

OBSERVATORIO DE TURISMO VERSIÓN 40

SEMANA SANTA
2018



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

PRESIDENTE DE JUNTA DIRECTIVA

Luis Fernando Gómez Giraldo

VICEPRESIDENTE DE JUNTA DIRECTIVA

Esperanza Ramírez Osorio

PRESIDENTE EJECUTIVO

Rodrigo Estrada Reveiz

MIEMBROS PRINCIPALES DE JUNTA

Luis Fernando Gómez Giraldo

Fanny Stella Valencia Buitrago

Fernando Salazar Velasco

Faber Buitrago Patiño

Óscar Antonio Arango Restrepo

Esperanza Ramírez Osorio

SUPLENTES DE JUNTA DIRECTIVA

Gustavo Alberto Patiño Castaño

Gildardo Parra Cubillos

Jean Paul García Pulido

Viviana Patricia Álvarez Rojas

Diego Suárez Mejía

ELABORÓ

Área de Estudios e Investigaciones

DIRECTOR

Jimmy Franco Arias

PROFESIONALES DE INVESTIGACIÓN

Cristian David González Carmona

PRESENTACIÓN

Como es bien sabido, en los últimos años el turismo del Quindío se ha posicionado como un sector dinámico y prominente, es por esto que, cada temporada alta o de gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío realiza el observatorio de turismo, con el fin de identificar el impacto de dicho sector.

El presente informe enmarca la versión número 40 del Observatorio de Turismo referente a la temporada de Semana Santa 2018. En él, se describe el perfil del turista que llega al Quindío, sus preferencias y características de viaje. En otro apartado se muestran cifras del flujo vehicular contabilizado en diferentes municipios del departamento y para finalizar se evidencia el comportamiento en ventas de los prestadores de servicios turísticos.

Agradecemos el apoyo del Parque del Café, Panaca, Terminal de Transportes de Armenia y el Aeropuerto El Edén por permitir la aplicación de encuestas en sus instalaciones y esperamos que la información aportada sea un insumo para la toma de decisiones.



RODRIGO ESTRADA REVEIZ
Presidente Ejecutivo

Contenido

1. PERFIL DEL TURISTA DE LA TEMPORADA	5
1.1 PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS	5
Lugar de procedencia de los turistas nacionales que se hospedaron en el Quindío	6
1.2 LUGAR DE NACIMIENTO DEL TOTAL DE TURISTAS	6
1.3 EDAD DE LOS TURISTAS	7
1.4 OCUPACIÓN DE LOS TURISTAS	7
2. DETALLES DEL VIAJE DE LOS TURISTAS AL QUINDÍO	8
2.1 ¿POR CUALES MEDIOS SE ENTERARON LOS TURISTAS SOBRE EL QUINDÍO?	8
2.2 CONOCIMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL QUINDÍO POR PARTE DE LOS VISITANTES	9
2.3 ¿POR QUÉ MEDIO SE MOVILIZARON LOS TURISTAS AL QUINDÍO?	9
2.4 ¿EL VIAJE AL QUINDÍO HIZO PARTE DE UN PAQUETE, PLAN TURÍSTICO O EXCURSIÓN? ...	10
2.5 GRUPO DE VIAJE DE LOS TURISTAS	10
2.6 MOVILIZACIÓN DEL TURISMO EXTRANJERO	10
¿Cómo llegaron los turistas extranjeros a Colombia?	10
3. ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS TURISTAS EN EL QUINDÍO	11
3.1 MOTIVOS PARA VISITAR EL QUINDÍO	11
3.2 MUNICIPIOS VISITADOS	11
3.3 CONSUMO DE LOS TURISTAS DURANTE LA ESTADÍA	12
4. ESTADÍA Y HOSPEDAJE DE LOS TURISTAS	15
4.1 TIEMPO DE ESTADÍA EN EL DEPARTAMENTO (NOCHES)	15
4.2 MUNICIPIO DONDE SE HOSPEDARON LOS TURISTAS.....	16
4.3 TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO POR LOS TURISTAS.....	16
5. SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS CON EL QUINDÍO	17
5.1 VISITAS AL DEPARTAMENTO	17
5.2 CANTIDAD DE VECES QUE HAN VISITADO EL QUINDÍO ANTERIORMENTE.....	17
5.3 DISPOSICIÓN DE RETORNO DE LOS TURISTAS	18
5.4 ¿LOS TURISTAS PRESENTARON ALGÚN INCONVENIENTE DURANTE LA ESTADÍA EN EL QUINDÍO?	18
Aspectos a mejorar del Quindío como destino turístico	18
6. FLUJO VEHICULAR EN EL QUINDÍO	19
6.1 INGRESO DE VEHÍCULOS AL MUNICIPIO DE FILANDIA 2016 - 2017 - 2018.....	19
6.2 INGRESO DE VEHÍCULOS AL MUNICIPIO DE SALENTO 2016 - 2017 - 2018.....	20
6.3 INGRESO DE VEHÍCULOS AL VALLE DE COCORA 2016 - 2017 - 2018.....	20
6.4 INGRESO DE VEHÍCULOS AL MUNICIPIO DE BUENAVISTA 2016 - 2017 - 2018.....	21
6.5 INGRESO DE VEHÍCULOS AL MUNICIPIO DE CÓRDOBA 2017 - 2018.....	21

6.6	INGRESO DE VEHÍCULOS AL MUNICIPIO DE PIJAO 2018	22
7.	COMPORTAMIENTO DE VENTAS DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	23
7.1	TIPO DE ESTABLECIMIENTOS ENCUESTADOS.....	23
7.2	OCUPACIÓN DE LOS (ALOJAMIENTOS) PARA LA TEMPORADA	23
7.3	COMPORTAMIENTO DE VENTAS DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA TEMPORADA DE SEMANA SANTA 2018 RESPECTO A LA MISMA TEMPORADA EN 2017	24
7.4	¿SU SERVICIO O ESTABLECIMIENTO SE VIO AFECTADO POR ALGUNA DIFICULTAD DURANTE LA TEMPORADA DE SEMANA SANTA? ¿CUÁL?.....	24
7.5	¿CÓMO CONSIDERA USTED QUE SE PUEDE MEJORAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL QUINDÍO PARA LOGRAR POSICIONARLO MEJOR?	25
8.	CONCLUSIONES	26
9.	PROPUESTAS Y RECOMENDACIONES	26



1. PERFIL DEL TURISTA DE LA TEMPORADA

En la semana comprendida entre el 24 de marzo y el 01 de abril de 2018 llegaron al departamento del Quindío turistas procedentes de diferentes lugares, con el propósito de disfrutar del destino, visitar familiares y amigos o participar en las actividades. A continuación se presentan sus principales características.

1.1 PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

PROCEDENCIA	2017	2018
Colombia	92,8%	89,7%
Extranjero	7,2%	10,3%

PROCEDENCIA NACIONALES	2017	2018
Valle del Cauca	25%	26,4%
Cundinamarca	28,50%	24,8%
Antioquia	17,40%	18,0%
Tolima	6,70%	6,4%
Risaralda	4,70%	5,5%
Caldas	1%	3,9%
Huila	4,70%	2,3%
Meta	2%	1,6%
Nariño	1,90%	1,6%
Atlántico	2%	1,3%
Boyacá	1%	1,3%
Cauca	1,90%	1,3%
Otros	3,2	5,8%

PROCEDENCIA EXTRANJEROS	2017	2018
Estados Unidos	26,23%	25%
España	16,96%	19,4%
Canadá	-	13,9%
México	6,56%	11,1%
Alemania	4,92%	5,6%
Argentina	-	5,6%
Francia	4,92%	5,6%
Australia	-	2,8%
Holanda	-	2,8%
Italia	-	2,8%
Panamá	3,28%	2,8%
Paraguay	-	2,8%

Para la temporada de Semana Santa de 2018 el porcentaje de turistas extranjeros encuestados que llegaron al departamento del Quindío pasó de un 7,2% a un 10,3%. De estos visitantes internacionales, Estados Unidos se mantiene en la primera posición con 25%, seguido por España con 19,4% y cabe destacar que Canadá aparece en el listado con 13,9% de representación.

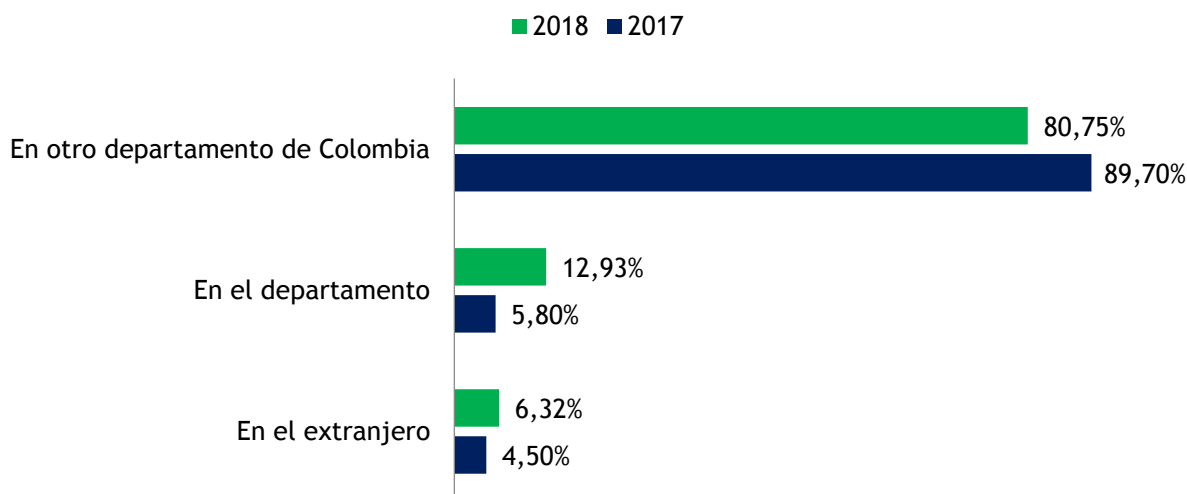
Por su parte los turistas nacionales encuestados para Semana Santa de 2018 llegaron principalmente del Valle del Cauca con 26,4% quien en 2017, ocupaba el segundo lugar después de Cundinamarca que en la presente edición obtuvo un 24,8%.

Lugar de procedencia de los turistas nacionales que se hospedaron en el Quindío

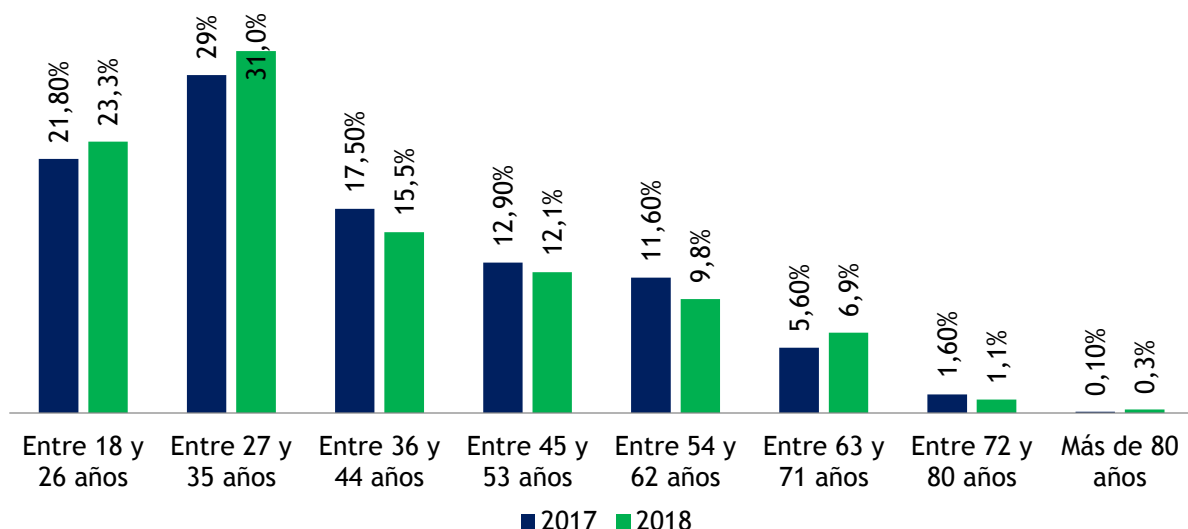
PROCEDENCIA NACIONALES	2018
Cundinamarca	27,9%
Valle del Cauca	25,2%
Antioquia	20,9%
Tolima	7,4%
Huila	2,7%
Meta	1,9%
Caldas	1,6%
Nariño	1,6%
Atlántico	1,6%
Boyacá	1,2%
Otros	8,1%

Tomando como referencia los turistas que se hospedaron en el departamento, se evidencia que fueron principalmente de Cundinamarca con 27,9%, seguidos por los del Valle del Cauca y Antioquia.

1.2 LUGAR DE NACIMIENTO DEL TOTAL DE TURISTAS

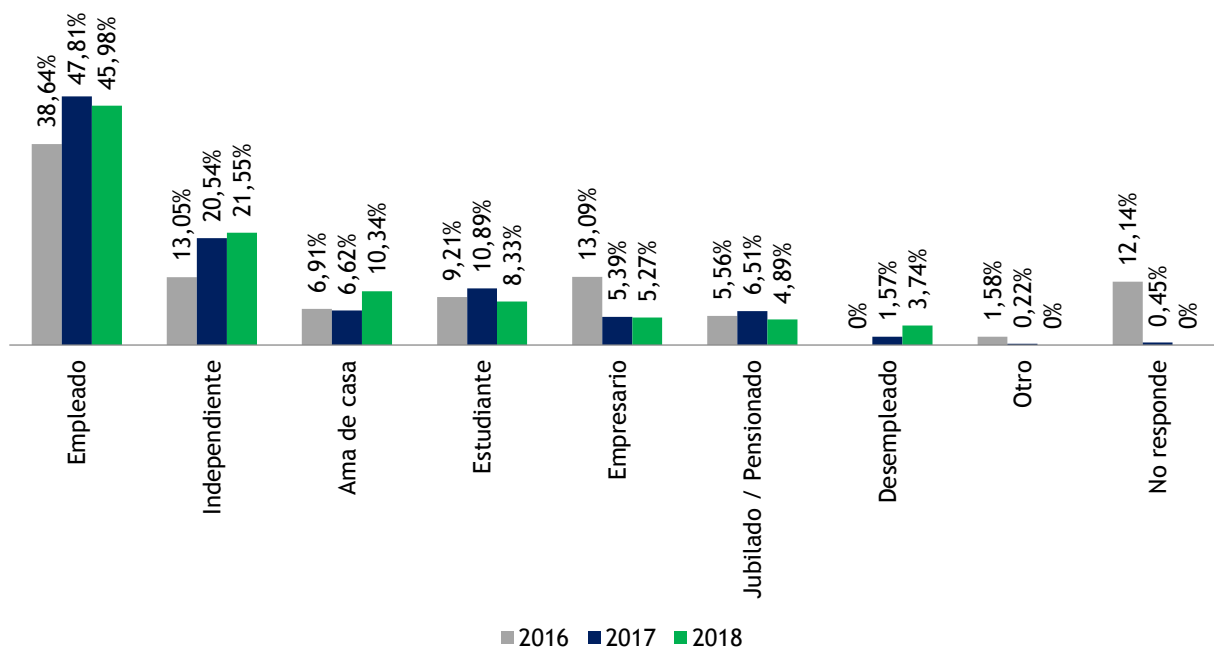


1.3 EDAD DE LOS TURISTAS



En 2017 y 2018 los turistas encuestados estuvieron en mayor medida dentro del rango de 27 y 35 años, seguidos por el rango que oscila entre 18 y 26 años.

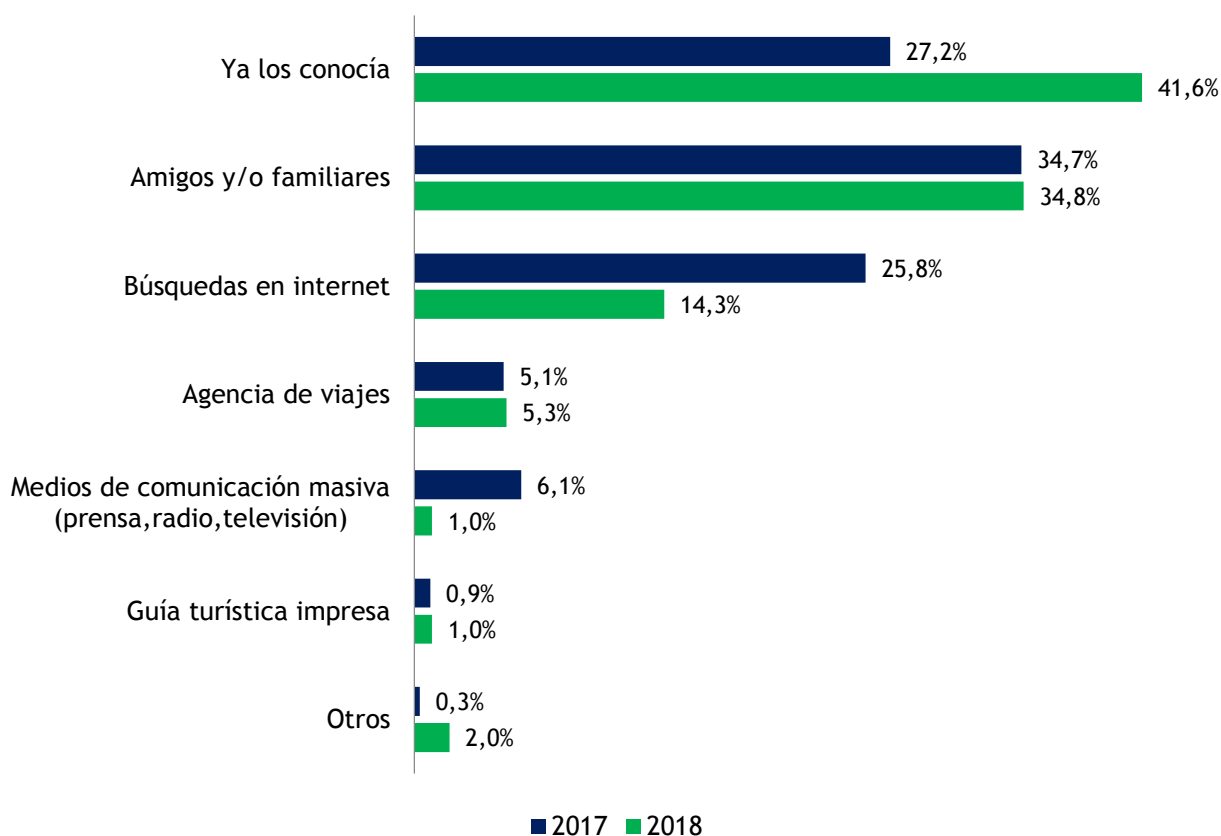
1.4 OCUPACIÓN DE LOS TURISTAS





2. DETALLES DEL VIAJE DE LOS TURISTAS AL QUINDÍO

2.1 ¿POR CUALES MEDIOS SE ENTERARON LOS TURISTAS SOBRE EL QUINDÍO?



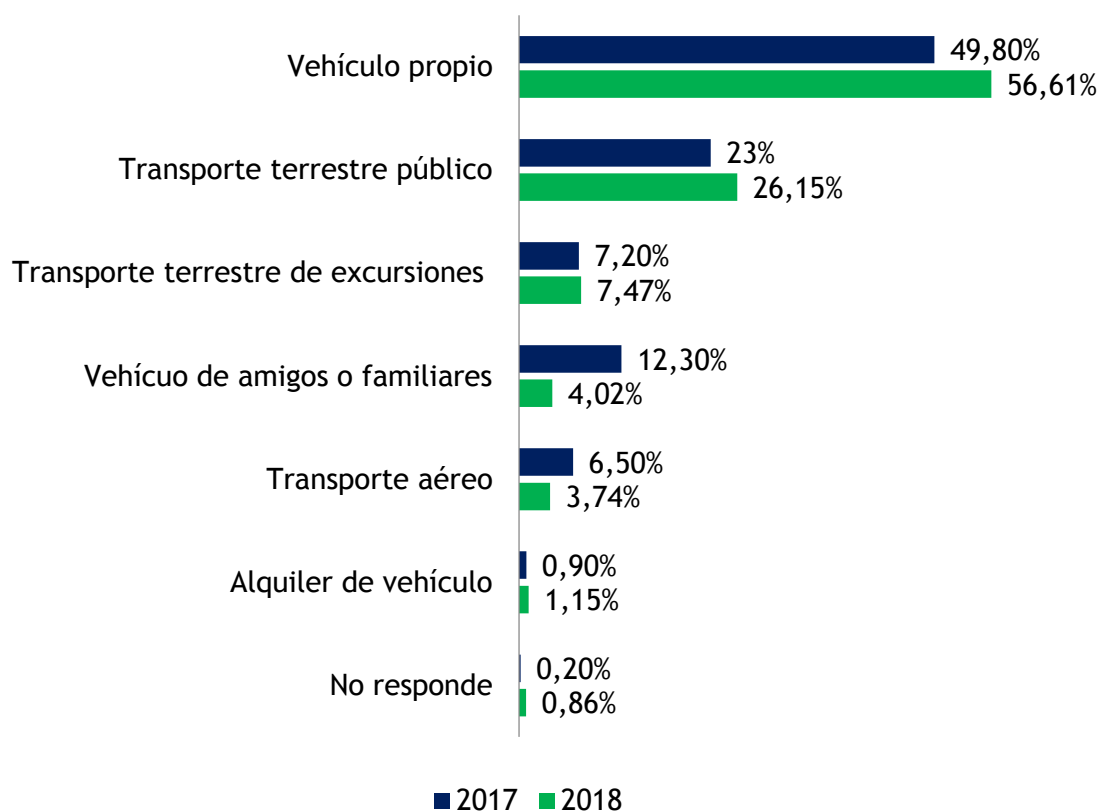
En 2017 la referencia de amigos y familiares fue el principal medio por el cual los turistas se enteraron del departamento como destino para Semana Santa, sin embargo para 2018, el 41,6% de turistas afirmaron conocer con anterioridad el destino evidenciando un crecimiento respecto al año pasado, dejando a los amigos y familiares en segundo renglón con un porcentaje muy similar al del año pasado 34,8%.

2.2 CONOCIMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL QUINDÍO POR PARTE DE LOS VISITANTES

El 47,4% de los turistas en 2018 afirmó conocer la oferta turística del departamento, mientras que un 52,6% no la conocen, diferente a lo mencionado durante el 2017.

	2017	2018
SI	52,7%	47,4%
NO	47,3%	52,6%

2.3 ¿POR QUÉ MEDIO SE MOVILIZARON LOS TURISTAS AL QUINDÍO?



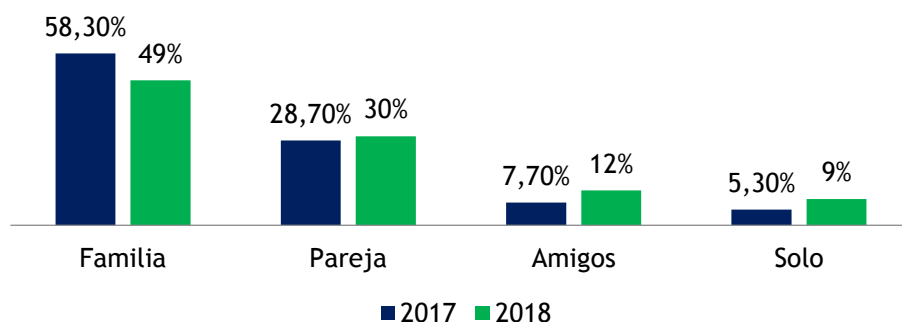
El vehículo propio y el transporte terrestre público se mantienen en primer y segundo lugar respectivamente como los medios más utilizados por los turistas para llegar al departamento. Es importante mencionar la disminución que se presentó con el vehículo de amigos o familiares de 12,30% en 2017 a 4,02% en 2018, y con el transporte aéreo que paso de 6,50% a 3,74%.

2.4 ¿EL VIAJE AL QUINDÍO HIZO PARTE DE UN PAQUETE, PLAN TURÍSTICO O EXCURSIÓN?

	2017	2018
SI	16,9%	5%
NO	83,1%	95%

En 2018, el 95% de turistas afirmaron que llegaron al departamento sin contratar algún paquete o plan turístico.

2.5 GRUPO DE VIAJE DE LOS TURISTAS



A lo largo de los años, los turistas han llegado al departamento cada temporada acompañados por sus familiares. En esta ocasión el 87% lo hizo con un grupo familiar o sólo con la pareja.

2.6 MOVILIZACIÓN DEL TURISMO EXTRANJERO

¿Cómo llegaron los turistas extranjeros a Colombia?

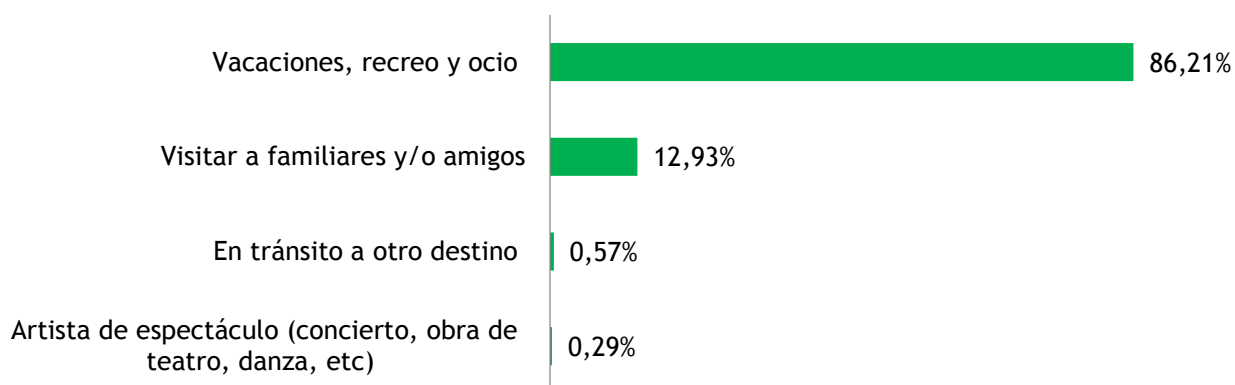
Transporte	2018
Transporte aéreo	70%
Vehículo propio	12,5%
Transporte terrestre público	10,0%
Transporte terrestre de excursiones	5,0%
Alquiler de vehículo	2,5%

El 70% de los turistas encuestados extranjeros llegaron a Colombia por transporte aéreo, teniendo como primer destino a Bogotá, y un 23,5% llegó al Aeropuerto Internacional el Edén.



3. ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS TURISTAS EN EL QUINDÍO

3.1 MOTIVOS PARA VISITAR EL QUINDÍO



El principal motivo para visitar al Quindío según los turistas encuestados fue las vacaciones, recreo y ocio con 86,21%.

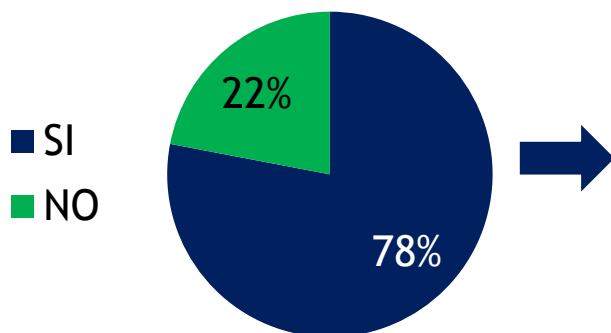
3.2 MUNICIPIOS VISITADOS

Municipio	2017	2018
Salento	20,90%	23,3%
Armenia	20,10%	20,9%
Filandia	10%	16,1%
Montenegro	19,20%	15,2%
Quimbaya	11,90%	10,7%
Calarcá	5,80%	4,9%
Circasia	5,10%	3,8%
Buenavista	1,60%	1,4%
La Tebaida	3,00%	1,4%
Pijao	1,50%	1,3%
Córdoba	0,70%	0,5%
Génova	0,20%	0,5%

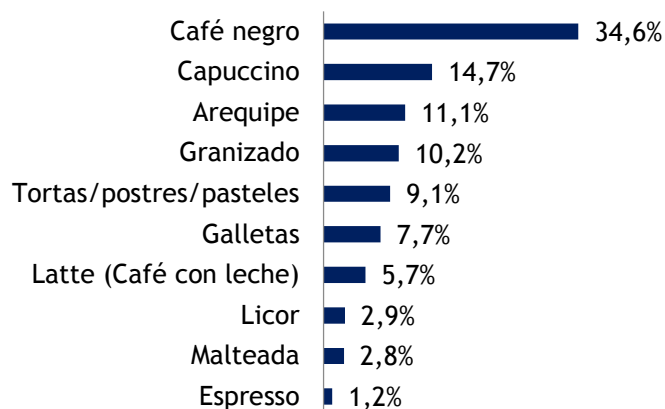
El municipio de Salento se consolida como el más visitado por los turistas durante Semana Santa y se evidenció un crecimiento en el porcentaje para el 2018. Así mismo, se destaca el aumento en Filandia que paso de 10% a 16,1%.

3.3 CONSUMO DE LOS TURISTAS DURANTE LA ESTADÍA

¿Ha consumido algún producto a base de café durante su estadía en el departamento?



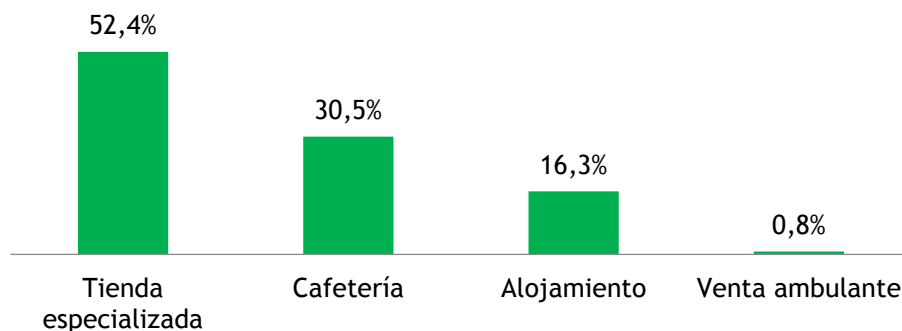
¿Qué tipo de productos ha consumido?



El 78% de turistas encuestados que visitaron el departamento consumieron productos a base del grano, el café negro fue el más consumido con 34,6% de representación, seguido por el capuccino con 14,7%.

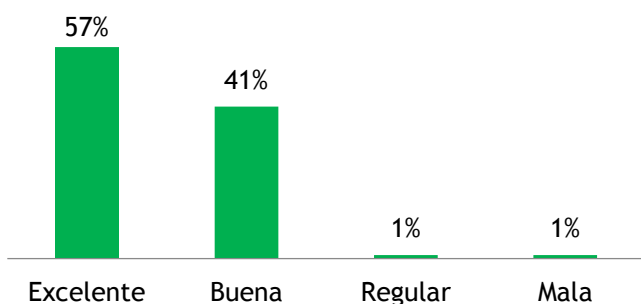
El 22% restante de turistas que no consumieron productos a base de café manifestaron fue porque no le gusta en 75%, porque le sienta mal en 12%, restricción médica 9% y por alteración del sistema nervioso en 4%.

Lugares donde los turistas consumieron café



El lugar preferido para consumir productos a base de café son las tiendas especializadas y así lo confirma el 52,4% de turistas encuestados quienes indicaron que fue allí donde consumieron café y sus derivados.

Percepción de la calidad de la tasa de café

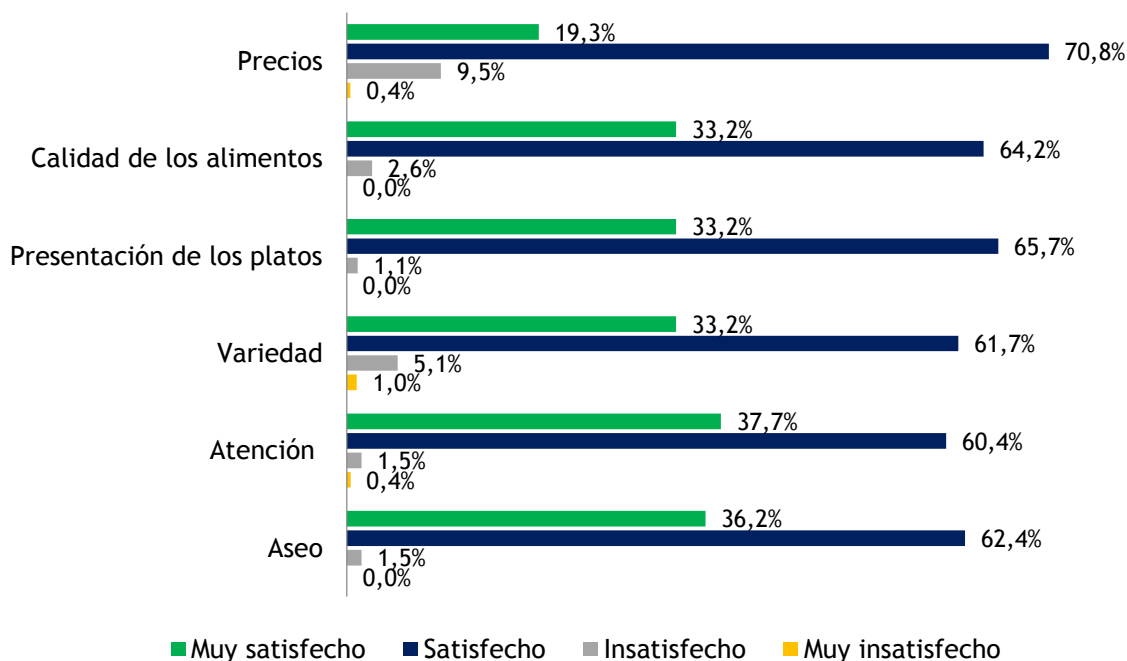


De los turistas que consumieron café y sus derivados, un 98% considera que la calidad es excelente y buena.

¿Ha consumido alimentos preparados en establecimientos comerciales dentro del departamento durante su estadía?

SI	78%
NO	22%

¿Califique el grado de satisfacción de los siguientes aspectos relacionados al consumo de alimentos?

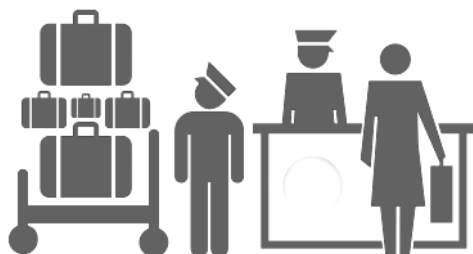


El 78% de turistas encuestados consumió alimentos preparados en establecimientos comerciales del departamento, estos calificaron su experiencia como satisfechos y muy satisfechos en todos los componentes mencionados anteriormente.

¿Compró o piensa comprar artesanías en el departamento?

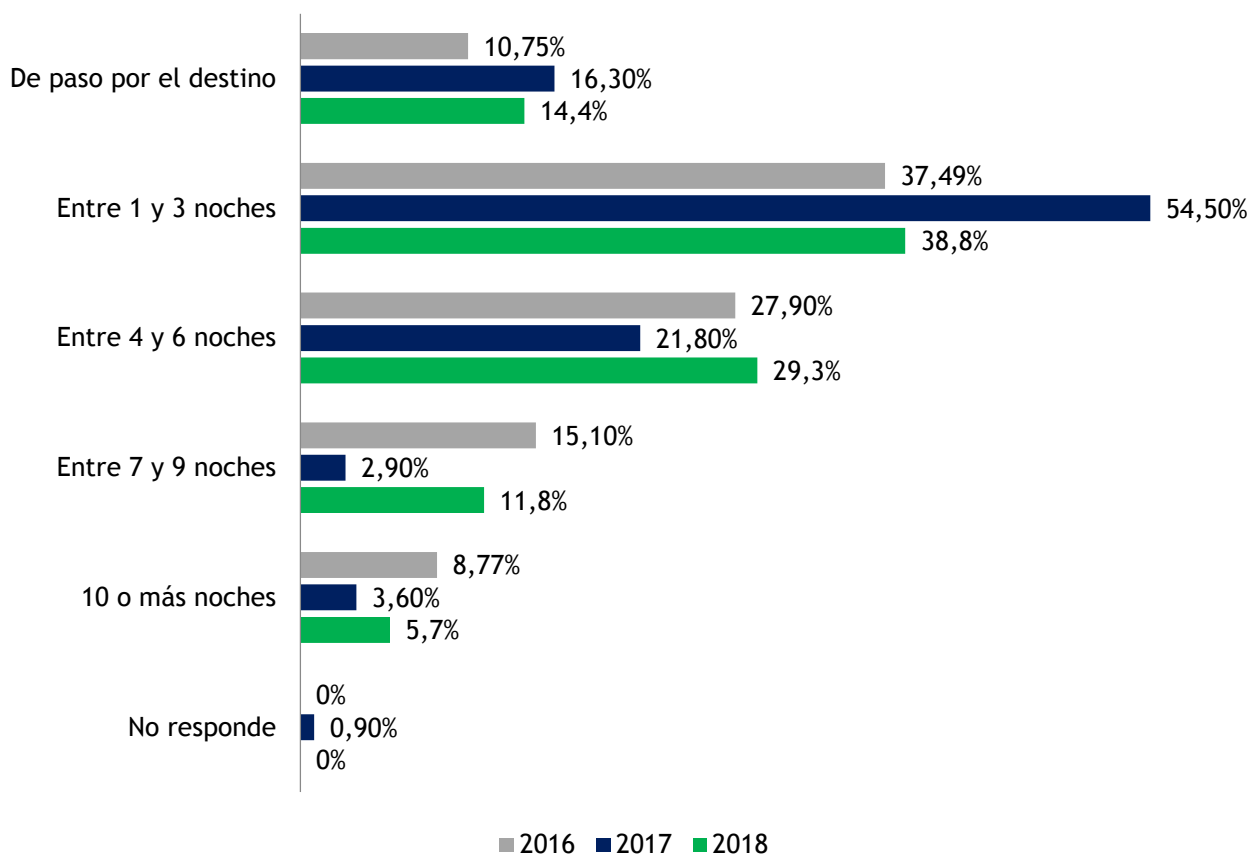
SI	65%
NO	35%

Haciendo referencia a las artesanías o artículos representativos de la región, un 65% manifestó que compro o pensaba comprarlos durante su estadía en el Quindío.



4. ESTADÍA Y HOSPEDAJE DE LOS TURISTAS

4.1 TIEMPO DE ESTADÍA EN EL DEPARTAMENTO (NOCHES)



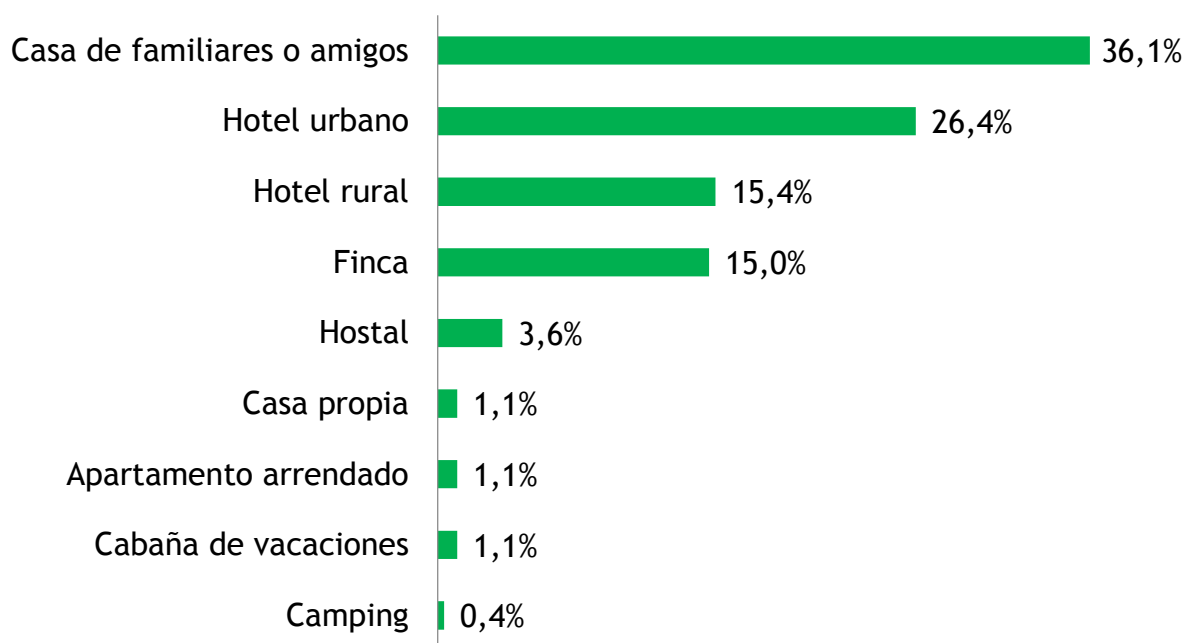
El número de noches de los turistas encuestados fue mayor en el 2018, principalmente porque de 4 a 6 noches incremento de 21,8% a 29,3% y de 7 a 9 noches pasó de 2,9% a 11,8%.

4.2 MUNICIPIO DONDE SE HOSPEDARON LOS TURISTAS

Municipio	2016	2017	2018
Armenia	39,60%	35,8%	37,7%
Salento	7,60%	10,6%	21,3%
Quimbaya	7,80%	8,5%	15,6%
Montenegro	19,40%	26,3%	11,4%
Filandia	4,10%	2,0%	8,7%
Calarcá	6%	7,7%	3,0%
Buenavista	4%	0,4%	0,6%
Circasia	2,60%	3,4%	0,6%
La Tebaida	3,80%	4,1%	0,6%
Génova	0,30%	0,3%	0,3%
Pijao	2%	0,3%	0,3%
Córdoba	0,50%	0,1%	0,0%
No responde	2,30%	0,5%	0,0%

Armenia continúa siendo el municipio preferido por los turistas para hospedarse, sin embargo Salento y Quimbaya han presentado crecimiento en los últimos años.

4.3 TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO POR LOS TURISTAS

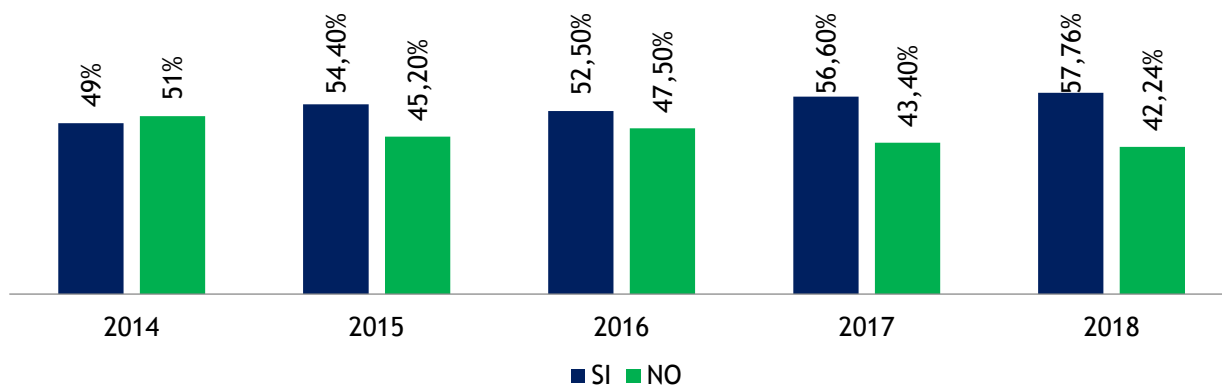


Los turistas que se hospedaron en el departamento lo hicieron en un 36,1% en casa de familiares o amigos, y un 26,4% prefirió el hotel urbano, seguido por los rurales con 15,4%.



5. SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS CON EL QUINDÍO

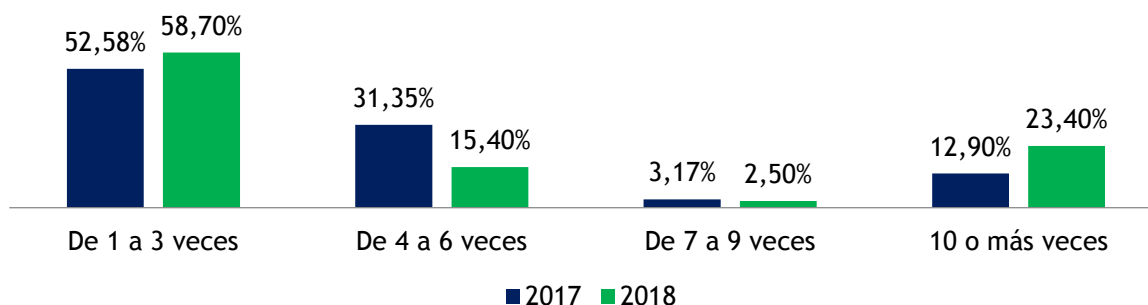
5.1 VISITAS AL DEPARTAMENTO



En la temporada de Semana Santa de los 5 años tomados en cuenta en la anterior grafica se evidencia un porcentaje positivo de retorno de los turistas que oscila por el 50% demostrando su satisfacción con el Quindío y sus atractivos turísticos. Además también deja ver el porcentaje de apoyo de los nuevos visitantes.

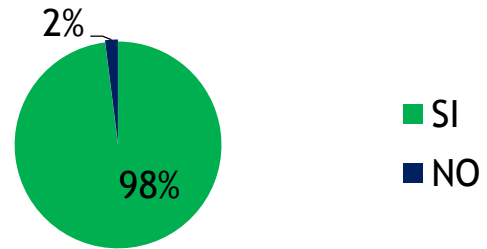
El 58% de turistas que afirmaron haber visitado antes el municipio, indicaron que aproximadamente de 1 a 3 veces anteriormente y un 23,40%, 10 o más veces.

5.2 CANTIDAD DE VECES QUE HAN VISITADO EL QUINDÍO ANTERIORMENTE



5.3 DISPOSICIÓN DE RETORNO DE LOS TURISTAS

La satisfacción de los turistas con el destino se expresa en la disposición de regresar a él, en este sentido, el 98% señaló que visitaría nuevamente el Quindío.

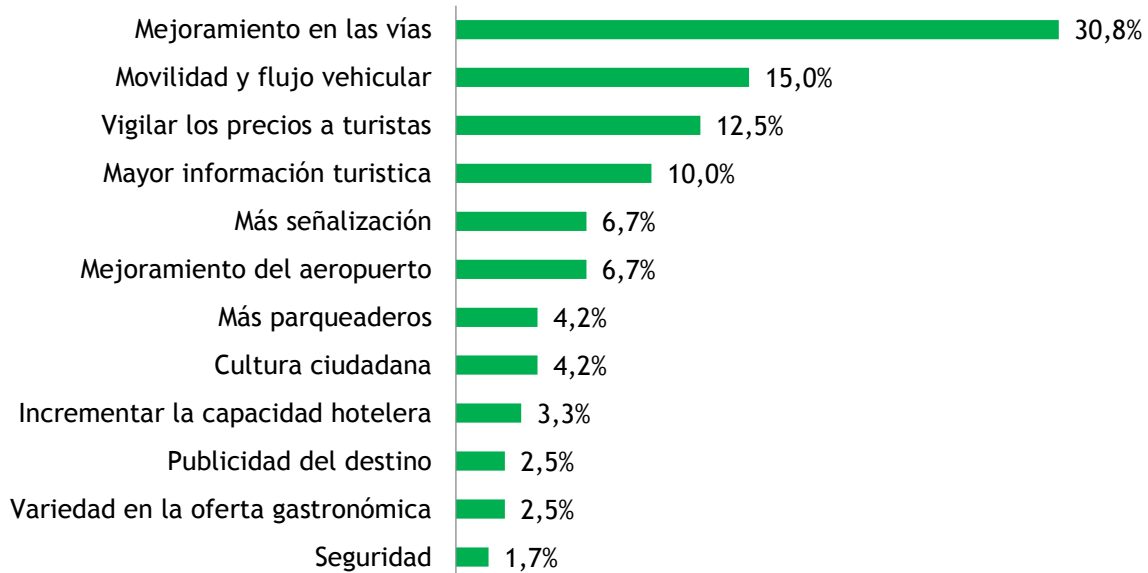


5.4 ¿LOS TURISTAS PRESENTARON ALGÚN INCONVENIENTE DURANTE LA ESTADÍA EN EL QUINDÍO?

Demoras en la terminal y vías colapsadas fueron los inconvenientes presentados por los turistas.

SI	5%
NO	95%

Aspectos a mejorar del Quindío como destino turístico



La sugerencia principal dada por los turistas encuestados fue la de mejorar el estado de las vías con 30,8%, seguida por la movilidad y el flujo vehicular con 15%.



6. FLUJO VEHICULAR EN EL QUINDÍO

Para la temporada de Semana Santa de 2018 se continuó con el trabajo de contabilizar el número de vehículos que ingresan a los diferentes municipios del departamento, a continuación los resultados registrados durante los días festivos.

6.1 INGRESO DE VEHÍCULOS AL MUNICIPIO DE FILANDIA 2016 - 2017 - 2018

Tipo de vehículo	FILANDIA SEMANA SANTA 2016 - 2017 - 2018														
	Jueves			Viernes			Sábado			Domingo			Total		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Particular	2127	2760	2033	3676	3456	3858	1968	2551	2060	1126	1777	2326	8897	10544	10277
Motocicletas	603	1124	876	1563	837	1201	575	1327	873	575	828	1106	3316	4116	4056
Buses/busetas	139	83	40	79	112	70	74	67	58	42	73	54	334	335	222
Taxis	40	20	12	36	21	17	10	10	6	6	12	8	92	63	43
Willys	57	199	58	57	74	70	81	94	82	57	44	80	252	411	290
Total	2966	4186	3019	511	4500	5216	2708	4049	3079	1806	2734	3574	12891	15469	14888

En Filandia se presentó una disminución de 3,7% en el número de vehículos que ingresaron respecto a 2017 pues se pasó de 15.469 a 14.888

El día que menos vehículos se registraron fue el jueves con 3.019. Por su parte el viernes fue el día cuando mayor cantidad de vehículos ingresaron, un total de 5.216.

6.2 INGRESO DE VEHÍCULOS AL MUNICIPIO DE SALENTO 2016 - 2017 - 2018

Tipo de vehículo	SALENTO SEMANA SANTA 2016 - 2017 - 2018														
	Jueves			Viernes			Sábado			Domingo			Total		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Particular	3645	3441	3958	4490	3640	4444	2845	2490	3522	915	1040	1587	11895	10611	13511
Motocicletas	1599	1530	655	2810	1790	1042	432	739	805	330	760	680	5171	4819	3182
Buses/busetas	358	84	154	108	119	109	224	51	37	11	21	32	701	275	332
Taxis	72	25	36	55	31	24	48	14	23	9	17	13	184	87	96
Willys	20	18	8	28	4	13	36	17	8	7	9	15	91	48	44
Total	5694	5098	4811	7491	5584	5632	3585	3311	4395	1272	1847	2327	18042	15840	17165

En el municipio de Salento ingresaron durante los cuatro días en consideración (jueves, viernes, sábado y domingo de 2018) 17.165 vehículos, principalmente particulares (13.511) y motocicletas (3.182)

En el 2018 respecto al 2017 cuando entraron 15.840, se incrementó en un 8,36% el flujo de vehículos dirigidos al municipio. Así mismo se muestra que en 2018 el día con más vehículos fue el viernes con 5.632, diferente al domingo donde entraron únicamente 2.327.

6.3 INGRESO DE VEHÍCULOS AL VALLE DE COCORA 2016 - 2017 - 2018

Tipo de vehículo	VALLE DE COCORA SEMANA SANTA 2016 - 2017 - 2018											
	Jueves			Viernes			Sábado			Total		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Particular	1720	1190	1397	2032	1872	1473	1140	2080	825	4892	5142	3695
Motocicletas	656	500	198	889	515	61	565	900	278	2110	1915	537
Buses/busetas	44	25	29	131	23	31	20	33	11	195	81	71
Taxis	22	6	10	33	6	15	12	5	0	67	17	25
Willys	13	100	92	106	110	85	1	120	73	120	330	250
Total	2455	1821	1726	3191	2526	1665	1738	3138	1187	7384	7485	4578

Los datos recolectados en la entrada al Valle de Cócora dejan ver que el día que más vehículos ingresaron fue el jueves (1.726), seguido por el viernes con (1.665) vehículos. El carro particular sigue siendo el principal medio de transporte para visitar uno de los destinos favoritos de los turistas y locales.

6.4 INGRESO DE VEHÍCULOS AL MUNICIPIO DE BUENAVISTA 2016 - 2017 - 2018

Tipo de vehículo	BUENAVISTA SEMANA SANTA 2016 - 2017 - 2018											
	Jueves			Viernes			Sábado			Total		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Particular	168	304	252	317	349	335	161	300	238	485	653	825
Motocicletas	52	133	81	149	62	123	65	50	152	201	195	356
Buses/busetas	2	9	10	6	15	12	1	16	11	8	24	33
Taxis	1	1	1	3	3	6	1	0	0	4	4	7
Willys	4	1	109	3	7	7	1	4	8	7	8	124
Total	227	448	453	478	436	483	229	370	409	705	884	1345

Así como Filandia y Salento, Buenavista se ha convertido en un destino obligado por los turistas que visitan el Quindío y en el 2018 se demuestra que respecto a 2017 el flujo de vehículos aumento en un 52,1%. Cabe destacar que el número de motocicletas aumento en gran medida puesto que en 2017 ingresaron 195, y en 2018 fueron 356.

6.5 INGRESO DE VEHÍCULOS AL MUNICIPIO DE CÓRDOBA 2017 - 2018

Tipo de vehículo	CÓRDOBA SEMANA SANTA 2017 - 2018									
	Jueves		Viernes		Sábado		Domingo		Total	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Particular	106	161	135	219	110	87	83	97	434	564
Motocicletas	52	45	37	43	48	18	84	36	201	142
Buses/busetas	19	5	18	5	19	5	19	5	75	20
Taxis	1	3	1	2	3	0	3	1	8	6
Willys	30	104	28	6	44	3	37	7	139	120
Total	208	318	219	275	224	113	226	146	857	852

En 2017 ingresaron a Córdoba 857 vehículos, para 2018 se contabilizaron 852, representados en 564 particulares y 142 motocicletas, el restante en buses o busetas, taxis, y willys.

6.6 INGRESO DE VEHÍCULOS AL MUNICIPIO DE PIJAO 2018

Tipo de vehículo	PIJAO SEMANA SANTA 2018				
	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total
Particular	308	479	292	198	1277
Motocicletas	140	152	185	127	604
Buses/busetas	38	26	40	27	131
Taxis	3	7	3	1	14
Willys	115	15	7	12	149
Bicicletas	28	17	18	35	98
Total	604	679	527	365	2175

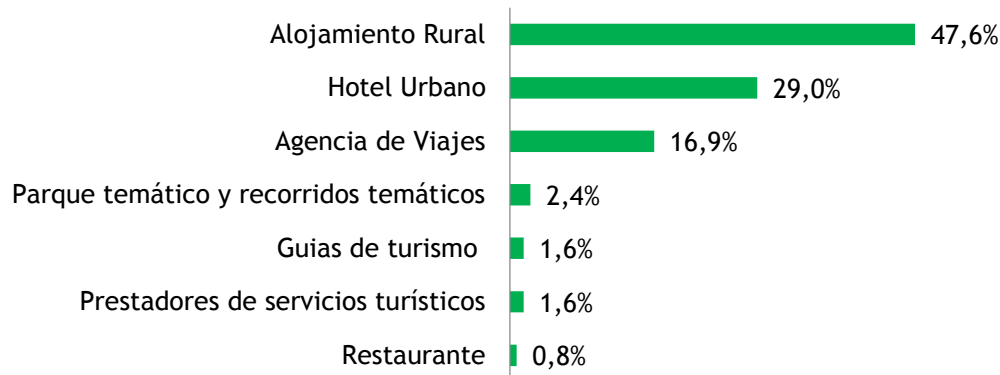
En el 2018 se incluyó en el conteo de vehículos al municipio de Pijao al que ingresaron 2.175, de los cuales 1.277 fueron vehículos particulares y 604 motocicletas. El día en que más flujo vehicular se dirigió al municipio fue el Viernes con 679 vehículos en total.



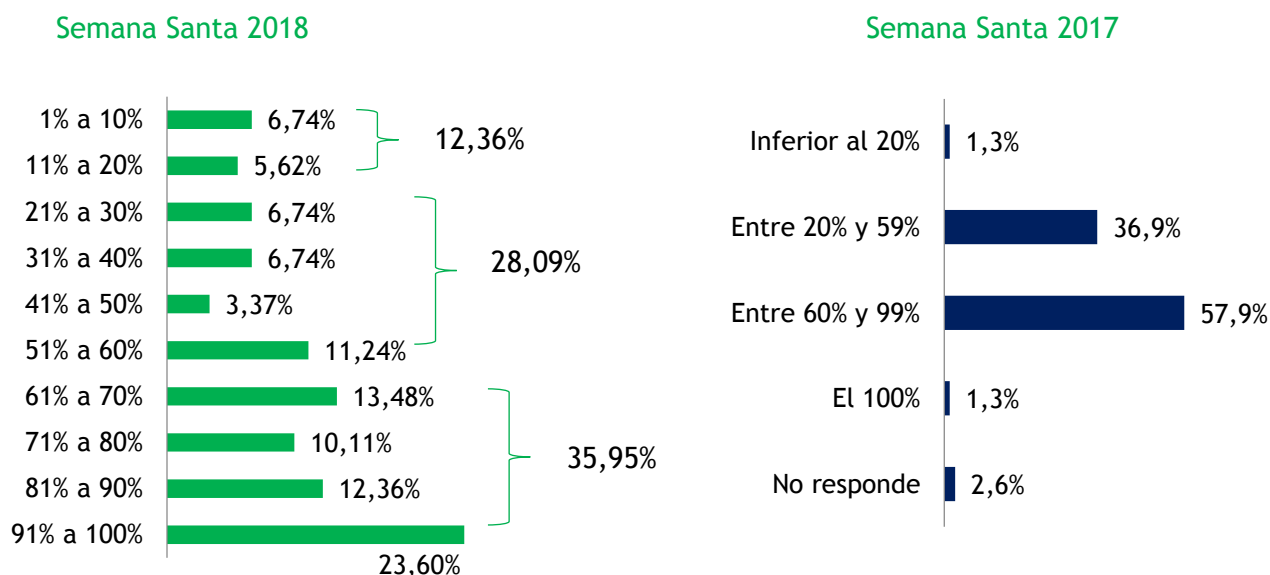
7. COMPORTAMIENTO DE VENTAS DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

En un ejercicio realizado con 130 operadores de servicios turísticos, se analizó el comportamiento de las ventas de la temporada de semana santa del 2018.

7.1 TIPO DE ESTABLECIMIENTOS ENCUESTADOS

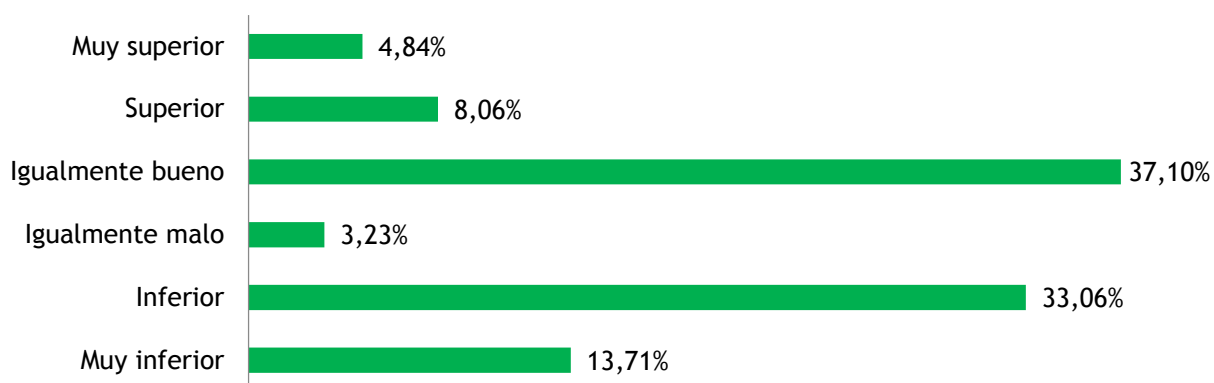


7.2 OCUPACIÓN DE LOS (ALOJAMIENTOS) PARA LA TEMPORADA



Según la gráfica anterior para el 23,60% de alojamientos encuestados, la ocupación de sus establecimientos en la temporada Semana Santa 2018 estuvo entre el 91 y 100 por ciento. Seguido por un 13,48% de encuestados que manifestaron presentar una ocupación entre el 61 y 70 por ciento.

7.3 COMPORTAMIENTO DE VENTAS DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS EN LA TEMPORADA DE SEMANA SANTA 2018 RESPECTO A LA MISMA TEMPORADA EN 2017



Un 37,10% de los prestadores de servicios turísticos encuestados manifestaron que el comportamiento de sus ventas estuvo igualmente bueno, mientras que para un 33,06% de estos, sus ventas en Semana Santa de 2018 respecto al mismo periodo en 2017 fueron inferiores.

7.4 ¿SU SERVICIO O ESTABLECIMIENTO SE VIO AFECTADO POR ALGUNA DIFICULTAD DURANTE LA TEMPORADA DE SEMANA SANTA? ¿CUÁL?



El efecto climático y la informalidad son las principales afectaciones que indicaron los prestadores de servicios turísticos encuestados con 26,4% de representatividad, además de dichos factores, problemas con las vías, la situación económica o deficiencias con los servicios públicos también son listados.

7.5 ¿CÓMO CONSIDERA USTED QUE SE PUEDE MEJORAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL QUINDÍO PARA LOGRAR POSICIONARLO MEJOR?





8. CONCLUSIONES

- Según los turistas encuestados, el porcentaje de extranjeros que visitaron el departamento del Quindío pasó de 7,2% en 2017 a 10,3% en 2018.
- Respecto a los turistas nacionales, los visitantes del Valle del Cauca se ubicaron por encima de Cundinamarca con 26,4% de representación. Por su parte, fueron los de Cundinamarca los que más se hospedaron en el Quindío.
- A diferencia de 2017 donde la referencia de amigos y familiares fue el principal medio por el cual los turistas se enteraron del departamento como destino para Semana Santa, en 2018 el 41,6% manifestó que conocía el Quindío desde antes.
- En su gran mayoría, los turistas encuestados que visitaron el departamento tanto en 2017 como en 2018 lo hicieron por cuenta propia y en compañía de sus familias.
- Salento y Armenia fueron los municipios más visitados durante la semana por los turistas encuestados, además para 2018 se evidencia un crecimiento en Filandia.
- Un 78% de los turistas manifestó haber consumido productos a base de café y demás alimentos preparados en establecimientos comerciales durante su estadía.
- El número de noches de los turistas encuestados fue mayor en el 2018, principalmente porque de 4 a 6 noches incrementó de 21,8% a 29,3% y de 7 a 9 noches pasó de 2,9% a 11,8%.
- Demoras en la terminal y las vías congestionadas fueron los inconvenientes reportados por el 5% de turistas encuestados.
- Según el conteo de vehículos realizado por la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, Salento presentó un incremento del 8,36% en el flujo vehicular respecto a la temporada del año anterior siendo el municipio más visitado. De igual forma, Buenavista y Córdoba registraron un mayor número de vehículos respecto al año 2017.

- El 37,10% de los prestadores de servicios turísticos encuestados manifestaron que el comportamiento de sus ventas en Semana Santa de 2018 fue igualmente bueno a Semana Santa de 2017.
- Las principales dificultades de los prestadores de servicios turísticos encuestados fueron los factores climáticos y la informalidad en el sector con 26,4% de representación cada uno.
- Por lo anterior, atacar la informalidad y generar estrategias de promoción y publicidad del destino se ubican como sugerencias al sector turístico.
- Afectación por daños y cortes de energía en algunas veredas del departamento.
- El servicio de gas domiciliario falló en el municipio de Filandia los días jueves y sábado santo, afectando a los restaurantes y otros prestadores de servicios turísticos.
- La comunicación con el servicio de emergencias es nulo, y las entidades encargadas no prestan el servicio adecuado.
- Las empresas de camperos de Filandia y Salento generaron un convenio durante Semana Santa para movilizar pasajeros entre ambos municipios.



9. PROPUESTAS Y RECOMENDACIONES

- Atacar la informalidad se ha convertido en uno de los principales retos de las administraciones públicas y privadas interesadas en dinamizar y generar impacto del sector turístico en el departamento del Quindío. Por lo tanto, se hace necesario continuar con la labor de promocionar y generar nuevas estrategias de publicidad para dar a conocer el destino en el contexto nacional e internacional.
- Son indispensables los planes de contingencia para atender los casos de congestión vehicular en los diferentes municipios del departamento durante las temporadas de gran afluencia.
- Las plataformas digitales son grandes aliadas de los prestadores de servicios turísticos y entidades interesadas en que este sector se dinamice cada vez más, utilizadas para promocionar y generar estrategias que abarquen nuevos mercados.
- Es fundamental que las obras de infraestructura en desarrollo, se realicen en el menor tiempo posible para facilitar la llegada de turistas.
- Se hace indispensable que los municipios con vocación turística principalmente Salento y Filandia cuenten con un estudio de capacidad de carga que permita determinar los limitantes de los pueblos en materia de movilidad.
- En el mes de marzo Filandia, Pijao y Salento recibieron la certificación técnica de destinos turísticos sostenibles, en este sentido, es importante generar campañas orientadas a la sostenibilidad involucrando a la comunidad local, empresarios y turistas para preservar y cuidar de los atractivos con los que cuenta cada municipio.