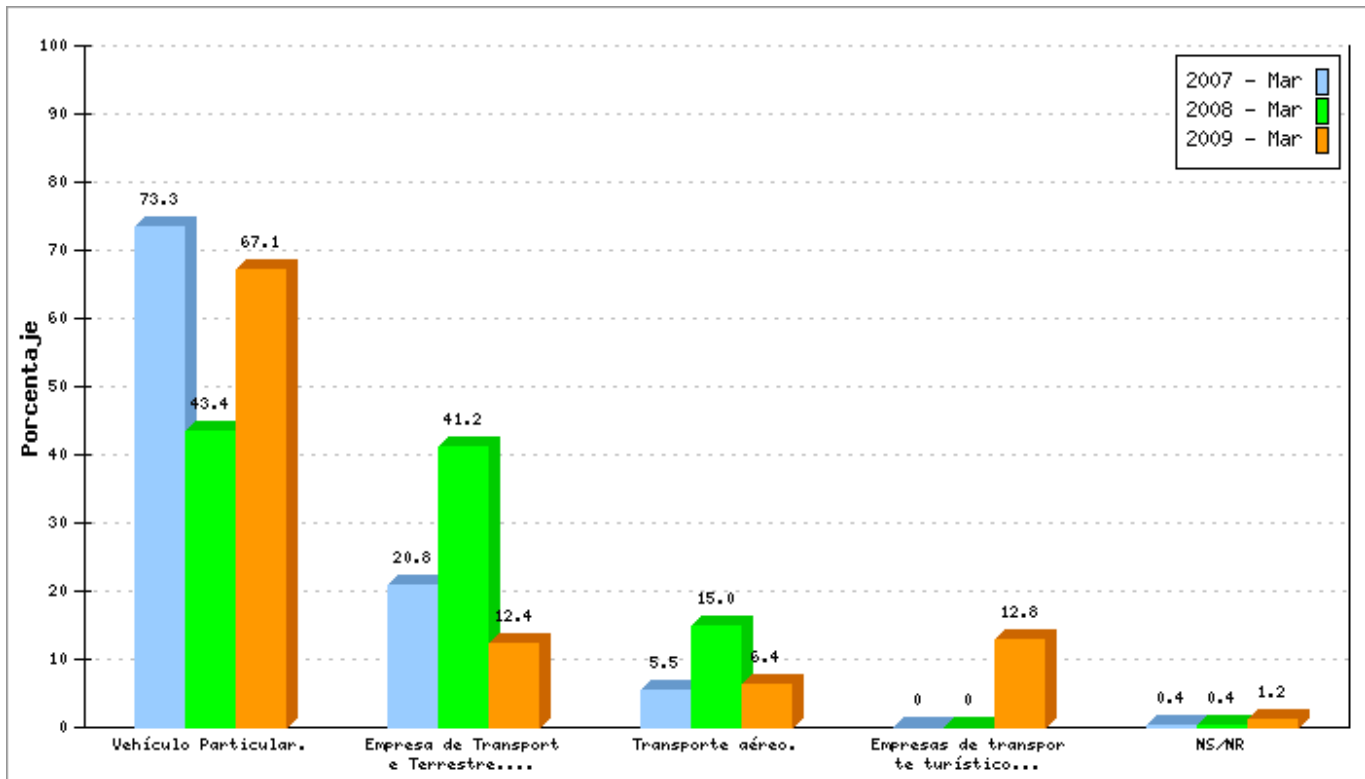
Y en su ciudad, ¿En dónde o a través de que medios compró estos servicios turísticos?



El 23.1% de los encuestados afirmó haber comprado los productos turísticos mencionados en los gráficos anteriores (Tiquetes, alojamiento atractivos turísticos) en "Agencia de Viaje"; seguido por un 10.61% que los adquirió bajo la modalidad de "otro". A través de Internet compraron un 9.35%.

En países como México, donde el desarrollo de los productos turísticos está tan adelantado, han entendido que las ventajas de los paquetes turísticos no son sólo para el agente de viajes, sino que el turista también los prefiere, ya que de esta manera se tiene la oportunidad de conocer por adelantado lo que incluye el viaje y su costo, con la ventaja añadida de la seguridad que ofrece el saber que alguien (en este caso la Agencia de Viajes) se ocupará de toda la organización y de solucionar los posibles problemas.

De los siguientes medios de transporte, ¿Cuál fue el que utilizó para desplazarse al departamento?

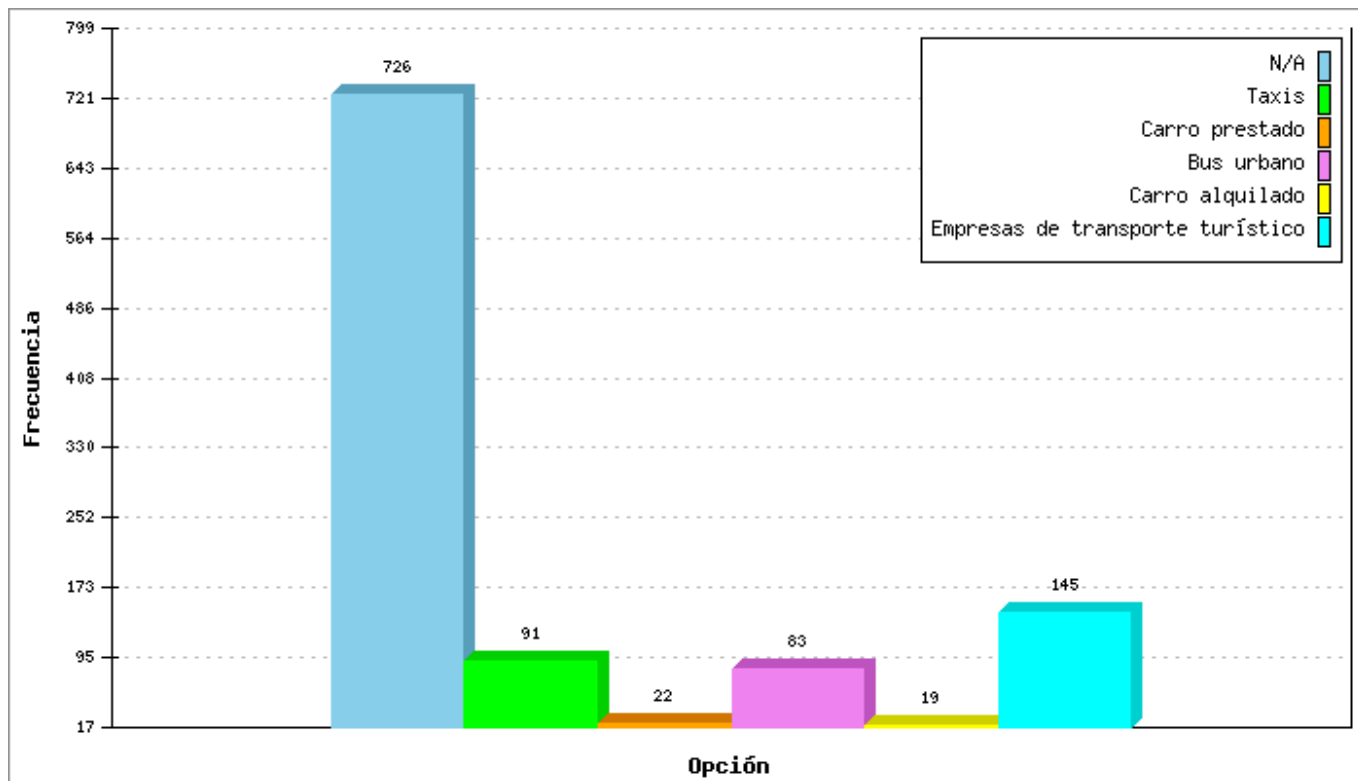


En esta temporada, el medio de transporte más utilizado por los turistas para arribar a nuestro Departamento fue el "Vehículo Particular" con un 67.2%, seguido de empresas de transporte terrestre que suman el 24.9%- empresa de transporte terrestre y empresa de transporte turístico- y con un 6.4% que lo hicieron por vía aérea.

Comparado con la Semana Santa 2008, podemos decir que el uso del Vehículo Particular aumentó en un 24% y disminuyó en un 16.1% el de Empresas de Transporte Terrestre. Igual sucedió con el transporte aéreo que pasó del 15% al 6.4% de turistas que lo utilizaron para llegar al Departamento.

Si estos resultados los comparáramos con la pregunta: ¿De los productos turísticos utilizados por usted (tiquetes aéreos), cuáles compró en su ciudad de origen?, podemos decir que de los 108 turistas que compraron los tiquetes aéreos desde su ciudad, un 6.4% de ellos llegaron a través de vía terrestre.

¿Qué transporte empleó dentro de la ciudad o el Quindío?

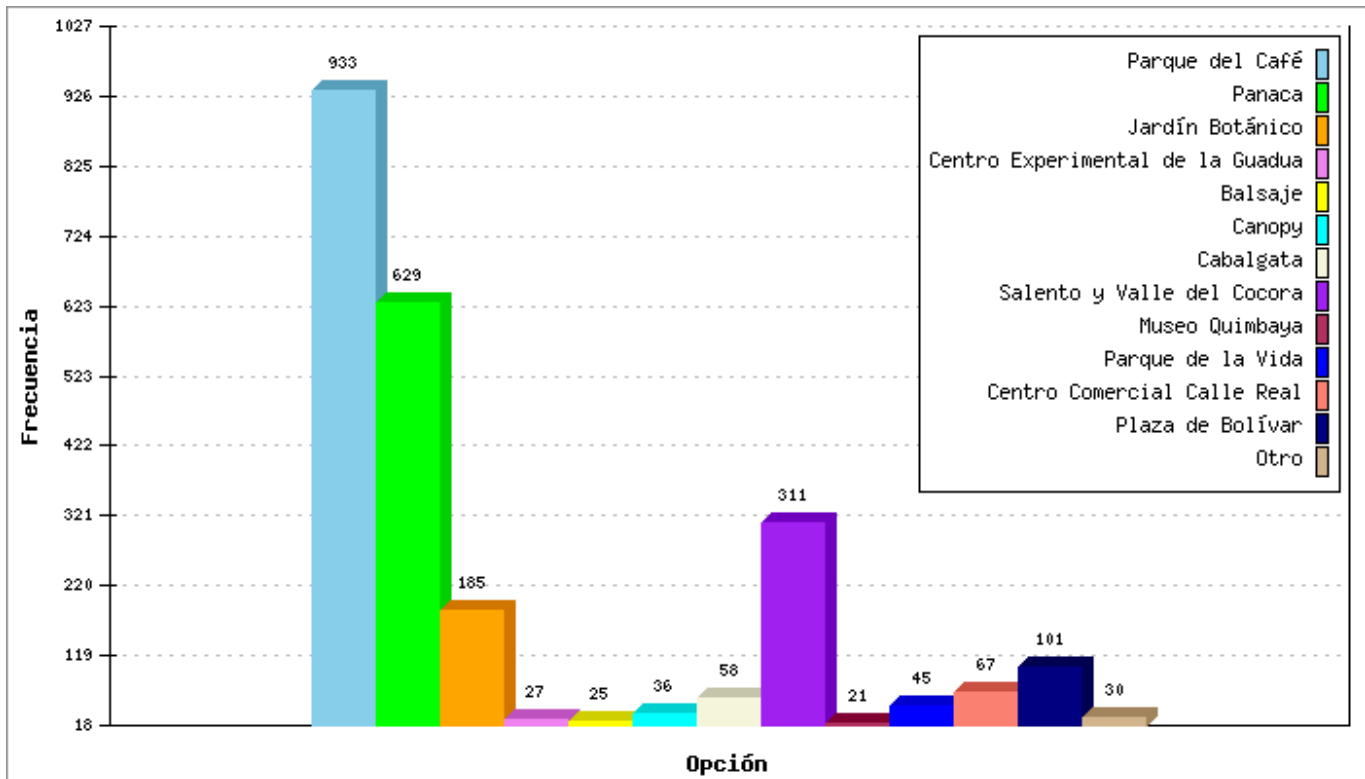


Esta pregunta tiene relación directa con el tipo de vehículo en el que arribaron al Quindío.

Quienes vinieron en su vehículo particular (67%) no requirieron utilizar otra modalidad de transporte; mientras quienes viajaron en avión o en empresas de transporte terrestre, que correspondió a 350 turistas aproximadamente, utilizaron en su gran mayoría las empresas de transporte turístico con un 40%, seguido de Taxis utilizado por el 26% y el 23% hicieron uso de Bus Urbano.

Es interesante analizar cómo la actividad turística genera una dinámica y valor agregado en la economía regional, que para este caso es el sector de movilidad y transporte.

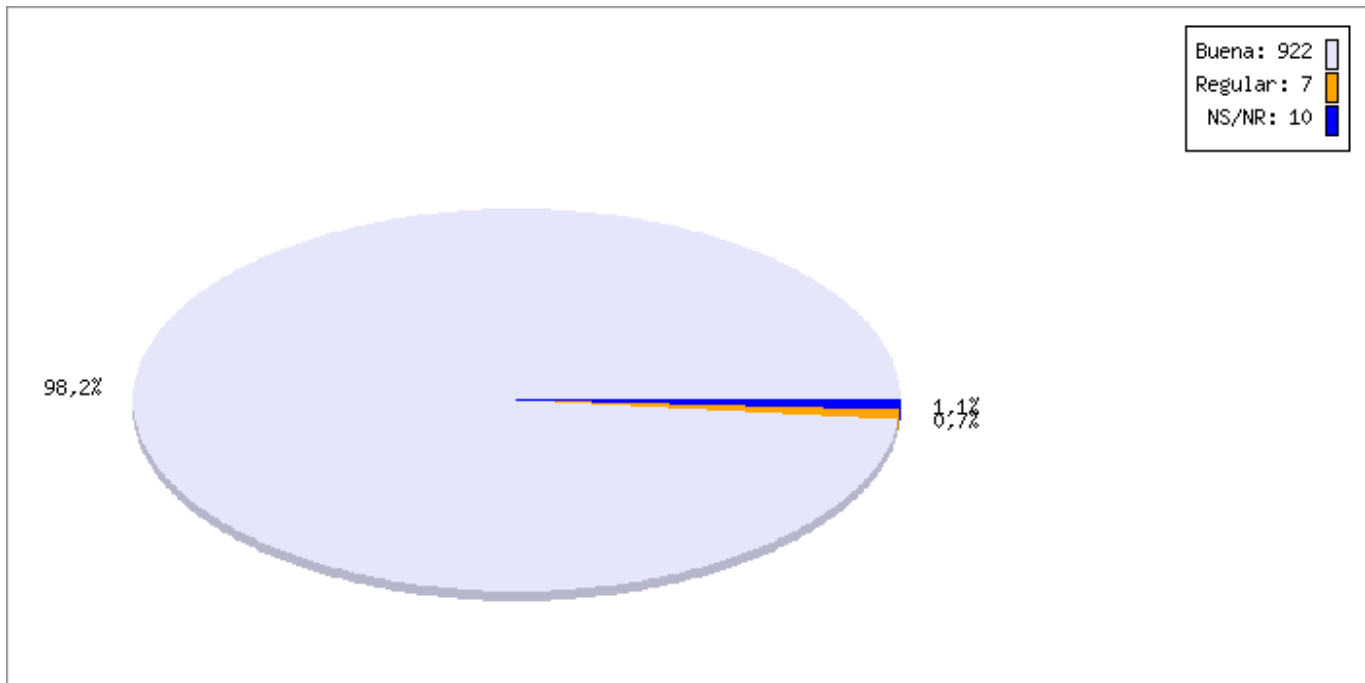
¿Cuáles de los siguientes lugares visitó en el Quindío durante su estadía?



Los resultados revelan la preferencia de los turistas por visitar los " Parques Temáticos ", específicamente Parque Nacional del Café , Panaca y Jardín Botánico" ; seguido de " Salento y Valle del Cocora ", y en menor proporción la "Plaza de Bolívar" y el " Centro Comercial Calle Real". Estos resultados coinciden con la temporada inmediatamente anterior de fin de año- El 82% de los encuestados afirmó haber visitado el Parque Nacional del Café en esta temporada, seguido de Panaca con un 55% de turistas que lo visitaron, un 16% confirmaron su asistencia al Jardín Botánico, un 27% visitaron Salento y el Valle del Cocora; un 9% de los turistas visitaron la Plaza de Bolívar y un 6% el Centro Comercial Calle Real.

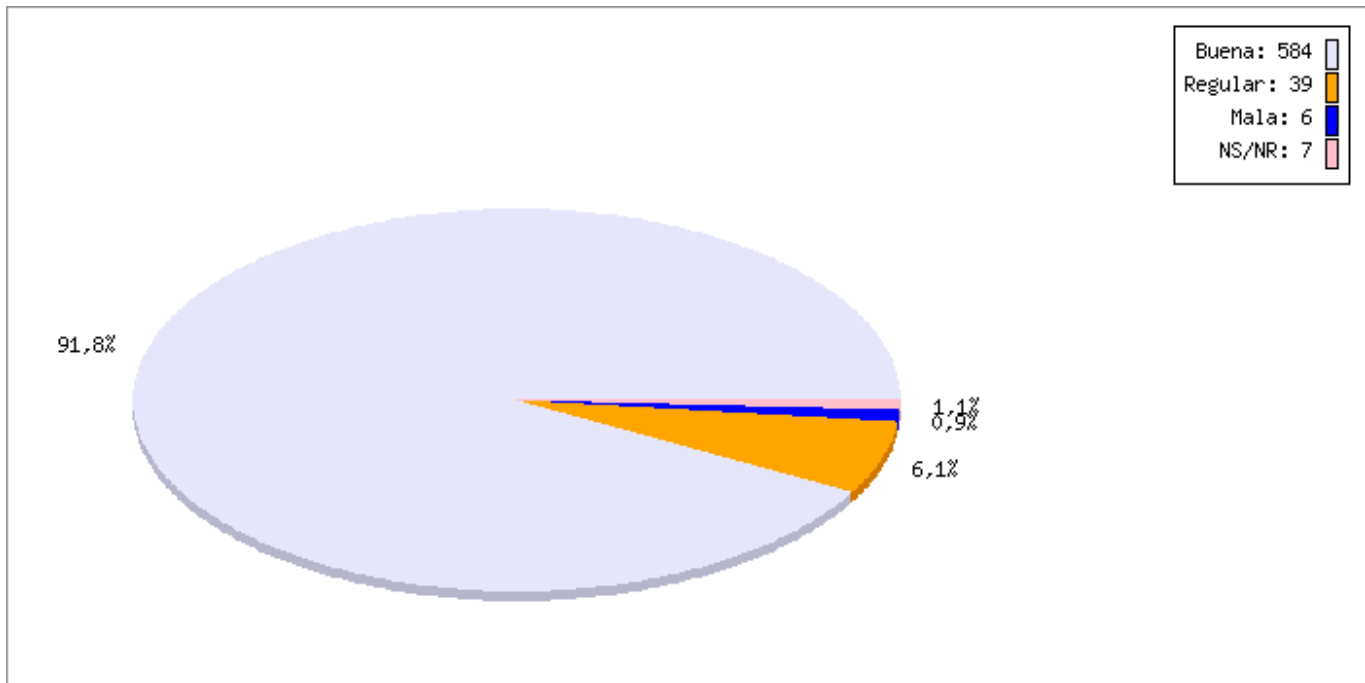
Los parques temáticos del Quindío sin duda están generando dinámica a otros sectores de la región, e impulsando los demás atractivos turísticos; esto es resultado de la efectiva y masiva publicidad que han venido realizado a nivel nacional e internacional.

¿Cuál es su opinión con respecto al Parque del Café?



De los 939 turistas que respondieron a esta pregunta, el 98.2% de ellos tenían una opinión positiva frente al Parque del Café, corroborando otras respuestas que se hicieron sobre el precio, calidad y servicio de este atractivo turístico del Quindío.

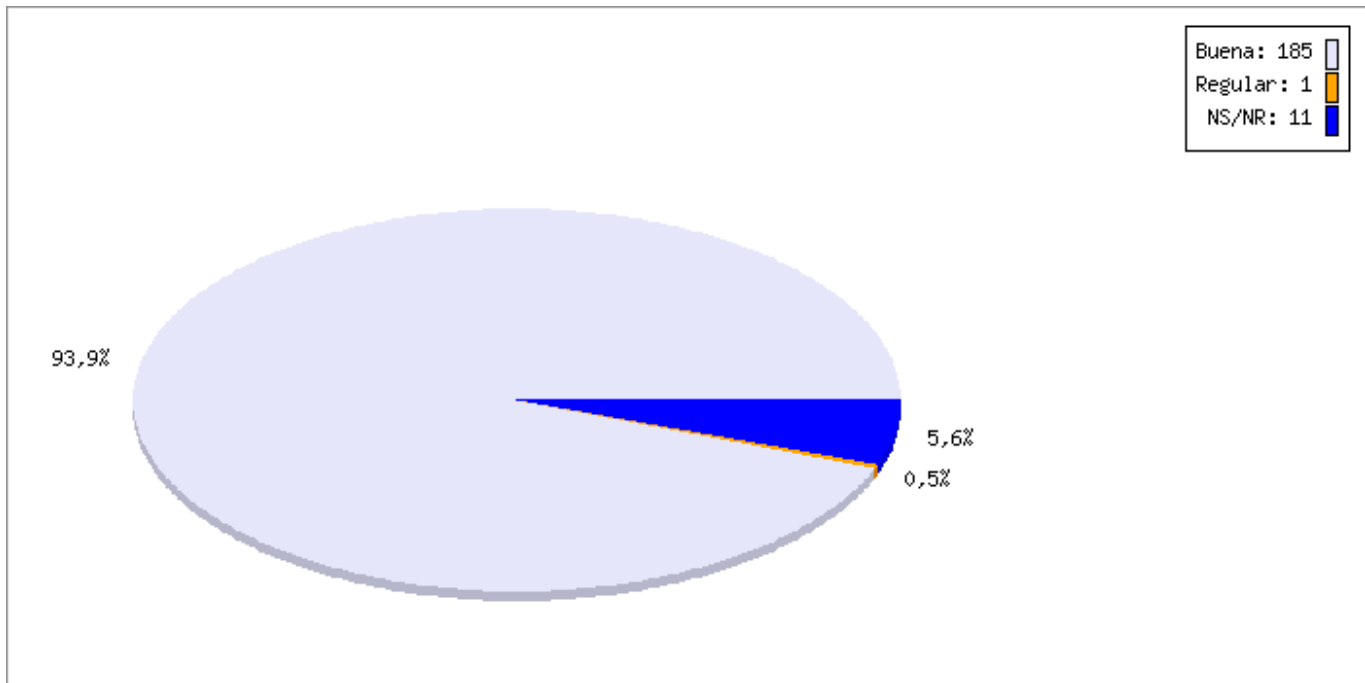
¿Cuál es su opinión con respecto a Panaca?



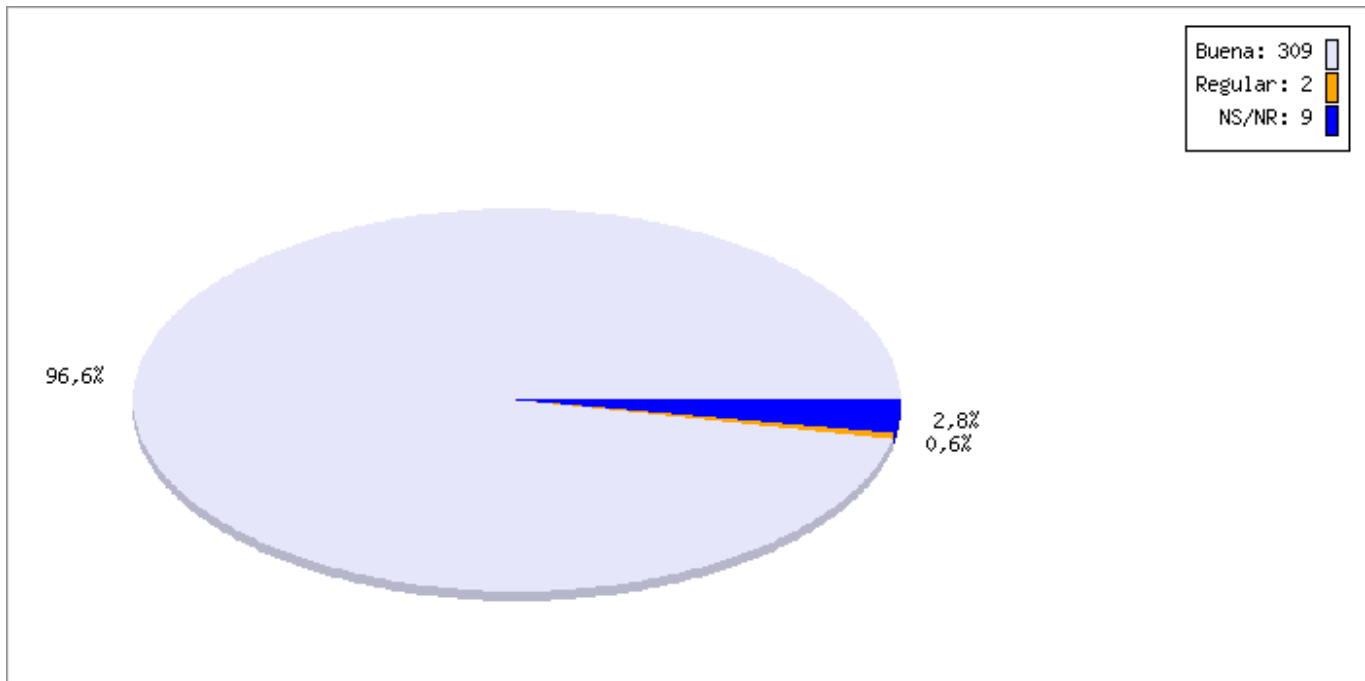
El 91.8% de los turistas que visitaron Panaca, le asignaron el mejor calificativo.

Cifras que deben motivar a los empresarios de estos parques temáticos a continuar con el desarrollo e inversión de nuevas atracciones y equipamientos.

¿Cuál es su opinión con respecto al Jardín Botánico?



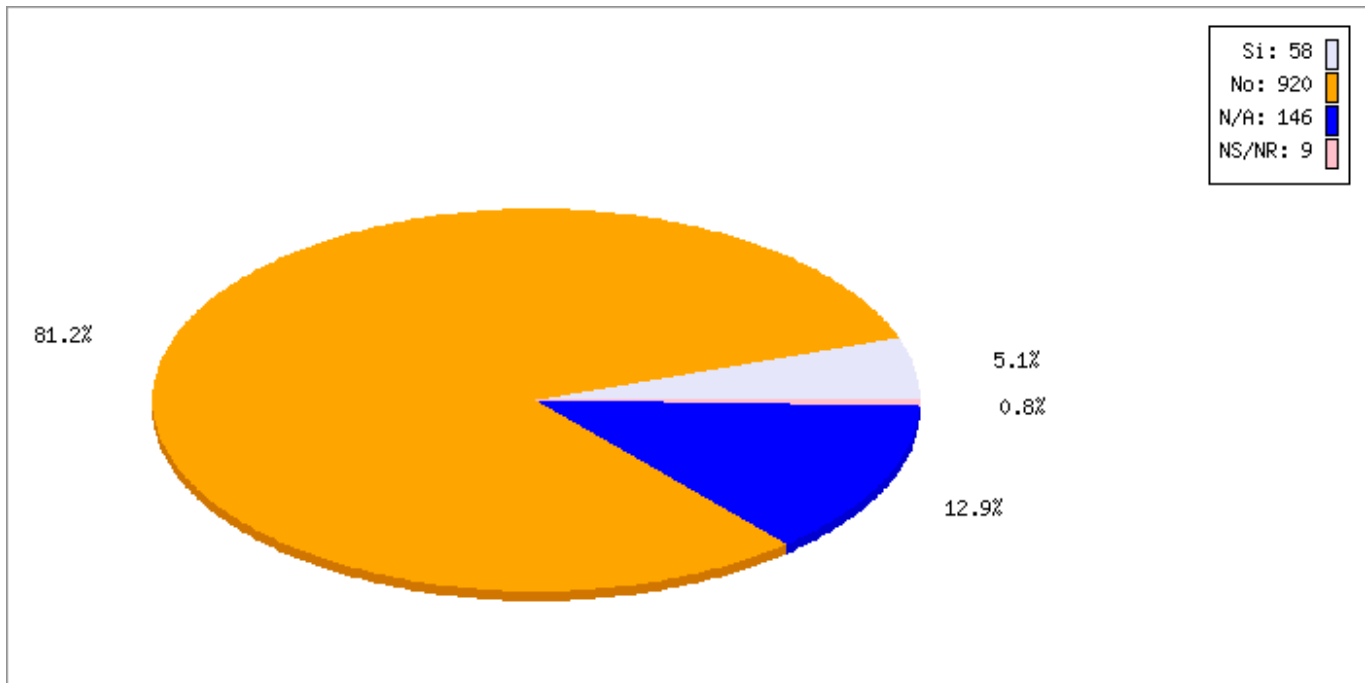
Por su parte, el Jardín Botánico también obtuvo una excelente calificación. El 93.9% de los turistas opinaron que el Parque es " Bueno ", resultado del gran esfuerzo y dedicación en posicionar este producto turístico ubicado en el Municipio de Calarcá como uno de los principales atractivos de la región.

¿Cuál es su opinión con respecto a Salento y al Valle del Cocora?

Salento y el Valle del Cocora fue el tercer lugar más visitado por los turistas en esta temporada de Semana Santa.

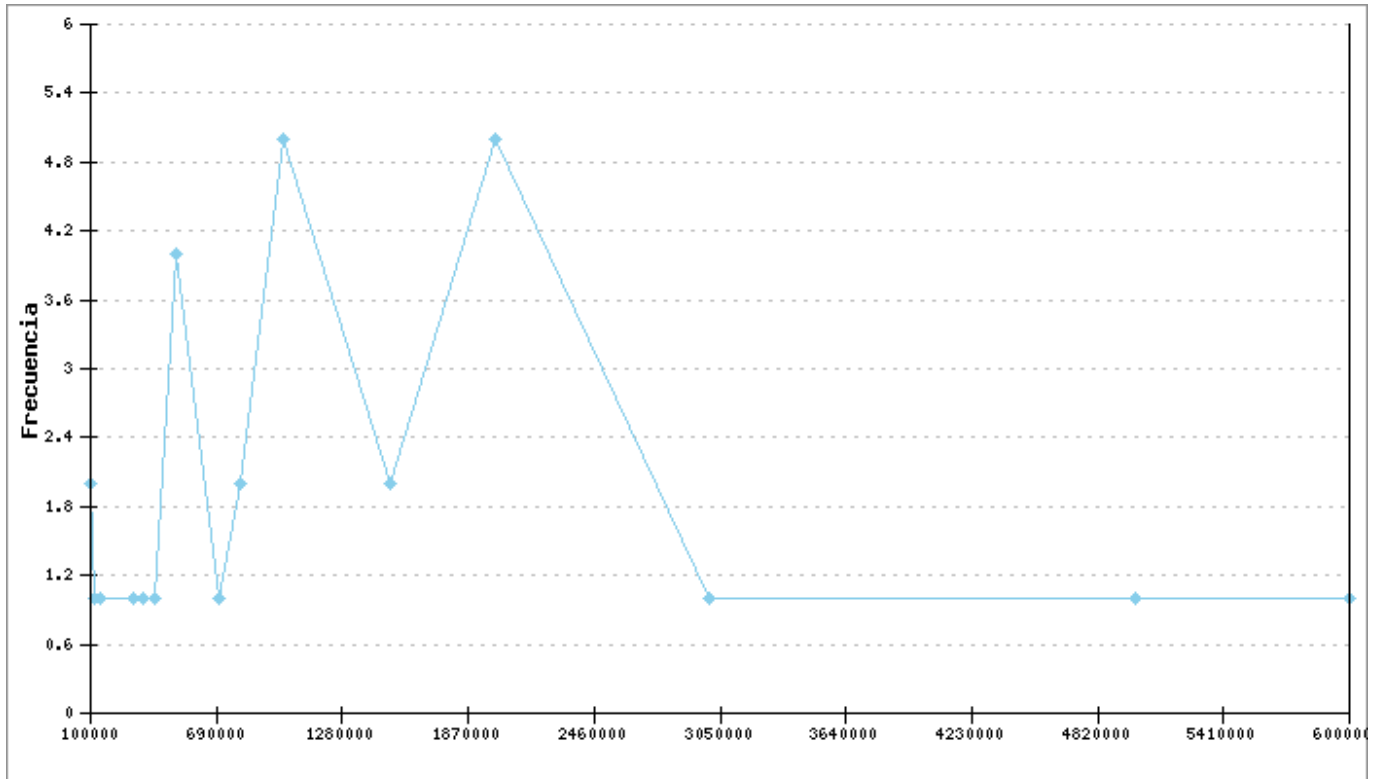
Un 96.6% de los encuestados opinó que este producto turístico es muy " Bueno". Es relevante resaltar que Salento es muy visitado por extranjeros, donde su atractivo se basa principalmente en el paisaje y Gastronomía.

¿Realizó más actividades de las que tenía planeadas?



Los resultados indican que el 81.2% de los turistas no realizó otras actividades distintas a las que tenía planeadas. Una razón de este alto porcentaje es el tiempo tan corto de estadía, que no permite conocer otras ofertas del Departamento. Tan sólo un 5.1% afirmó haber realizado más actividades de las que inicialmente fueron programadas.

¿Cuánto dinero invirtió durante su estadía en el Quindío? (Sólo)



Sumario de Estadísticas	
Total Respuestas	29
Sumatoria Respuestas	37.820.000,00
Valor Menor	100.000,00
Valor Mayor	6.000.000,00
Promedio	1.304.137,93
Moda (Distribución Bimodal)	1e+06, 2e+06
Desviación Estándar	1.380.694,7455
Coefficiente de Variación	105,87 %

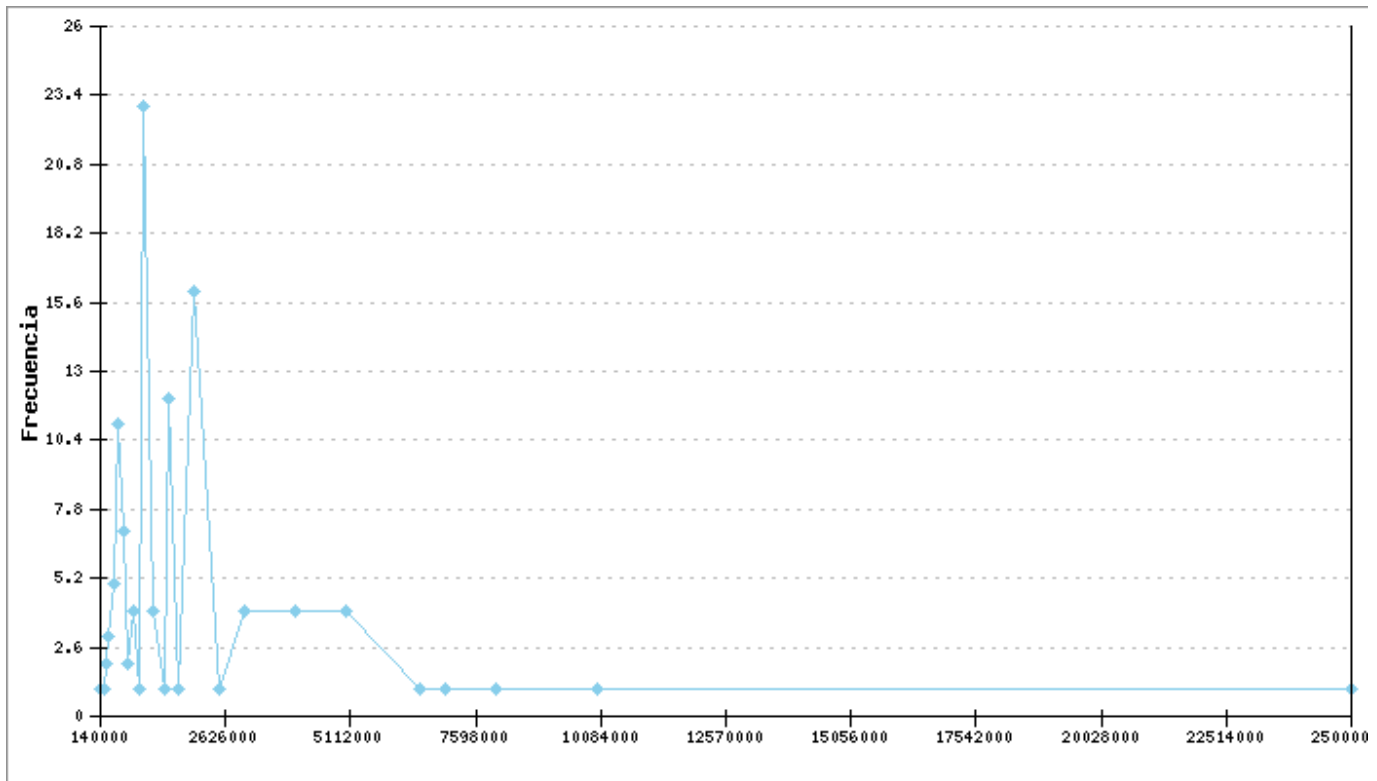
Para facilitar el análisis de esta variable, se tuvo en cuenta la composición de los grupos de viaje (solos, parejas, núcleo familiar, grupos familiares, amigos y compañeros) para así determinar el gasto realizado por cada uno de ellos.

Quienes vinieron " solos " (una persona) gastaron diferentes cantidades, pero se tuvo una muestra bi modal, lo que significa que las respuestas más comunes fueron \$1.000.000 y \$2.000.000. Para el análisis del gasto diario se tuvo en cuenta el lugar de procedencia, lugar de alojamiento y los días de estadía.

Quienes viajaron solos, estuvieron en promedio 4 días (según correlaciones estadísticas). Es así como podemos decir que en promedio gastaron \$ 375.000 pesos diarios; valor que correspondería a los costos de parques, transporte y alojamiento.

Los cruces de información nos permitieron determinar que la gran mayoría de los visitantes que venían solos, permanecieron en alojamientos " Urbanos". Es importante anotar que la mayoría de los turistas que llegaron "Solos", son provenientes del exterior lo que incrementa el costo diario.

¿Cuánto dinero invirtió durante su estadía en el Quindío? (En pareja)



Sumario de Estadísticas	
Total Respuestas	113
Sumatoria Respuestas	206.990.000,00
Valor Menor	140.000,00
Valor Mayor	25.000.000,00
Promedio	1.831.769,91
Moda	1e+06
Desviación Estándar	2.743.253,1620
Coefficiente de Variación	149,76 %

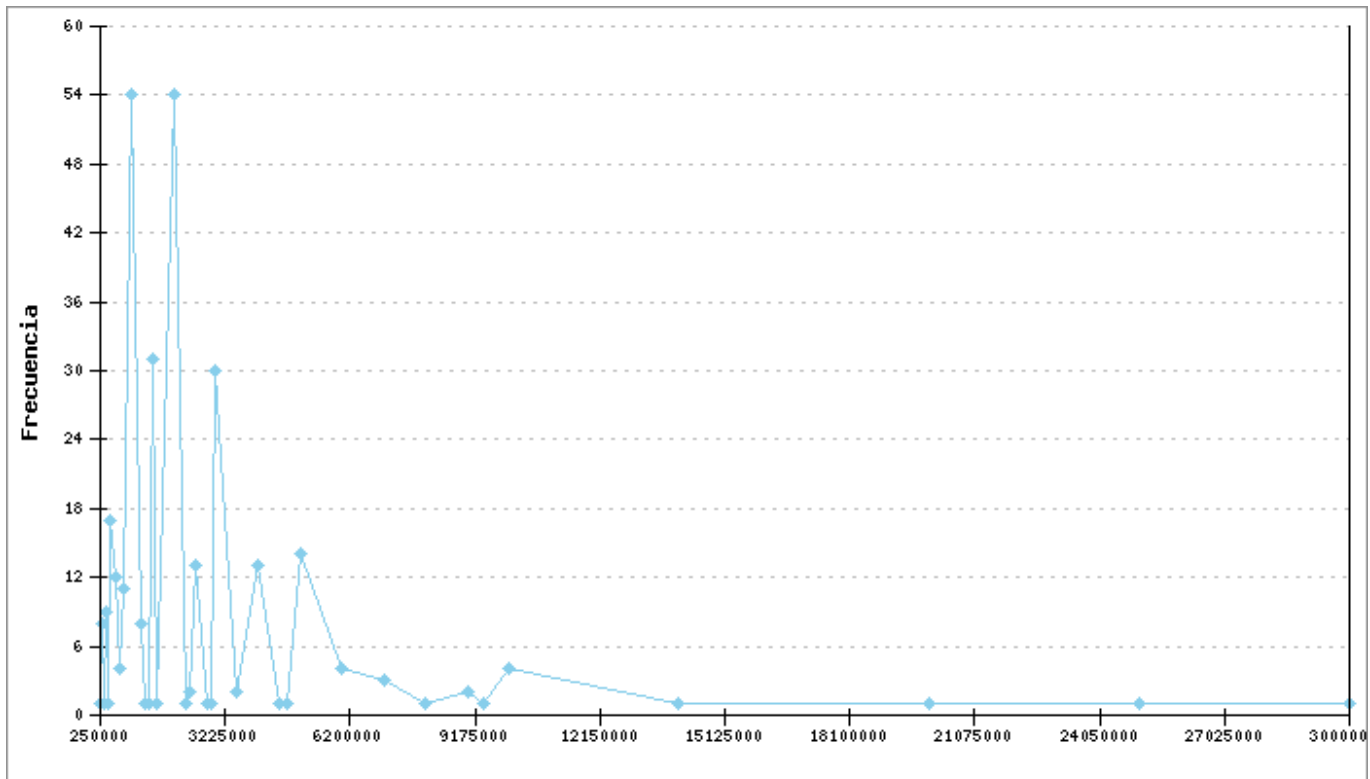
El presupuesto de viaje estuvo alrededor de \$1.000.000 para la mayor parte de las parejas encuestadas.

Los visitantes que viajaron en pareja estuvieron en promedio 4 días, lo que podría asumirse que gastaron diariamente \$125.000 c/u representados en alojamiento, alimentación, transporte y diversiones.

Si observamos el gráfico, el promedio invertido por viaje de quienes vinieron en pareja estuvo en \$1.831.769, pero se debe tener en cuenta que dependiendo del lugar de procedencia (ejemplo: exterior) este valor se ve afectado.

Cabe anotar que un alto porcentaje de los que arribaron en pareja venían del exterior y su preferencia de alojamiento estuvo en " Hoteles Urbanos".

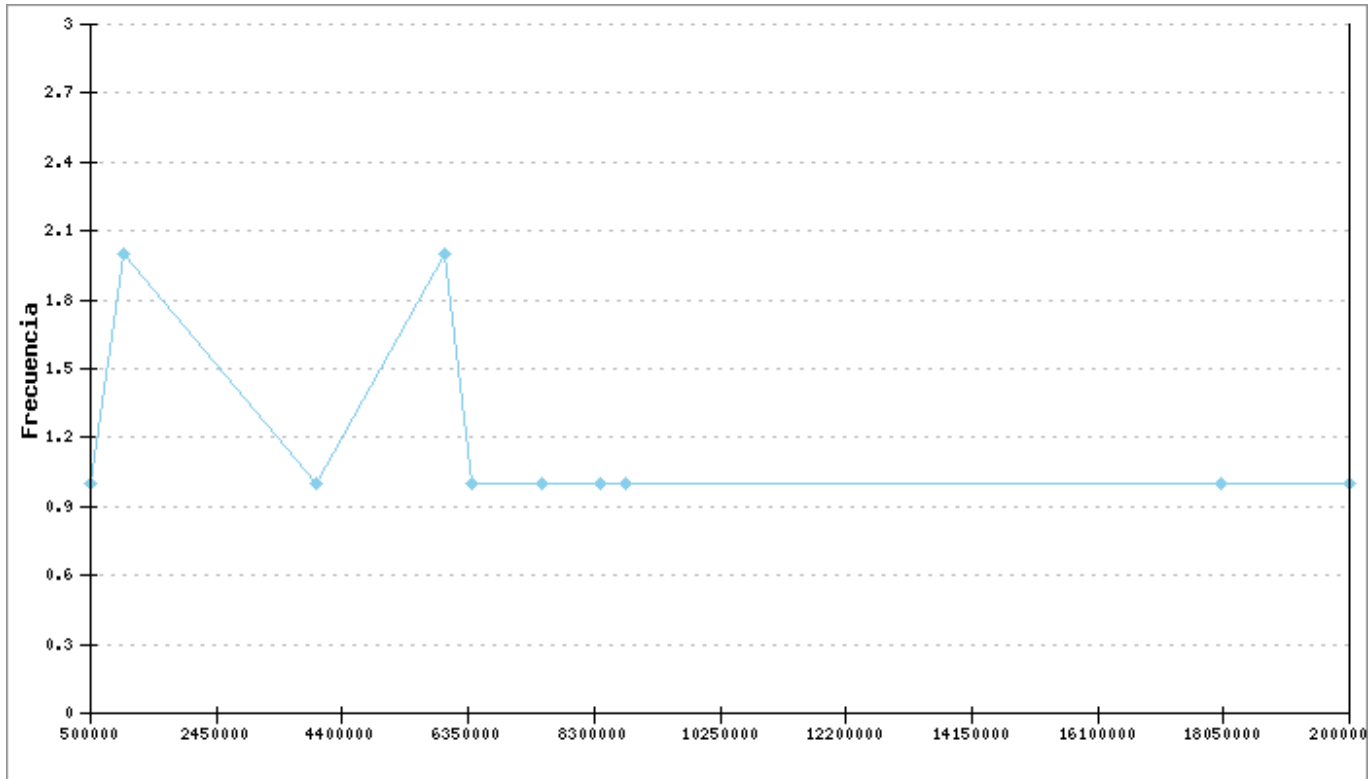
¿Cuánto dinero invirtió durante su estadía en el Quindío? (Núcleo familiar)



Sumario de Estadísticas	
Total Respuestas	312
Sumatoria Respuestas	739.630.000,00
Valor Menor	250.000,00
Valor Mayor	30.000.000,00
Promedio	2.370.608,97
Moda (Distribución Bimodal)	1e+06, 2e+06
Desviación Estándar	2.978.820,4059
Coefficiente de Variación	125,66 %

La mayoría de turistas que arribaron al Quindío lo hicieron con su núcleo familiar. Para la mayor parte de éstos el presupuesto de viaje fue entre \$1.000.000 y de \$2.000.000 (muestra Bimodal). El promedio de personas que componen un núcleo familiar -según correlaciones estadísticas- es de 4 y su tiempo de estadía estuvo en promedio 5 días; estimando que en promedio se gastaron \$50.000 y \$100.000 diarios por persona, valores representados en alojamiento, alimentación, atractivos y transporte. Los turistas que arribaron con su Núcleo Familiar se alojaron en su gran mayoría en finca y hotel rural y provenían en mayor porcentaje de Cundinamarca, Valle, Antioquia y el Exterior.

¿Cuánto dinero invirtió durante su estadía en el Quindío? (Compañeros de trabajo)

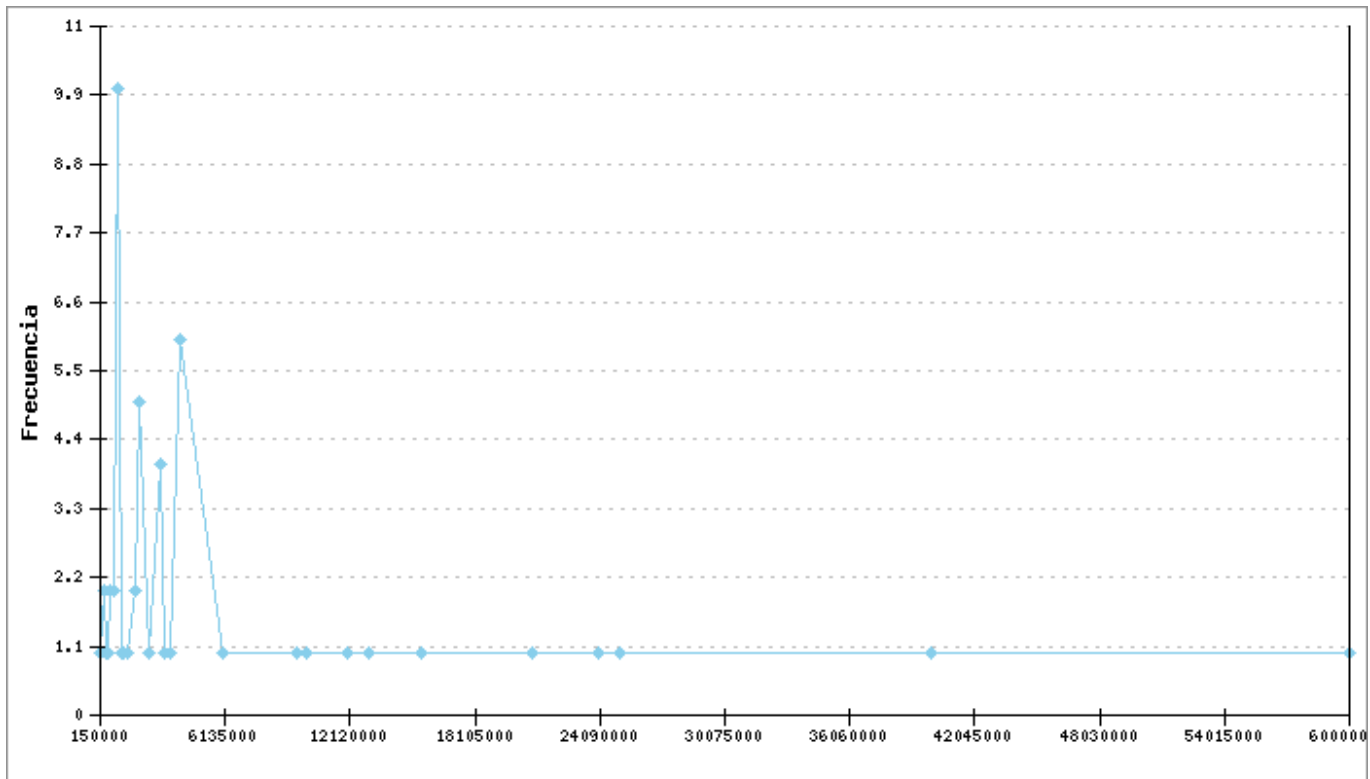


Sumario de Estadísticas	
Total Respuestas	12
Sumatoria Respuestas	87.600.000,00
Valor Menor	500.000,00
Valor Mayor	20.000.000,00
Promedio	7.300.000,00
Moda (Distribución Bimodal)	1e+06, 6e+06
Desviación Estándar	6.178.996,6823
Coefficiente de Variación	84,64 %

El gráfico nos indica que los turistas que viajaron en grupos de trabajo, gastaron en diferentes cuantías. Aquellos que gastaron \$1.000.000 en el viaje y \$6.000.000.

Quienes viajaron en grupos de trabajo estuvieron alojados en el Quindío entre cuatro y seis días y viajaron en grupos de 5 y 8 personas, posiblemente gastando en promedio \$50.000 y \$125.000

¿Cuánto dinero invirtió durante su estadía en el Quindío? (Amigos)



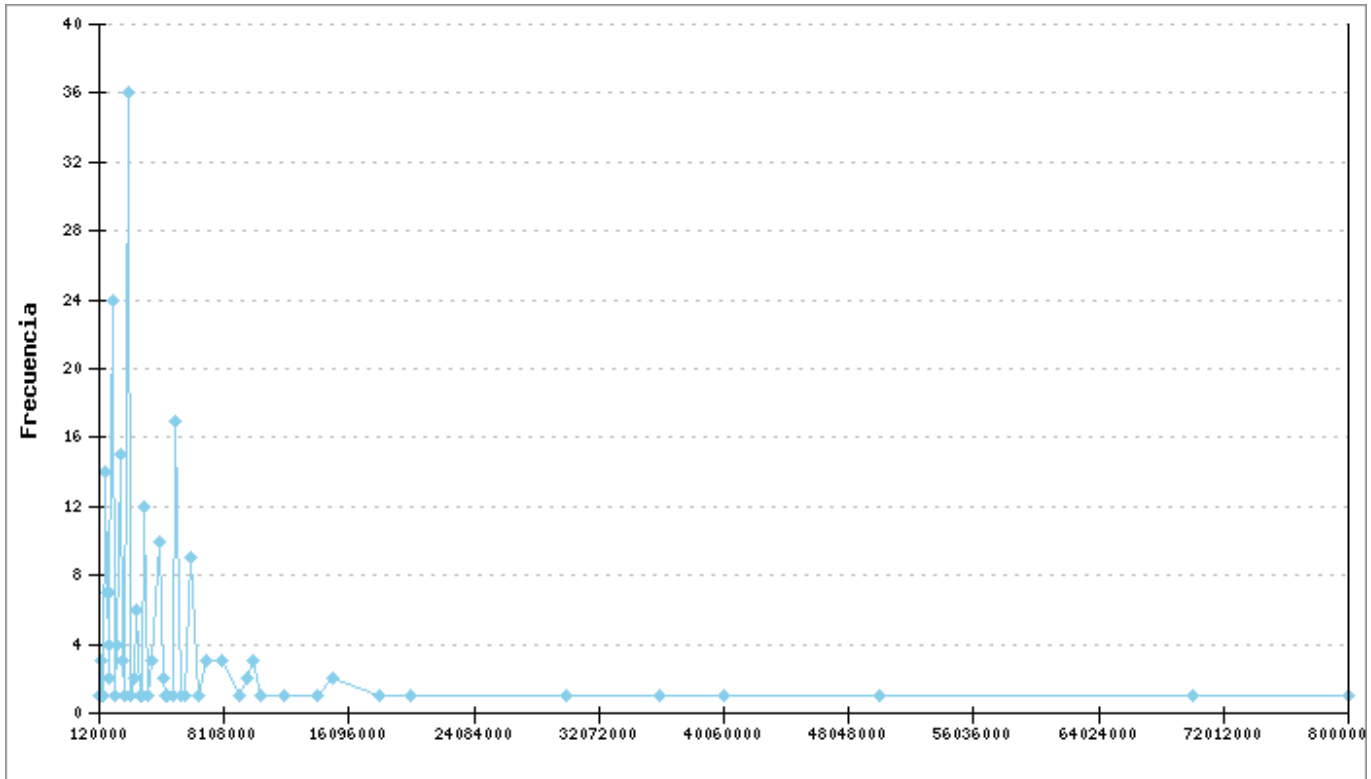
Sumario de Estadísticas	
Total Respuestas	53
Sumatoria Respuestas	313.150.000,00
Valor Menor	150.000,00
Valor Mayor	60.000.000,00
Promedio	5.908.490,57
Moda	1e+06
Desviación Estándar	10.714.851,9133
Coefficiente de Variación	181,35 %

Para la mayor parte de turistas que vinieron en grupos de amigos, el presupuesto de viaje fue de \$1.000.000.

Quienes viajaron en grupos de amigos estuvieron alojados en promedio 4 días y vinieron en grupos de tres personas, gastando en promedio por persona \$83.333. Valor representado en alojamiento, alimentación, atractivos y transporte.

El valor promedio del gasto diario en la temporada de fin de año 2008-2009 para "Grupo de Amigos " estuvo en \$125.000.

¿Cuánto dinero invirtió durante su estadía en el Quindío? (Grupo Familiar)

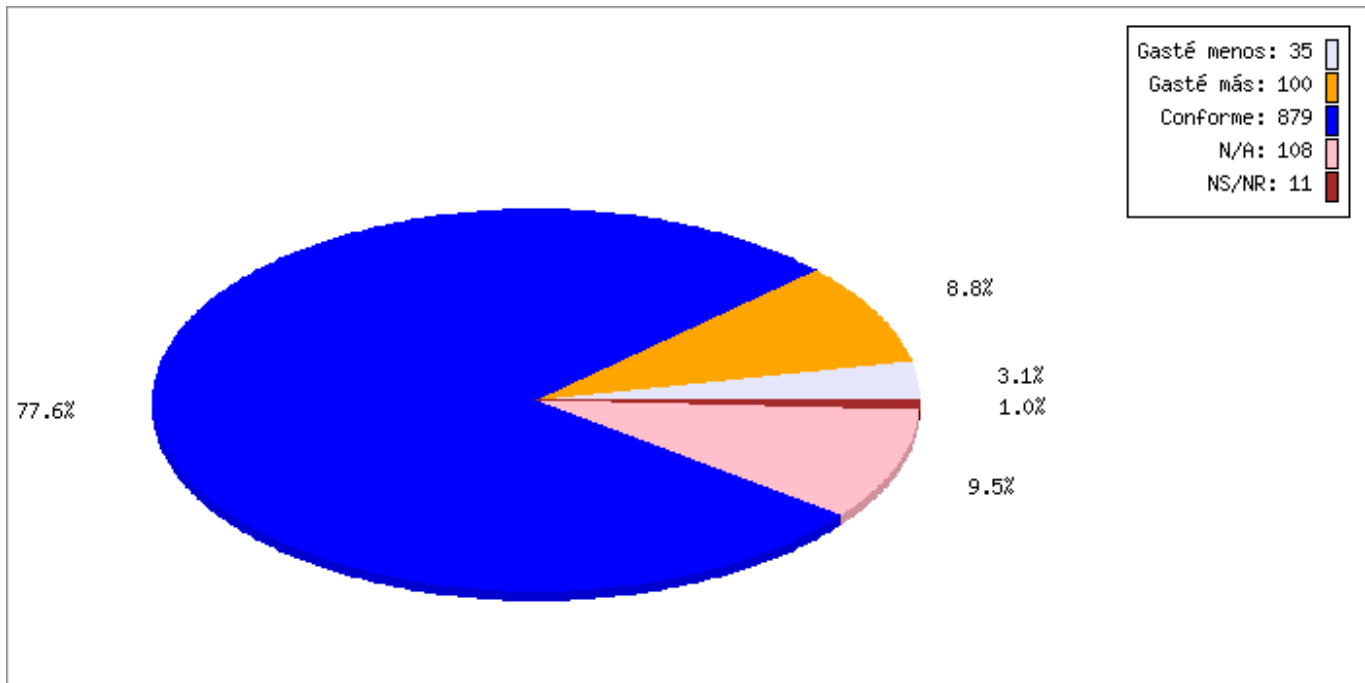


Sumario de Estadísticas	
Total Respuestas	224
Sumatoria Respuestas	964.070.000,00
Valor Menor	120.000,00
Valor Mayor	80.000.000,00
Promedio	4.303.883,93
Moda	2e+06
Desviación Estándar	8.869.792,1677
Coefficiente de Variación	206,09 %

De los grupos de familiares encuestados, la mayor parte presupuestó para su viaje alrededor de \$2.000.000. El promedio de personas que viajaron en grupos familiares fue de 5 integrantes (según correlaciones estadísticas) y su tiempo de estadía estuvo en promedio de 5 días; lo que representa un gasto diario de \$80.000 por persona, valores representados posiblemente en alojamiento, alimentación, atractivos y transporte.

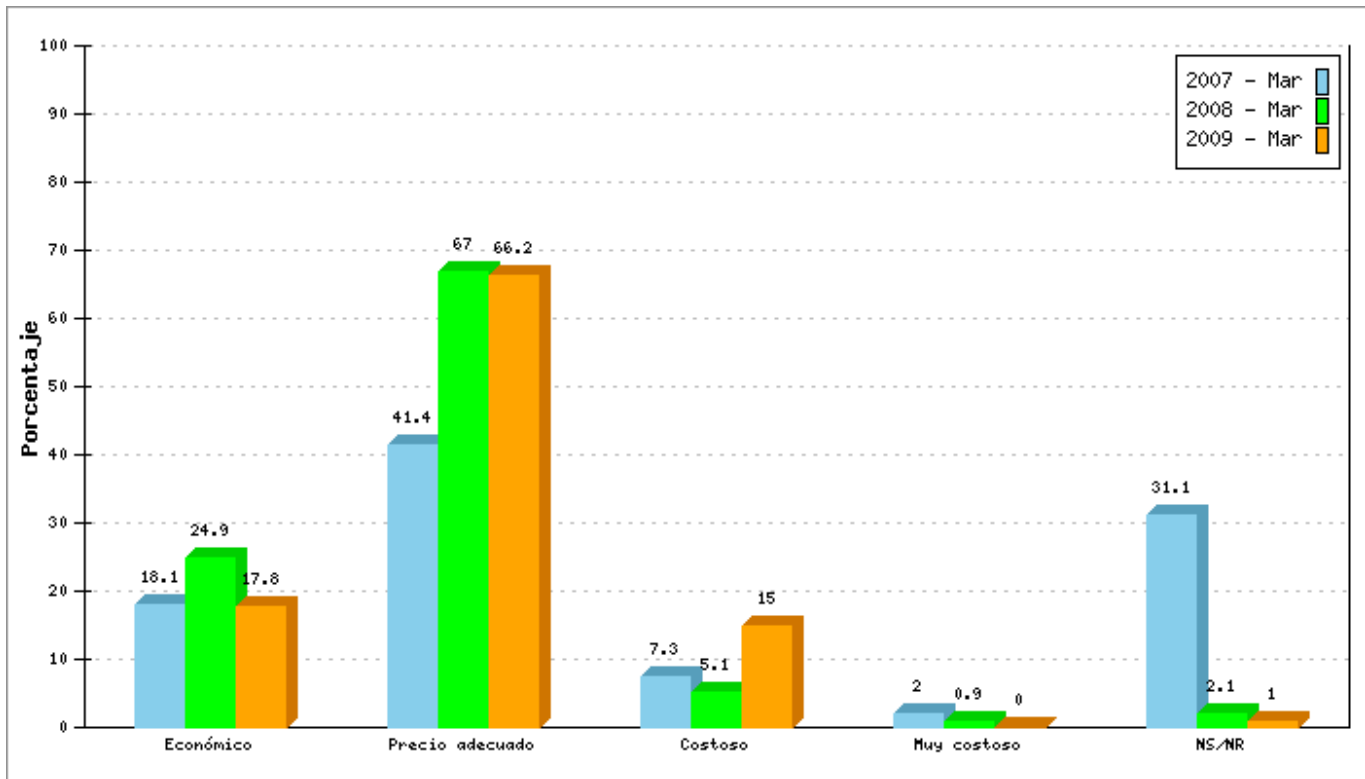
En la temporada de Fin de año 2008-2009 este promedio estuvo en \$100.000.

¿Le resultó el viaje más costoso de lo que lo había planeado?



Los resultados indican que el 77.6% de los turistas quedaron " Conformes " con el gasto, el 8.8% "Gastó Más ", y un 3.1% " Gastó Menos ". Esto puede indicar que los turistas presupuestaron bien su viaje y se sintieron bien con los costos ofrecidos en la región; percepción además que está corroborada en el estudio donde la mayoría de turistas afirmó que nuestros costos de alojamiento, alimentación, atracciones y comercio están en ubicados entre " Económicos " y " Adecuados "

En su concepto, Cómo considera el costo de Hospedaje

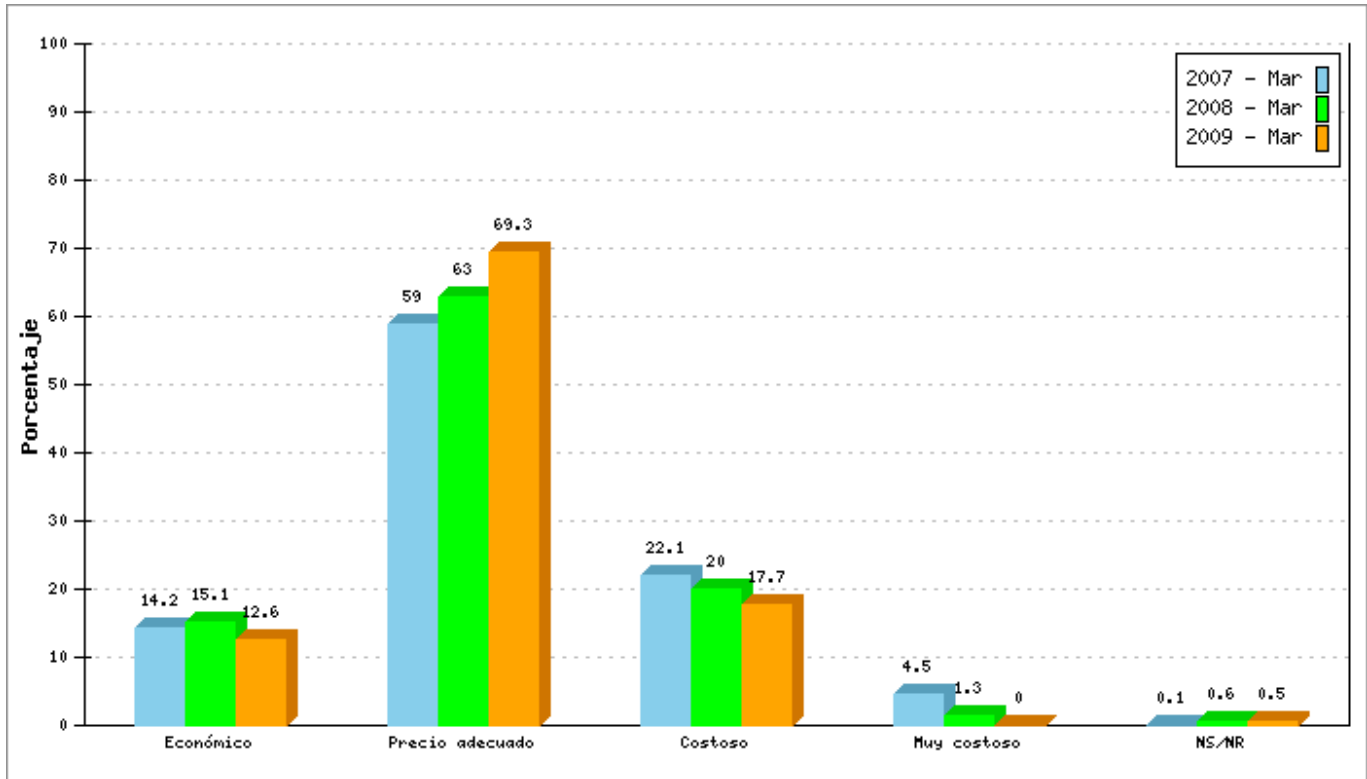


Los resultados arrojan que un 84% de los encuestados afirman que los costos de alojamiento están entre adecuados y económicos. Si lo comparamos con la Semana Santa 2008, esta variable obtuvo un porcentaje de 91%.

Valdría la pena indagar la razón sobre el incremento en el concepto de "Costoso" de los alojamientos; aunque si relacionamos esta respuesta con el gasto diario de los turistas en esta temporada el presupuesto fue más bajo que la Semana Santa anterior.

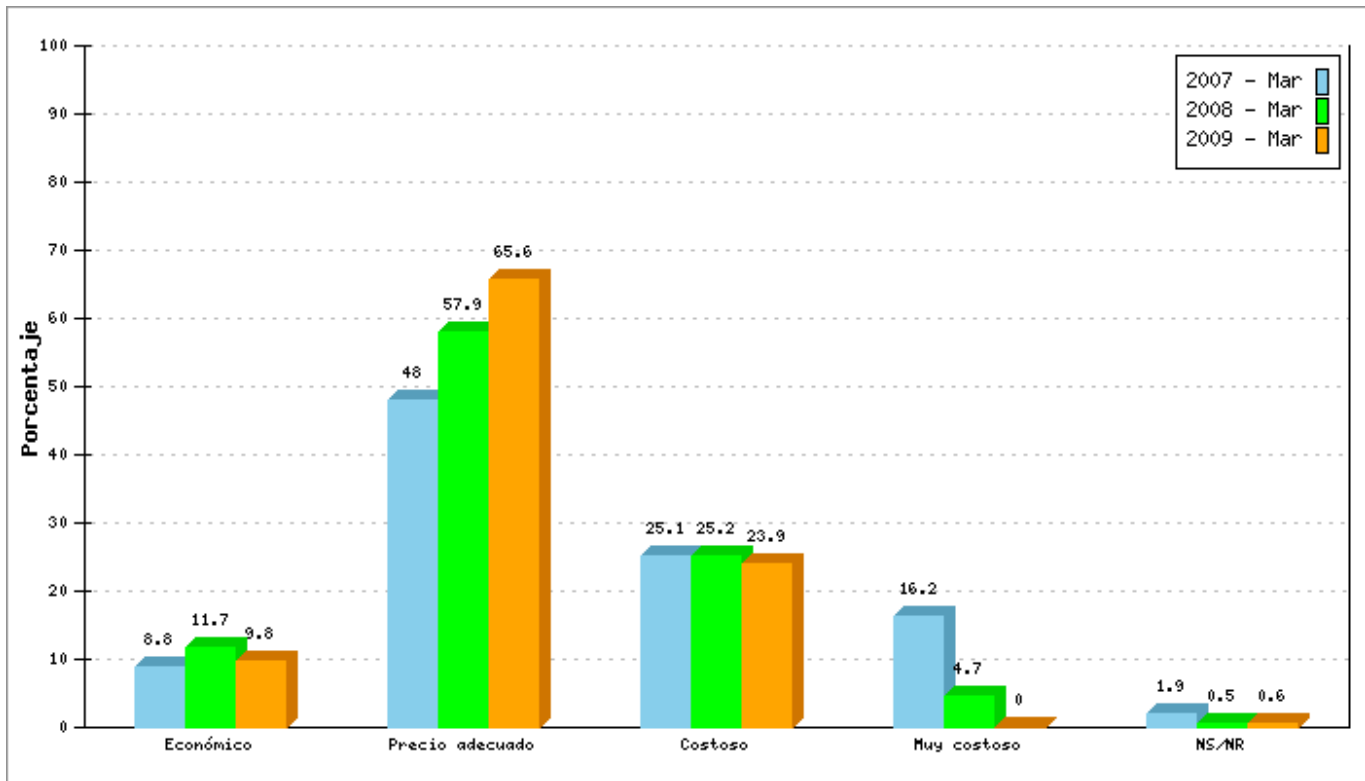
A pesar de que disminuyó el porcentaje en la percepción de adecuado y económico, continúa siendo un buen calificativo.

En su concepto, Cómo considera el costo de la gastronomía



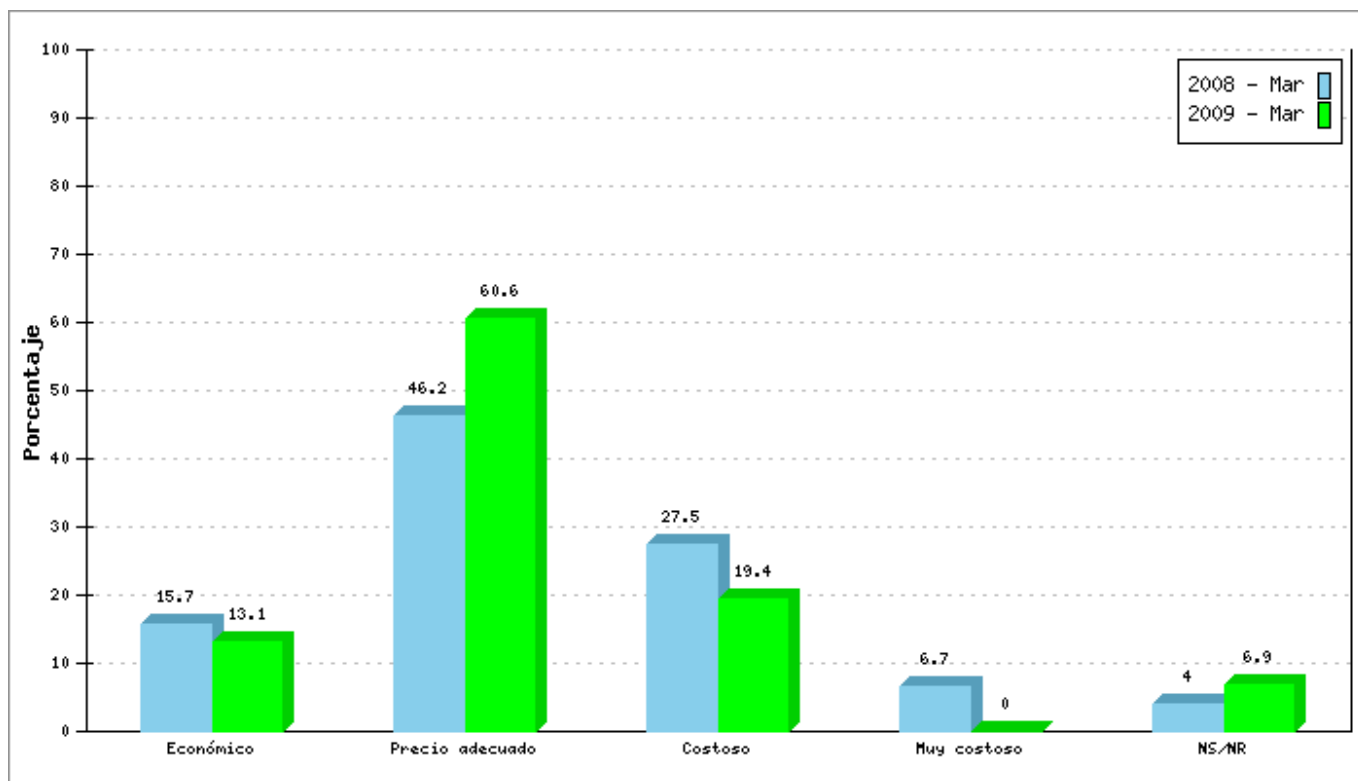
Según resultados, el concepto de los costos de la Gastronomía en esta temporada estuvieron ubicados entre "Adecuados" y "Económicos", con un 69.3% y 12.6% respectivamente. Por otra parte, el concepto de "Costoso" ha venido presentando disminución año a año, pasando del 22.1% en el 2007, al 20% en el 2008 y al 17.7% en el 2009.

En su concepto, Cómo considera el costo de diversiones (parques)

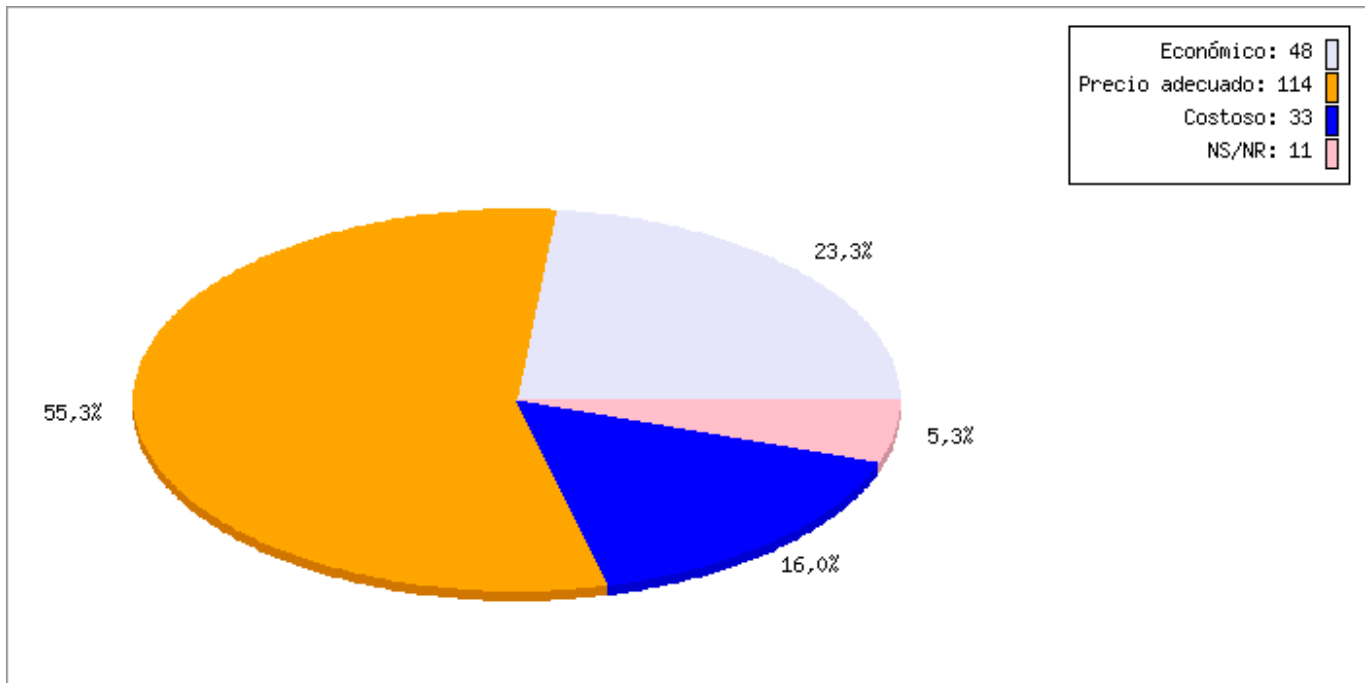


Según el gráfico, podemos observar cómo ha mejorado el calificativo en los costos de los Parques Temáticos del Quindío. Para esta temporada el 75.4% de los turistas opinaron que los costos de los parques estaban entre "Adecuados" y "Económicos", y el 23.9% afirmaron que eran "Costosos". Si comparamos estas cifras con las temporadas pasadas de Semana Santa, la calificación de "Costoso" disminuyó considerablemente.

En su concepto, Cómo considera el costo de Deporte aventura



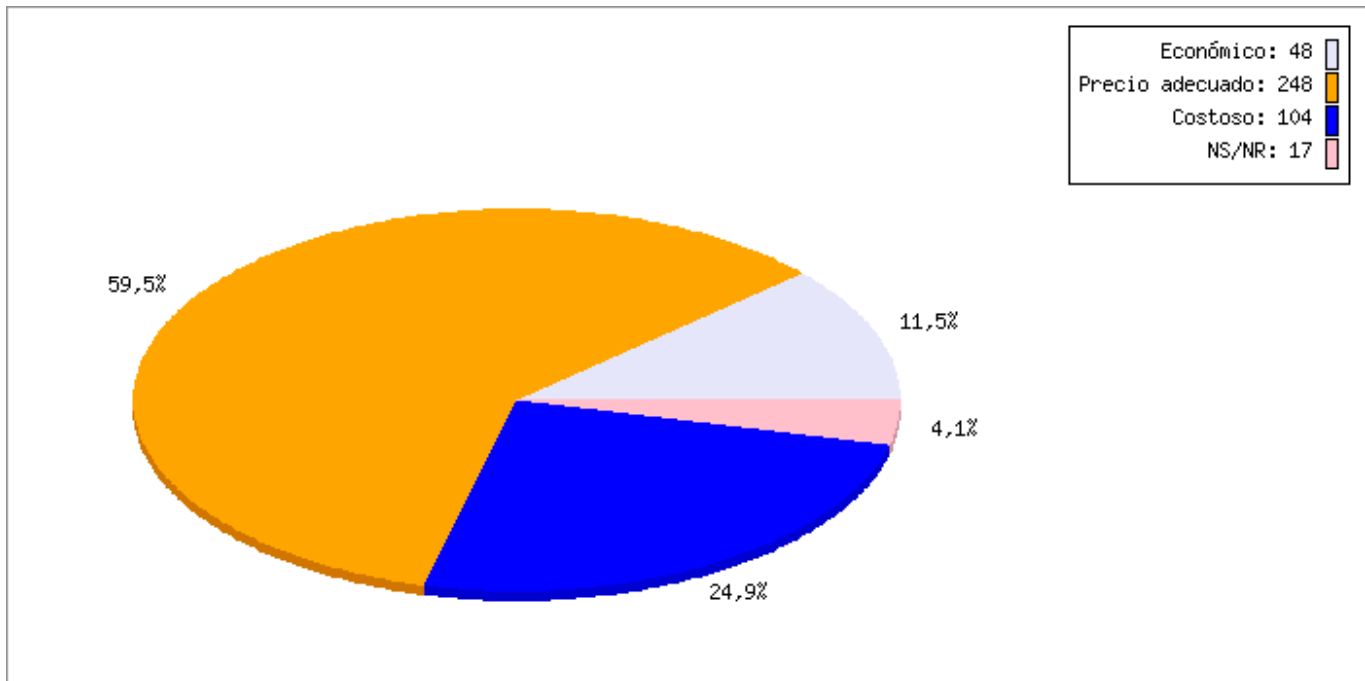
De quienes practicaron deporte extremo (14.1%) de los encuestados, el 60% de éstos calificaron los costos como de dichas prácticas como "Adecuados ", el 13.1% "Económico" y el 19.4% como "Costoso ". Las cifras anteriores si se comparan con la Semana Santa anterior, presentaron mejoría considerable; lo que debería motivar a las empresas que ofrecen estos servicios a realizar una amplia difusión y promoción para las próximas temporadas.

En su concepto, Cómo considera el costo de Transporte interno

Esta pregunta no se realizó la Semana Santa anterior, por lo tanto no tiene comparativo.

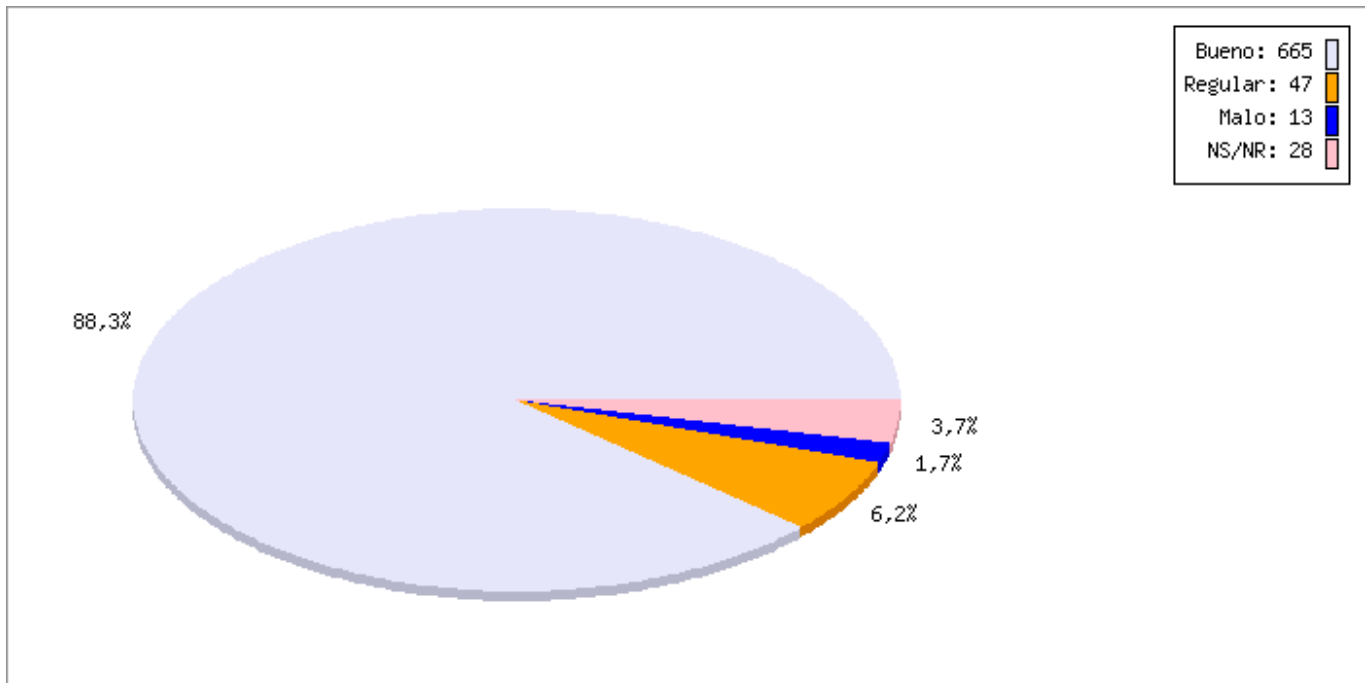
El gráfico muestra como el 55% de los visitantes calificaron el costo del servicio de transporte interno (taxi, bus y carro alquilado) como "Adecuado", el 23,3% "Económico" y el 16% le pareció "Costoso".

En su concepto, Cómo considera el costo de Comercio



En esta temporada el 71% de los turistas calificó el comercio entre "Económico" y "Adecuado" y un 24.9% como "Costoso".

¿Cómo calificaría la calidad y el servicio del hospedaje en el Quindío?

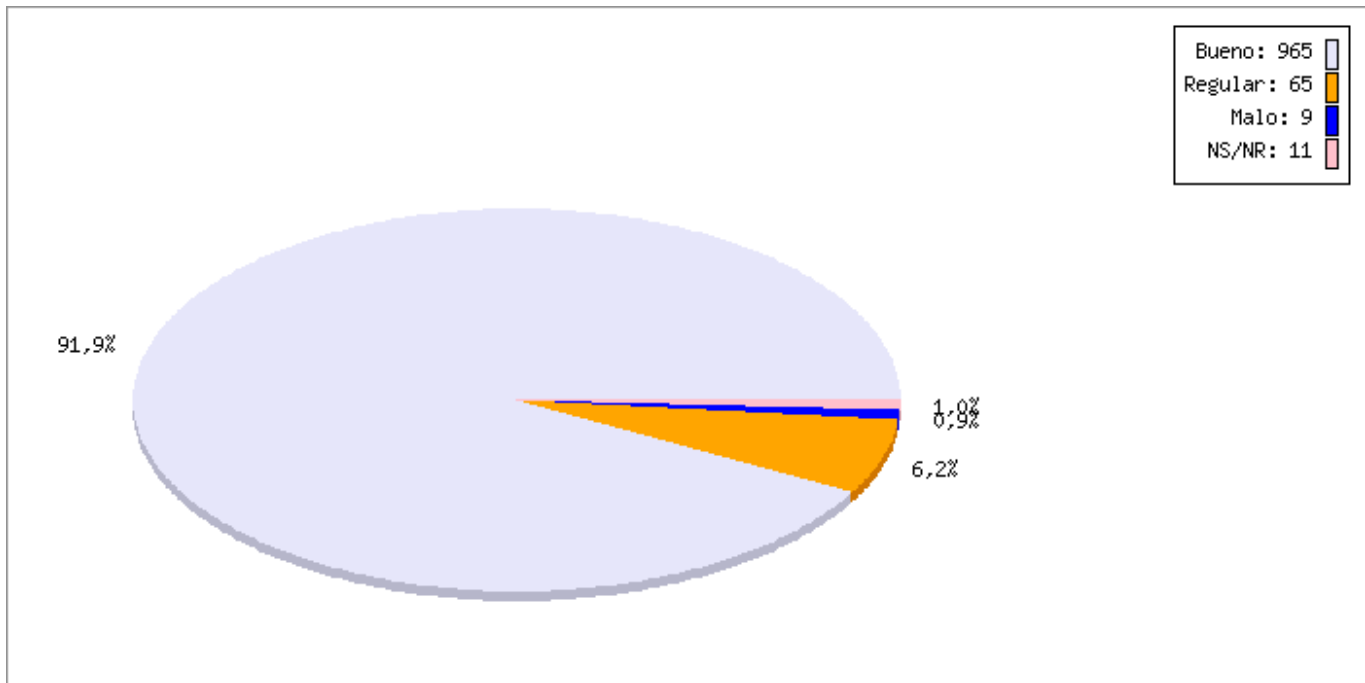


De los turistas encuestados, el 88.3% opinó que la calidad y servicio de los alojamientos era "Buena", un 6.2% señaló que era "Regular" y tan sólo el 1.7% expresó que era "Mala".

Esta pregunta refleja la satisfacción de los huéspedes sobre los alojamientos del Quindío, lo que significa un gran reto para los operadores continuar con este nivel, que requerirá sin duda inversión permanente en infraestructura y formación empresarial.

Al igual que el buen calificativo que tienen los alojamientos frente a la calidad y servicio, la positiva opinión sobre los costos está indicando la satisfacción frente a este producto turístico.

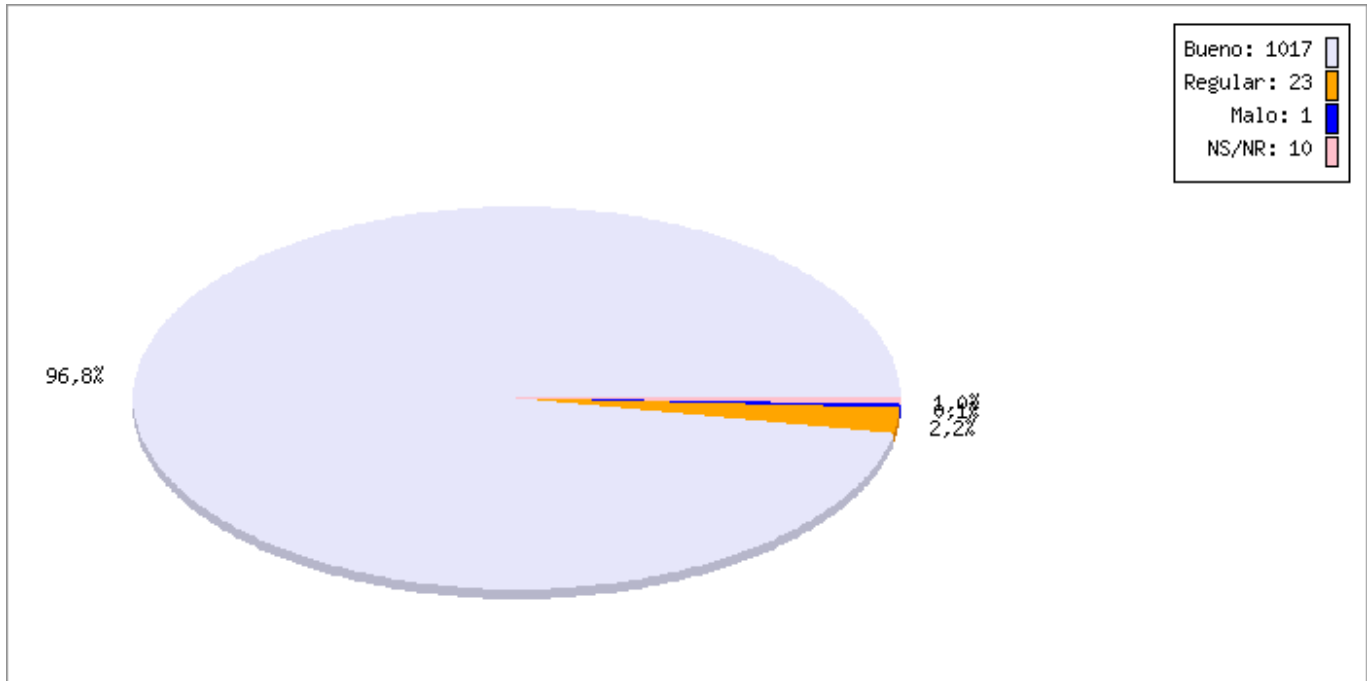
¿Cómo calificaría la calidad y el servicio de la gastronomía en el Quindío?



Un 91.9% de los turistas que disfrutaron de nuestra gastronomía en esta temporada de Semana Santa consideró que la calidad y servicio fue "Bueno ", el 6.2% afirmó que era "Regular " y un 0.9% consideró que fue "Mala "

La gastronomía al ser un producto y/o servicio indispensable en el turismo, demanda de los empresarios una amplia capacidad de innovar y de mejorar la calidad constantemente.

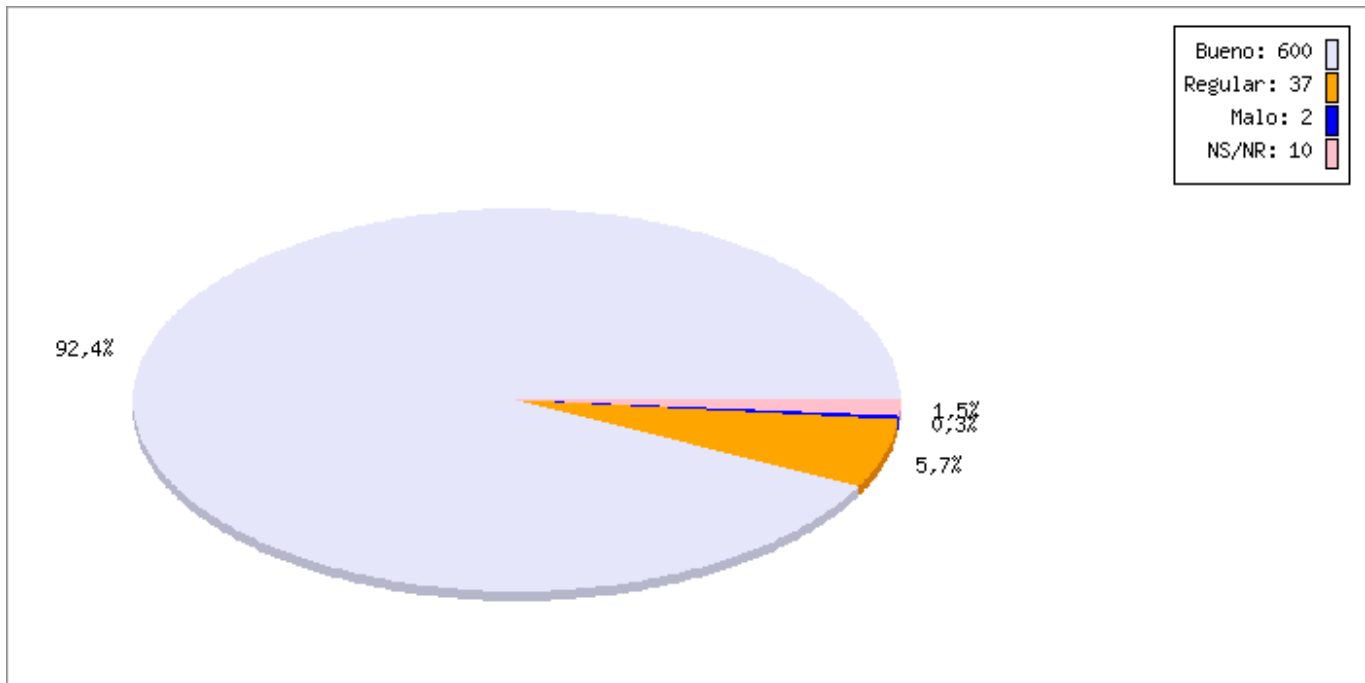
¿Cómo calificaría la calidad y el servicio de las atracciones (parques) en el Quindío?



Los resultados indican que el 96.8% de los turistas reconocen como "buena " la calidad y servicio que prestan los parques temáticos del Quindío; merecido reconocimiento al gran esfuerzo en inversión y recurso humano.

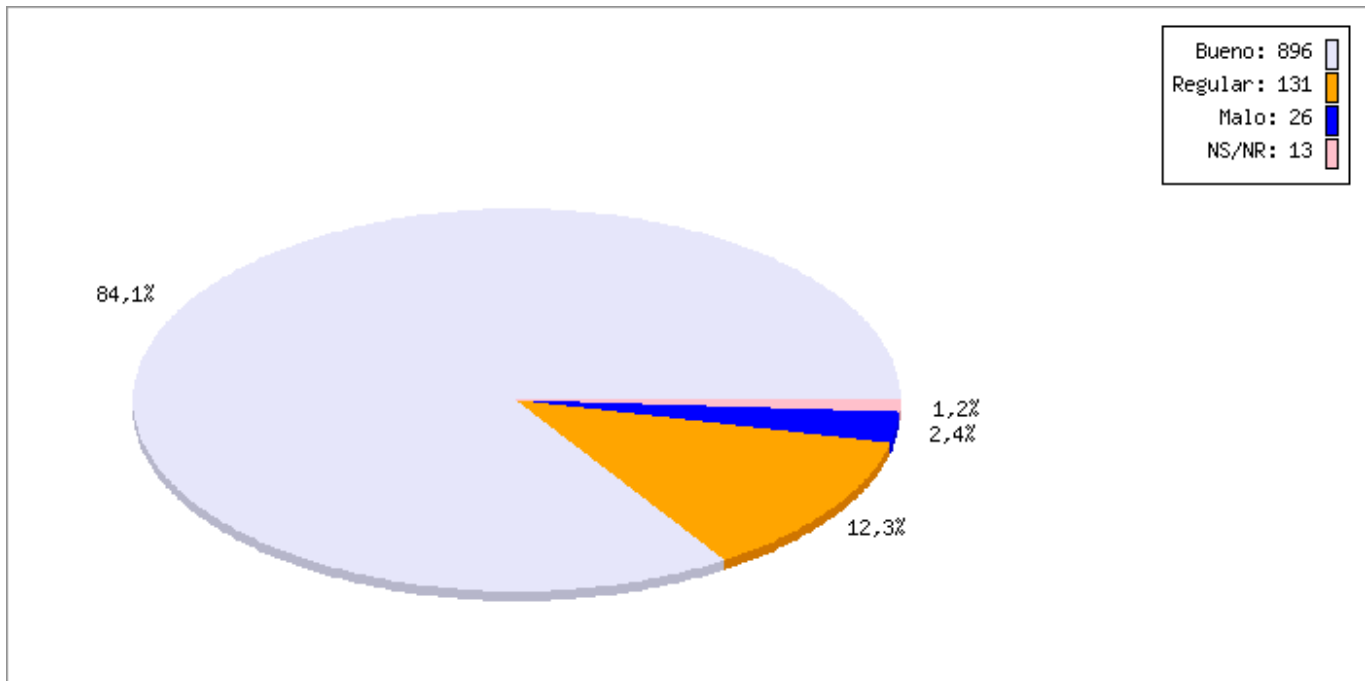
Cabe señalar el valioso e inestimable aporte de estos atractivos a la dinámica turística y al desarrollo de otros sectores de la economía regional.

¿Cómo calificaría la calidad y el servicio de los eventos culturales en el Quindío?



El 92.4% de los turistas calificaron como "Buenos " los eventos culturales que durante su estadía tuvieron la oportunidad de disfrutar. Es importante anotar que la mayoría de los eventos a los cuales se referían los visitantes, eran los ofrecidos en los Parques Temáticos.

¿Cómo calificaría la calidad y el servicio de la señalización turística en el Quindío?

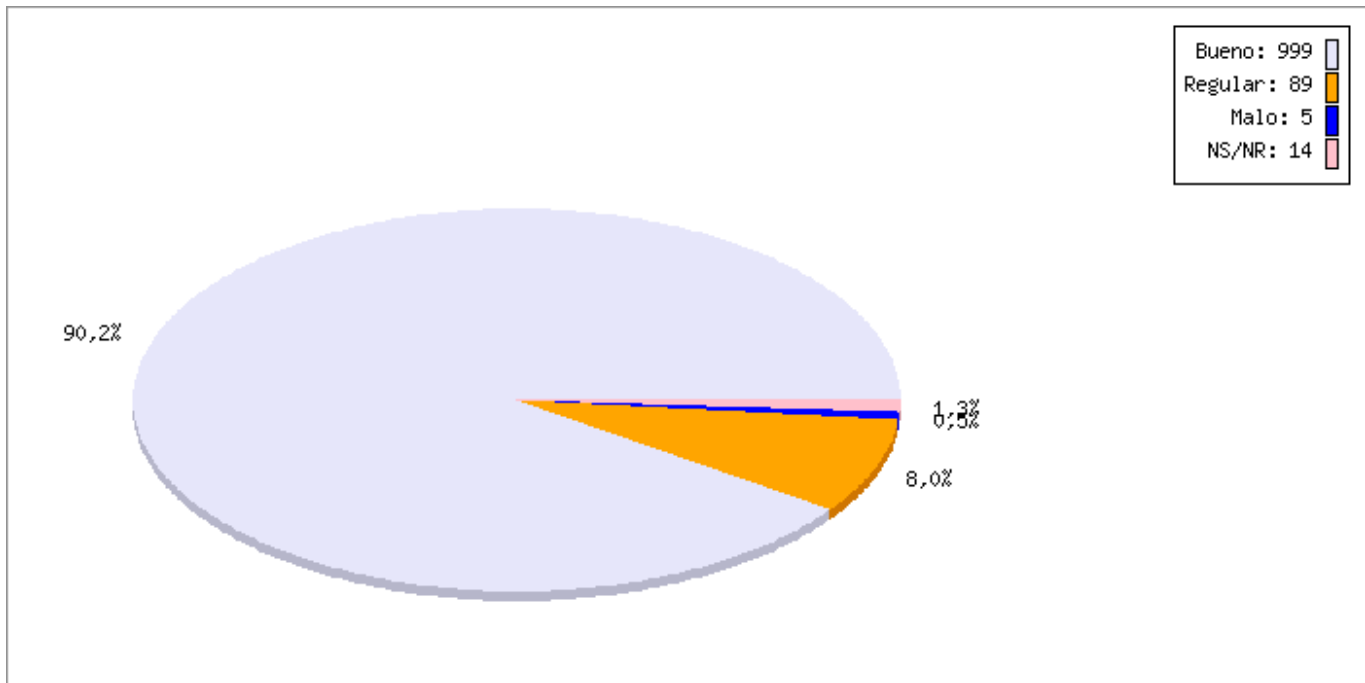


El 84.1% de los encuestados opina que la señalización turística del Quindío es " Buena", seguido de un 12.3% que opina es " Regular" y un 2.4% que la considera " Mala".

De las preguntas sobre Calidad y Servicio de los diferentes productos turísticos del Quindío, ésta fue la que mayor porcentaje obtuvo en el calificativo de " Regular " y " Mala " .

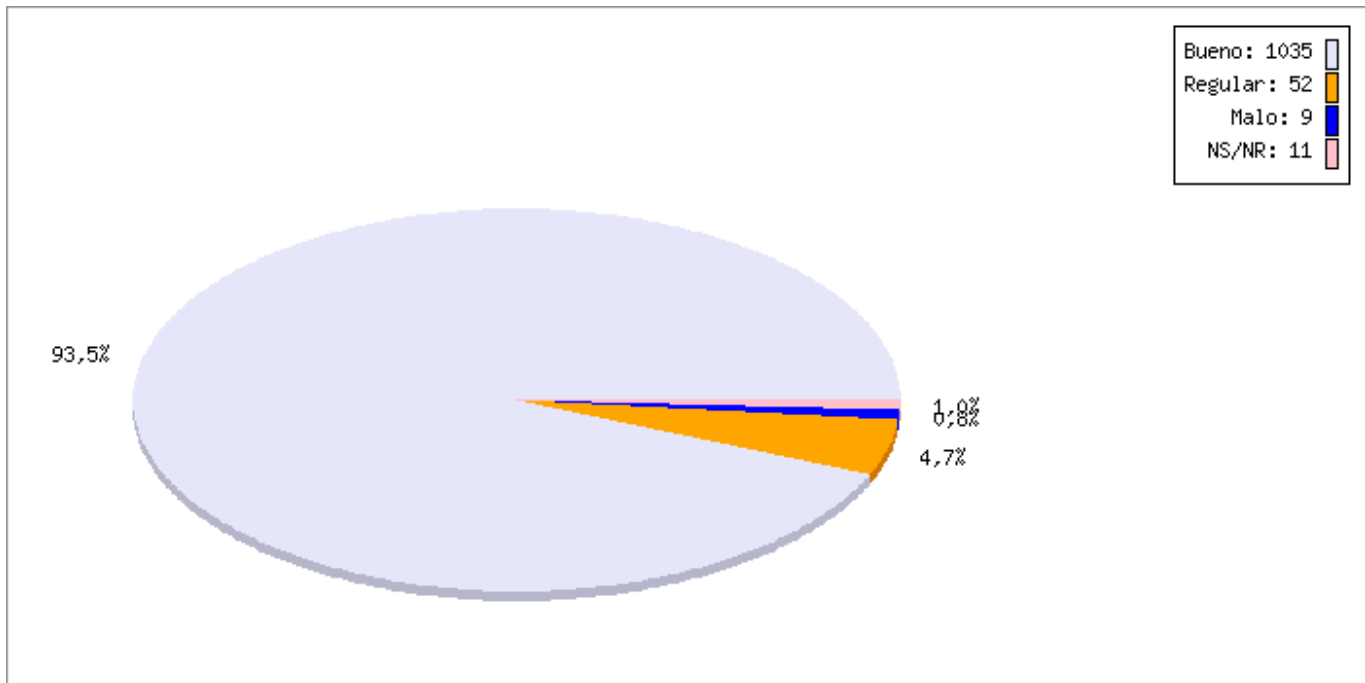
Vale la pena reiterar la necesidad de invertir en señalización turística, como en el de regular su uso.

¿Cómo calificaría la calidad y el servicio de la infraestructura vial en el Quindío?



El 90.2% de los turistas que vinieron al Quindío opinaron que la infraestructura vial del Departamento era "Buena", seguido del 8% que la consideró "Regular ". Este calificativo retoma importancia, al saber que el mayor porcentaje de visitantes arribaron al Quindío en carro particular. No obstante, los esfuerzos por mantener las vías en buen estado debe ser una prioridad en el gobierno, tanto municipal como departamental; más aun cuando conocemos que existen diferentes vías que requieren de atención inmediata.

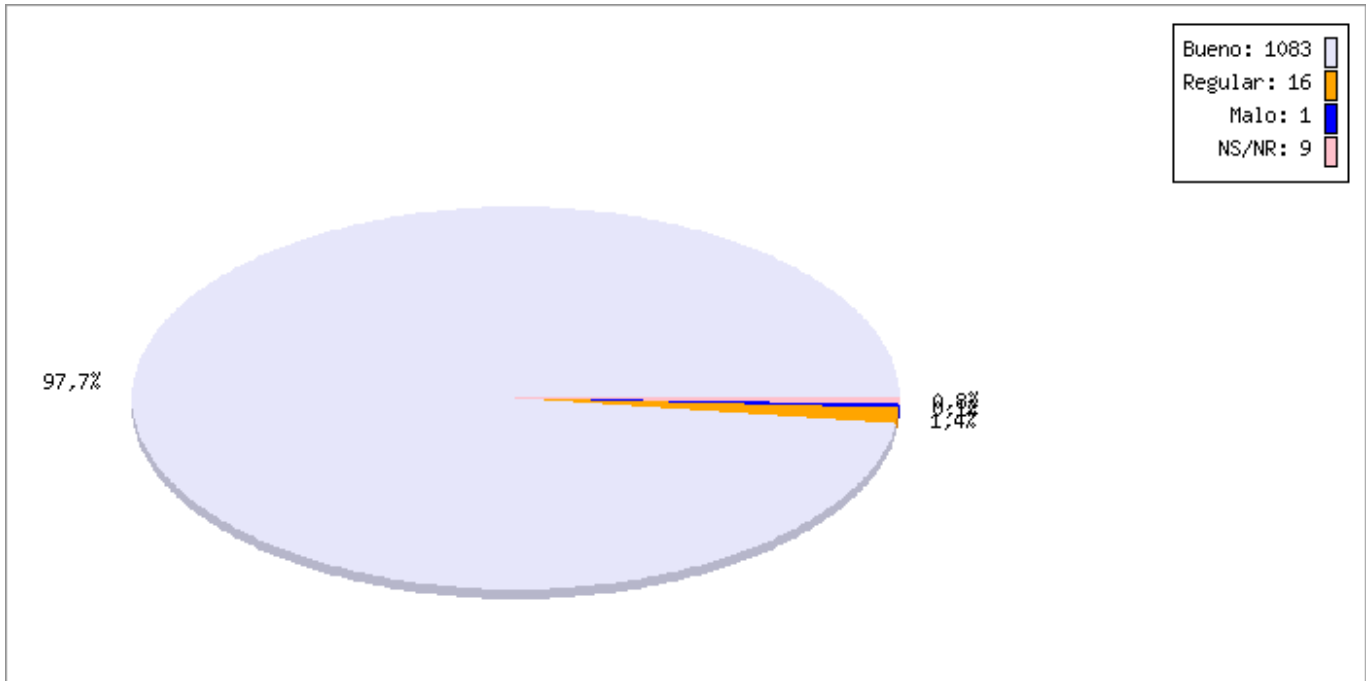
¿Cómo calificaría la calidad y el servicio de la información turística en el Quindío?



Según resultados, el 93.5% de los encuestados afirma que la calidad y servicio en la información turística del Quindío es "Buena", seguido de "Regular" con el 4.7%. Sin embargo, debe ser política de la administración municipal y departamental el destinar y gestionar significativos recursos que garanticen el posicionamiento del Quindío como producto turístico tanto a nivel nacional como internacional. Para esto, además de recursos se requiere de la implementación de un modelo prospectivo para el diseño de productos y servicios turísticos que nos inserte en los procesos de globalización y modernización que viven los países y los consumidores de hoy.

Además, a nivel local deben continuar generando esfuerzos por mantener informados a los visitantes a través de los "puntos de información turística" que están ubicados en diferentes lugares del Departamento, que orientan al turista sobre los productos que ofrece el destino.

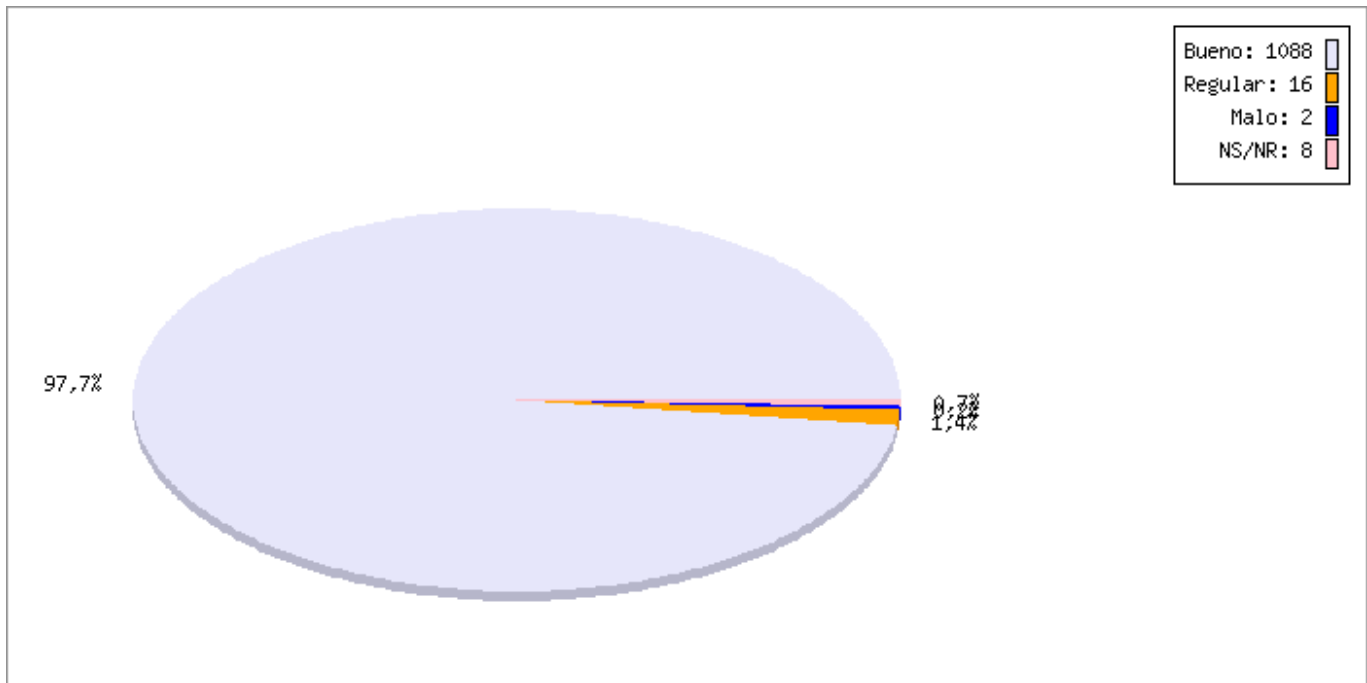
¿Cómo calificaría la calidad y el servicio de la seguridad en el Quindío?



El Quindío siempre ha sido catalogado por los turistas como un lugar seguro para pasar sus vacaciones. En esta temporada se corrobora la afirmación anterior, donde un 97.7% afirma que la calidad y/o servicio de la seguridad en nuestra región es "Buena".

Este indicador es una fortaleza al momento de ofrecer el Quindío como producto turístico.

¿Cómo calificaría la calidad y el servicio de la atención al turista en el Quindío?

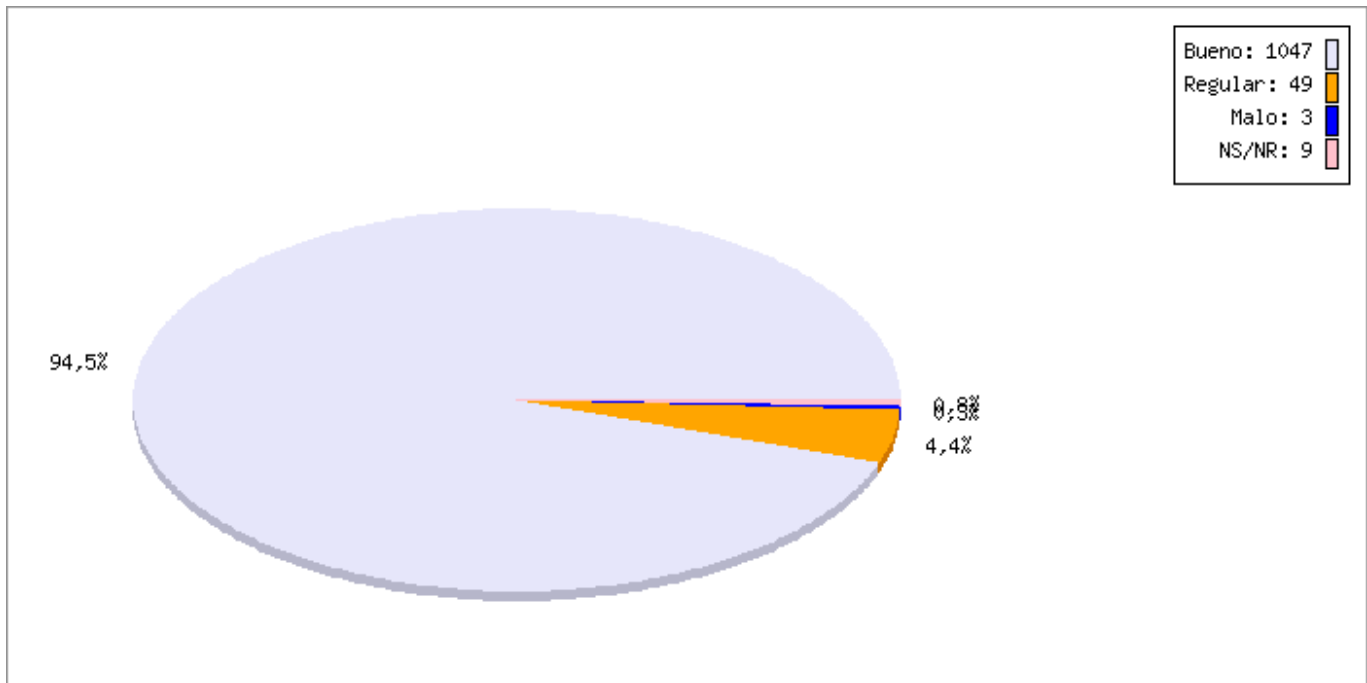


Un destino turístico está compuesto por diferentes productos y servicios como: atractivos, equipamientos (restaurantes y Hoteles), infraestructuras de acceso, transporte y actividades en general, pero lo más importante y lo que define posiblemente una próxima visita al destino es la "Atención " que recibió el turista durante su estadía.

Los turistas pagan por los servicios que necesitan para disfrutar de su tiempo libre y lo que esperan es una adecuada y especial atención.

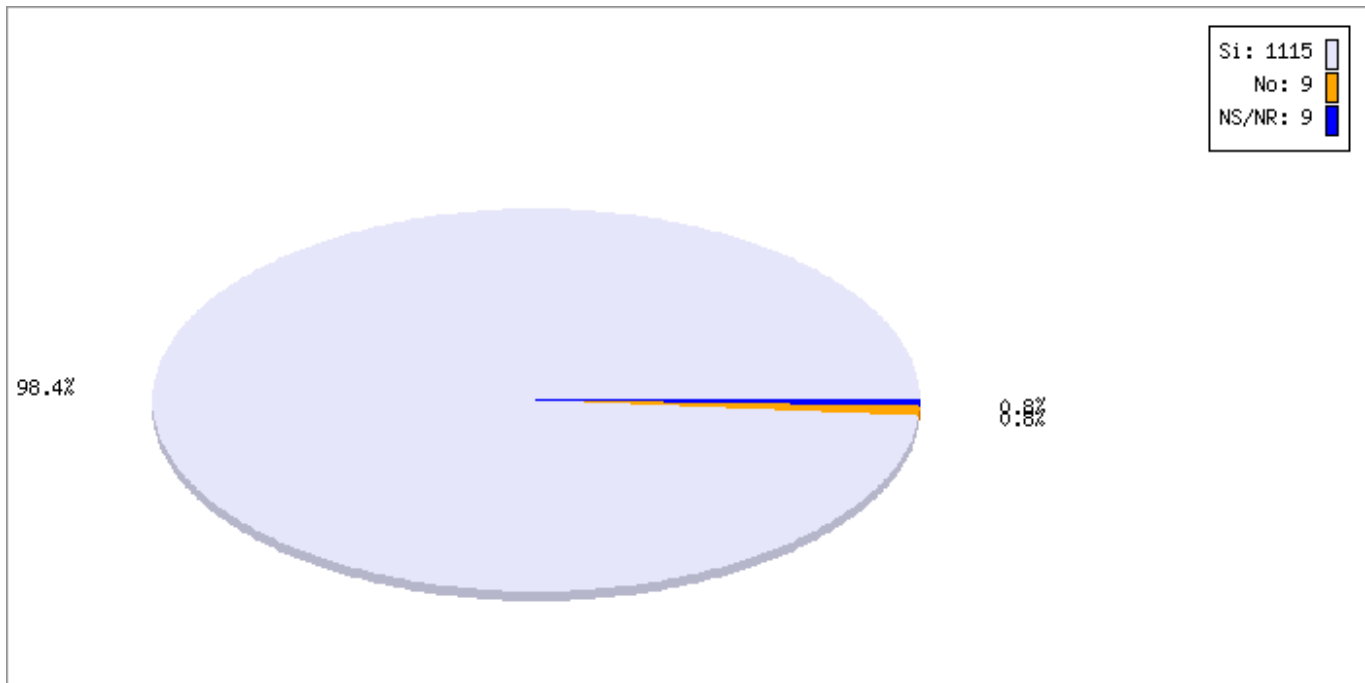
Según gráfico el 97.7% de los visitantes respondió haber recibido una "Buena "atención, lo que sin duda corrobora el porcentaje tan alto de " Referidos " como medio por el cual se enteró del Quindío como destino turístico; ya que un cliente satisfecho con un producto o servicio repite el viaje o referencia muy bien el lugar.

¿Cómo calificaría el aspecto de la ciudad y los municipios en el Quindío?



El 94.5% de los turistas que vinieron en esta temporada expresaron que el aspecto de la ciudad de Armenia y los municipios era "Bueno ". Sin embargo, en el Observatorio de fin de año dentro de las sugerencias y observaciones indicaron que varios municipios del Quindío requerían de especial atención, específicamente en temas como invasión indebida del espacio público, aseo y trabajo infantil.

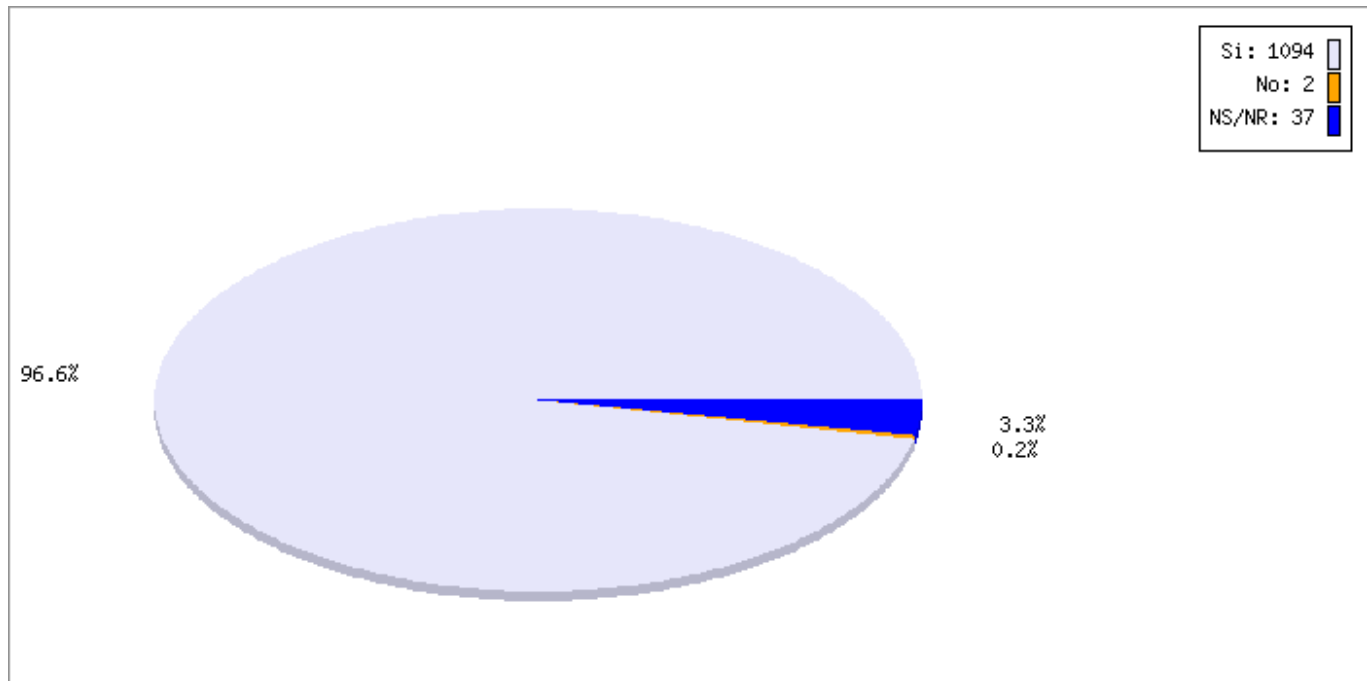
¿Regresaría de nuevo al Quindío?



Este indicador manifiesta la satisfacción y la buena percepción que tienen los turistas de los productos y servicios que ofrece el Quindío en materia turística.

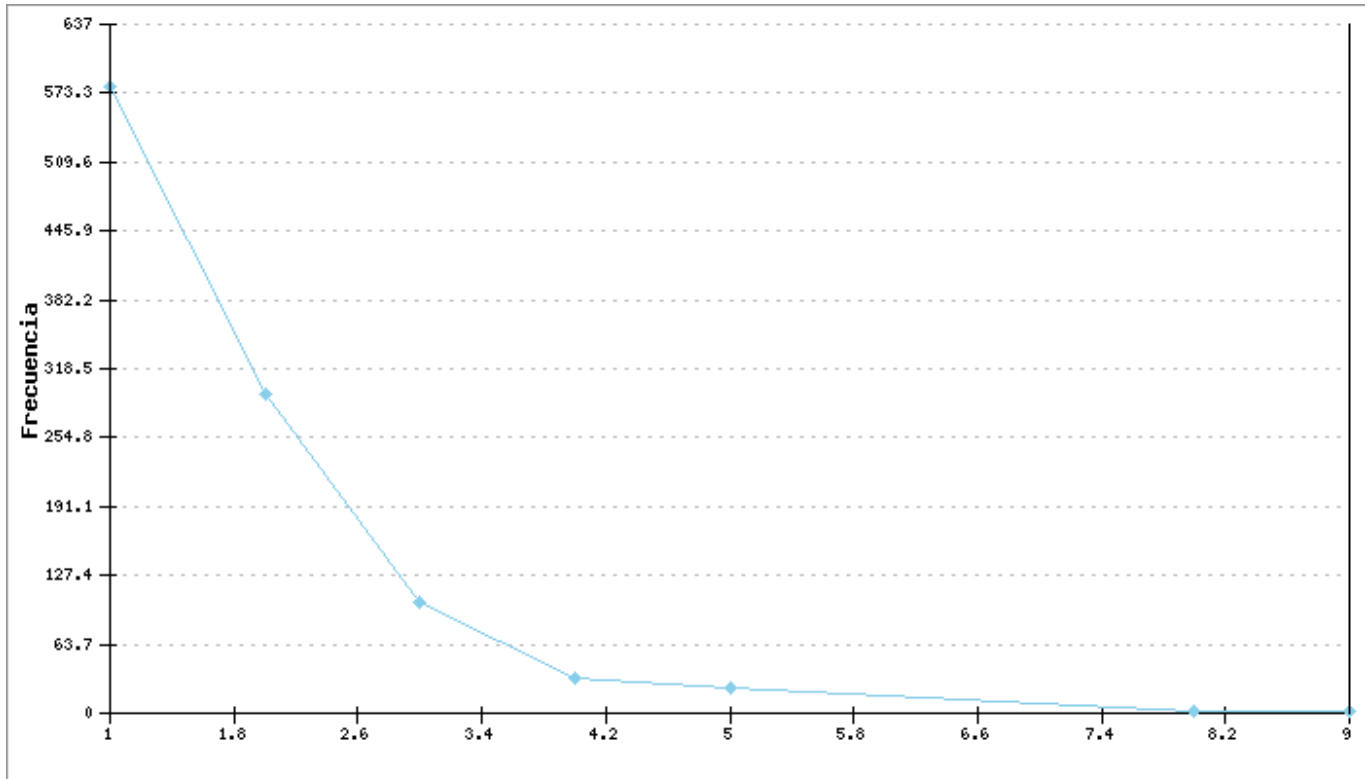
Según resultados el 98.4% confirmó que volvería al Quindío, porcentaje que se relaciona directamente con la buena percepción que tienen sobre los precios, calidad y servicio.

Este indicador también garantizará la consolidación o madurez de nuestro destino.

¿Recomendaría al Quindío como destino turístico?

El 96.6% de los turistas que viajaron a nuestro Departamento en esta temporada de Semana Santa, afirmaron que " Recomendarían al Quindío como destino turístico"; excelente indicador de posicionamiento.

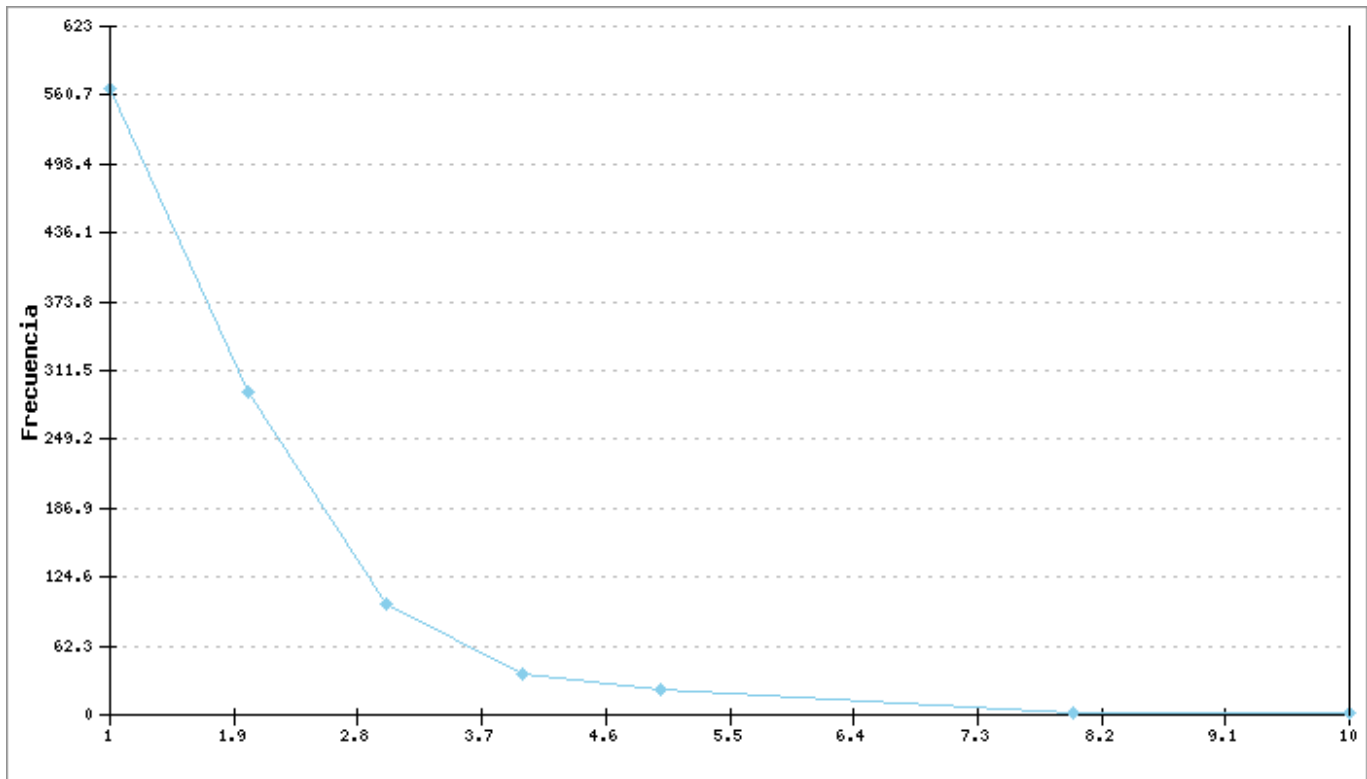
¿En qué posición ubicaría el Quindío en cuanto a calidad y servicio como producto turístico nacional?



Sumario de Estadísticas	
Total Respuestas	1.033
Sumatoria Respuestas	1.735,00
Valor Menor	1,00
Valor Mayor	9,00
Promedio	1,68
Moda	1
Desviación Estándar	0,9819
Coefficiente de Variación	58,46 %

Según resultados, el 91% de los turistas que vinieron al Quindío en esta temporada de Semana Santa, calificaron al Quindío en primer lugar en cuanto a Calidad y Servicio frente a otros destinos nacionales.

¿En qué posición ubicaría el Quindío en cuanto infraestructura como producto turístico nacional?



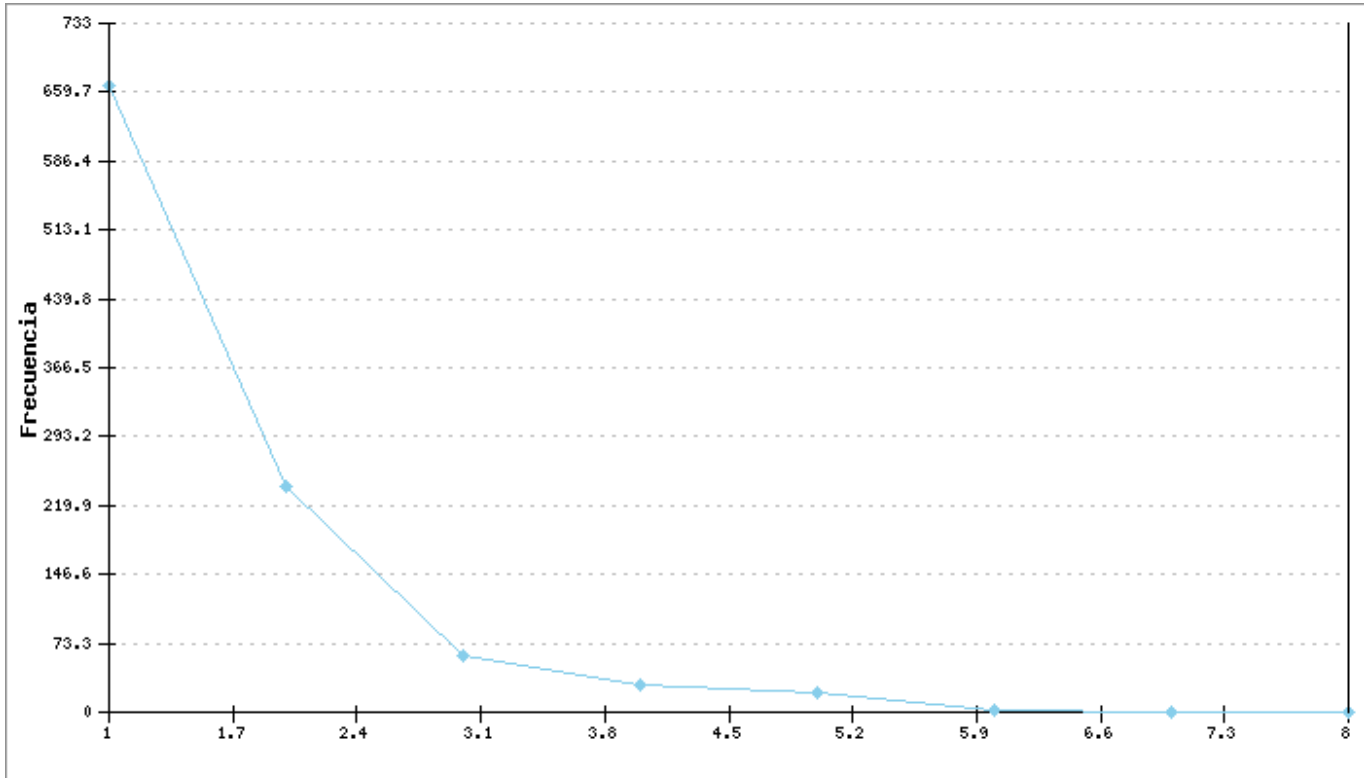
Sumario de Estadísticas	
Total Respuestas	1.023
Sumatoria Respuestas	1.744,00
Valor Menor	1,00
Valor Mayor	10,00
Promedio	1,70
Moda	1
Desviación Estándar	1,0227
Coefficiente de Variación	59,99 %

El gráfico indica que el 90% de los turistas que vinieron al Quindío en esta temporada de Semana Santa calificaron al Quindío en primer lugar en cuanto a Infraestructura.

Esto demuestra el gran esfuerzo en inversiones hecho por parte de los empresarios turísticos, tanto del sector hotelero y de restaurantes (urbano y rural), sector transporte (aeropuerto, terminal y vías), sector comercial, sector de atracciones y negocios dedicados a las diversiones (Parques Temáticos) y demás actividades relacionadas al tema turístico.

De igual manera esto genera un gran compromiso y responsabilidad por mantener los hospedajes, atractivos y demás ofertas turísticas en un excelente estado y en permanente mantenimiento y renovación.

¿En qué posición ubicaría el Quindío en cuanto a diversidad de atracciones y actividades como producto turístico nacional?



Sumario de Estadísticas	
Total Respuestas	1.020
Sumatoria Respuestas	1.573,00
Valor Menor	1,00
Valor Mayor	8,00
Promedio	1,54
Moda	1
Desviación Estándar	0,9435
Coefficiente de Variación	61,18 %

Según resultados, el 90% de los turistas que vinieron al Quindío en esta temporada de Semana Santa, ubicaron al Quindío en primer lugar en cuanto a diversidad de atracciones y actividades frente a otros destinos nacionales, siendo los parques temáticos una de las razones por las cuales el turista se encuentra motivado a visitar nuestro destino.