



Sistema Unificado de Información Turística del Quindío

**ENCUESTA DE TURISMO MITAD DE AÑO 2008**

**Ficha Técnica:**

Muestra Representativa 2.084 Turistas

Locaciones:

Parque Nacional del Café

Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria

Jardín Botánico del Quindío

Mirador de Salento

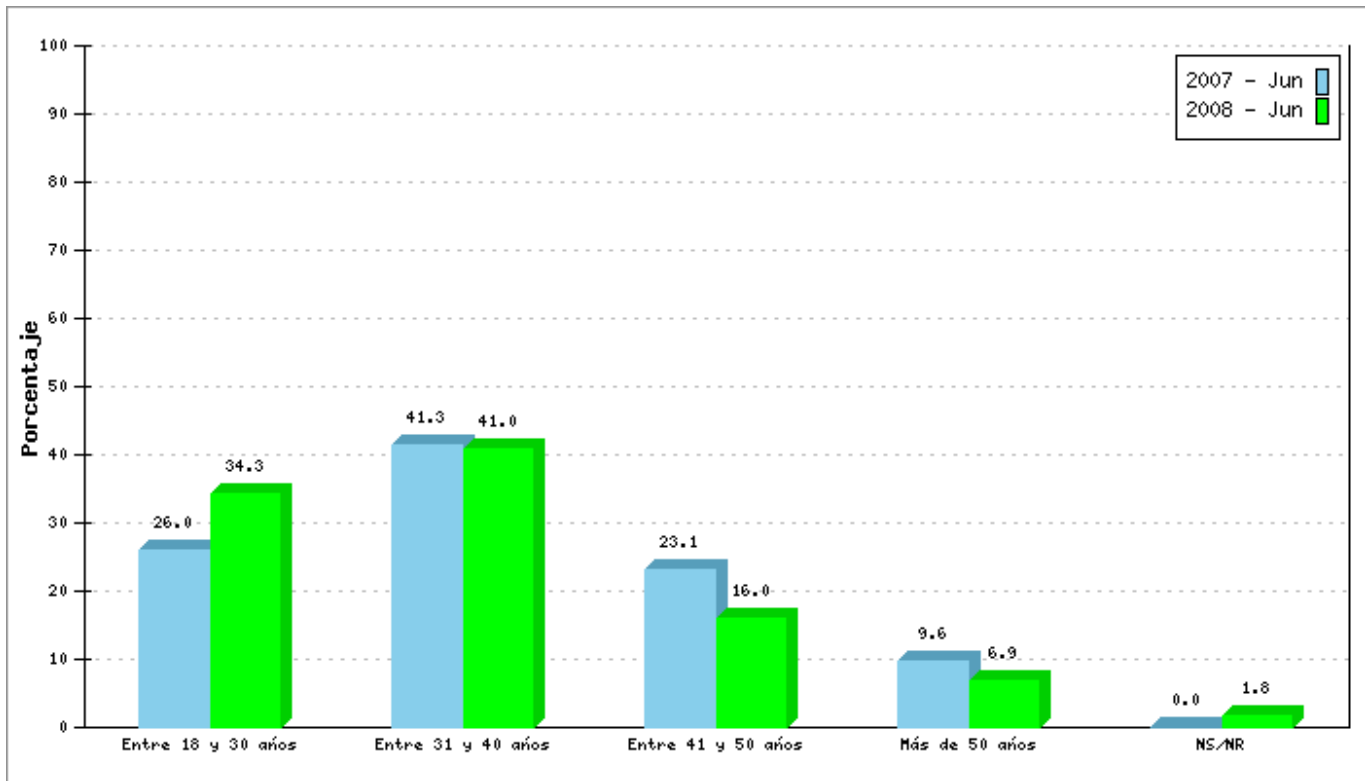
Fecha Del 28 de Junio al 4 de Julio

Técnica Empleada Encuesta personal compuesta por 23 preguntas, diecinueve cerradas y 4 abiertas

Encuestadores 10 estudiantes del programa de Turismo del SENA

---

**Comparación: Rango de Edad - Mitad de Año 2.008**

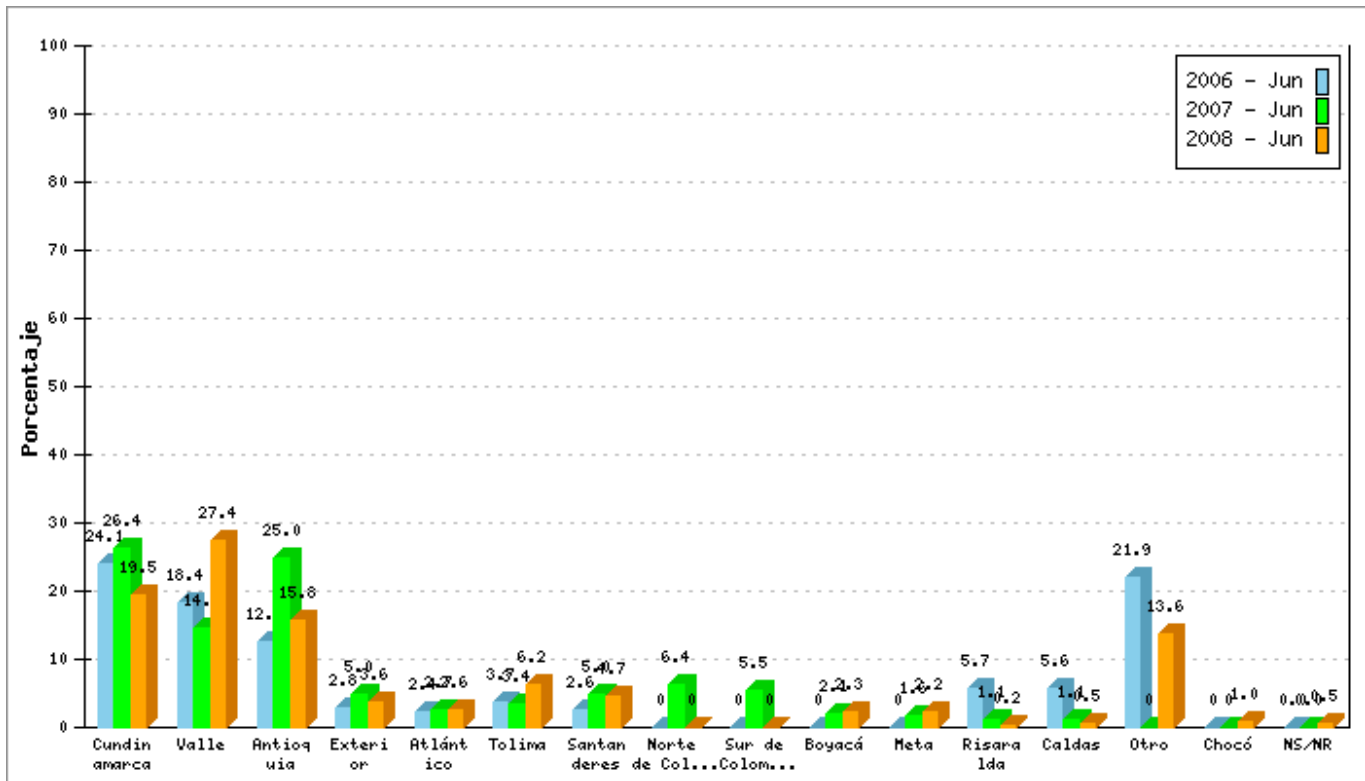


Al observar el comportamiento de la temporada de mitad de año de 2008 se observa que el rango de edad entre 31 y 40, presenta el mayor porcentaje ( 41.0% ) .Lo anterior denota que nuestro departamento continúa siendo un destino preferido por los grupos familiares. En segundo lugar estuvo el rango entre 18 y 30 años ( 34.3% ).

Es importante anotar el incremento de visitantes entre los 18 y 30 años. En la temporada de mitad de año de 2.007 se ubicó en un 26% frente al 34.3% en el 2.008; situación que reflejó un alto interés de estos grupos de personas jóvenes de visitar nuestro destino; contrario con lo que sucedió con los grupos de más de 40 años que registraron una disminución sustancial.

Por lo anterior, los empresarios turísticos deben trabajar en el diseño de paquetes turísticos novedosos y atractivos para gente joven; quienes además cuentan con buena capacidad de compra.

**Comparación: Lugar de Procedencia - Mitad de Año 2008**



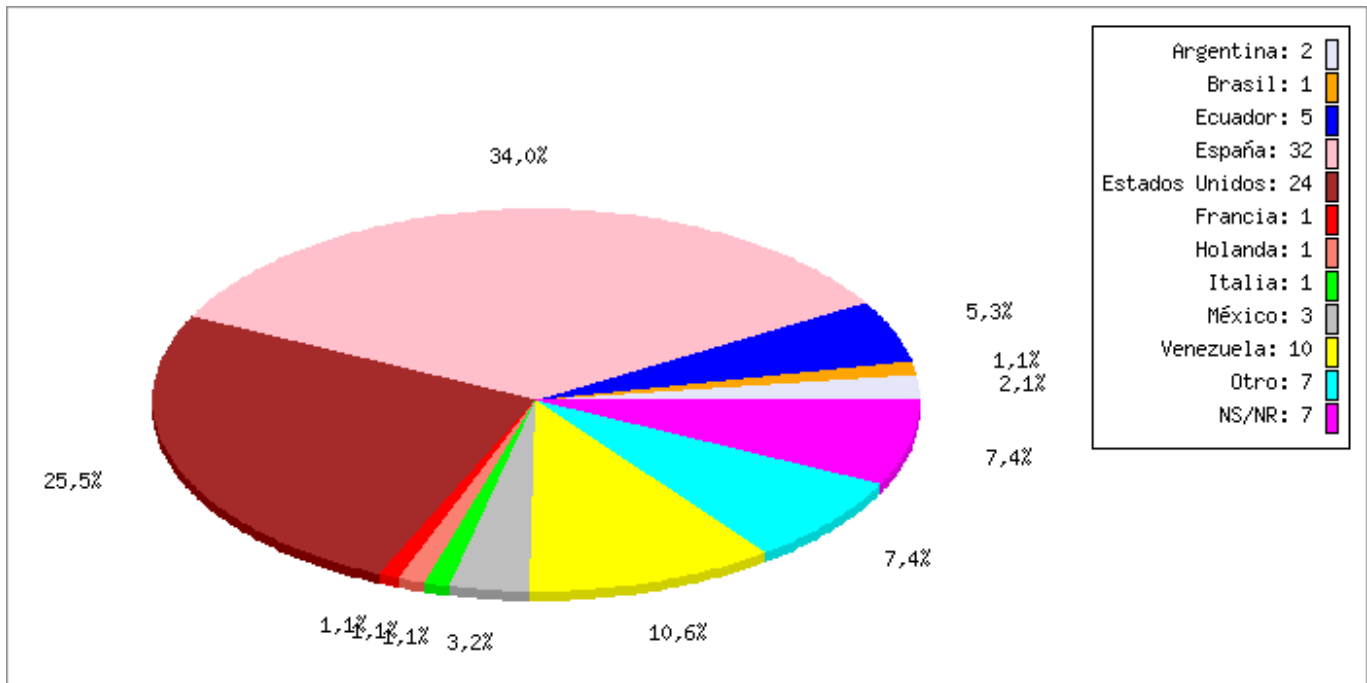
Los resultados muestran que Cundinamarca, Valle y Antioquia continúan siendo los principales departamentos que demandan nuestro destino turístico; pero a diferencia con años anteriores, esta temporada el Valle representó el más alto porcentaje, con un 27.4%, seguido de Cundinamarca con el 19.5% y Antioquia con el 15%.

Uno de los factores que pudo haber incidido en este comportamiento fue el fuerte invierno; siendo el Valle por la cercanía con el destino que favoreció la posibilidad de escoger nuestro departamento como opción vacacional. No obstante, la disminución de turistas provenientes de Cundinamarca y Antioquia debe ser un tema a tratar y a analizar por el sector, debido a que son nuestros nichos de mercados más importantes; y que sin duda al continuar esta tendencia sería de gran preocupación para nuestra actividad turística.

Es importante anotar el aumento de visitantes de los Departamentos de Santander, Tolima, Boyacá y "Otros" destinos.

Consideramos que la Construcción de la Marca permitirá desarrollar estrategias de posicionamiento y fortalecimiento del Quindío como destino turístico.

**País de Procedencia**

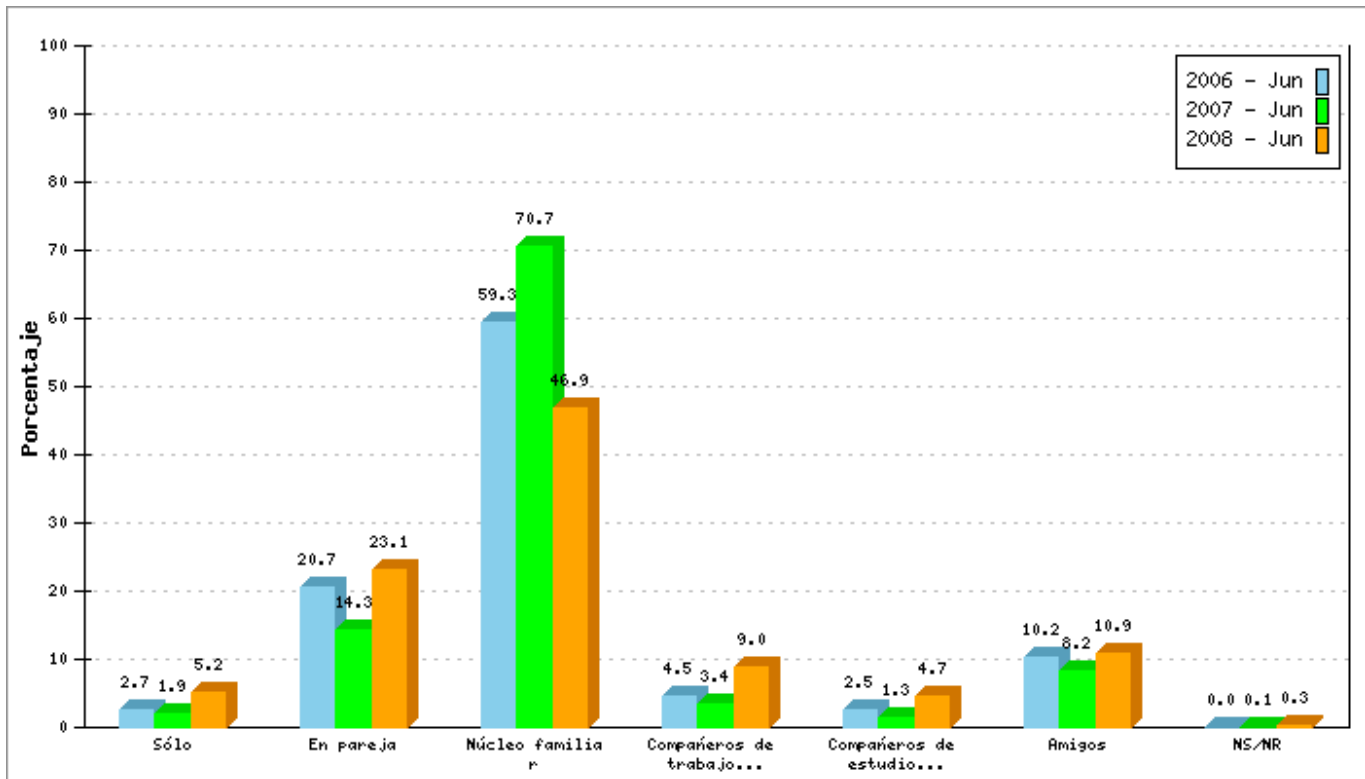


En las últimas encuestas de turismo, la participación de turistas extranjeros en la temporada de mitad de año ha sido la siguiente:

En el 2.006, el 2.8% de los turistas encuestados eran extranjeros; en el 2.007, se incrementó en un 5% y para este año fue de un 3.6%.

Es relevante anotar que el país de origen de mayor participación este año fue España, seguido de Estados Unidos, Venezuela y Ecuador.

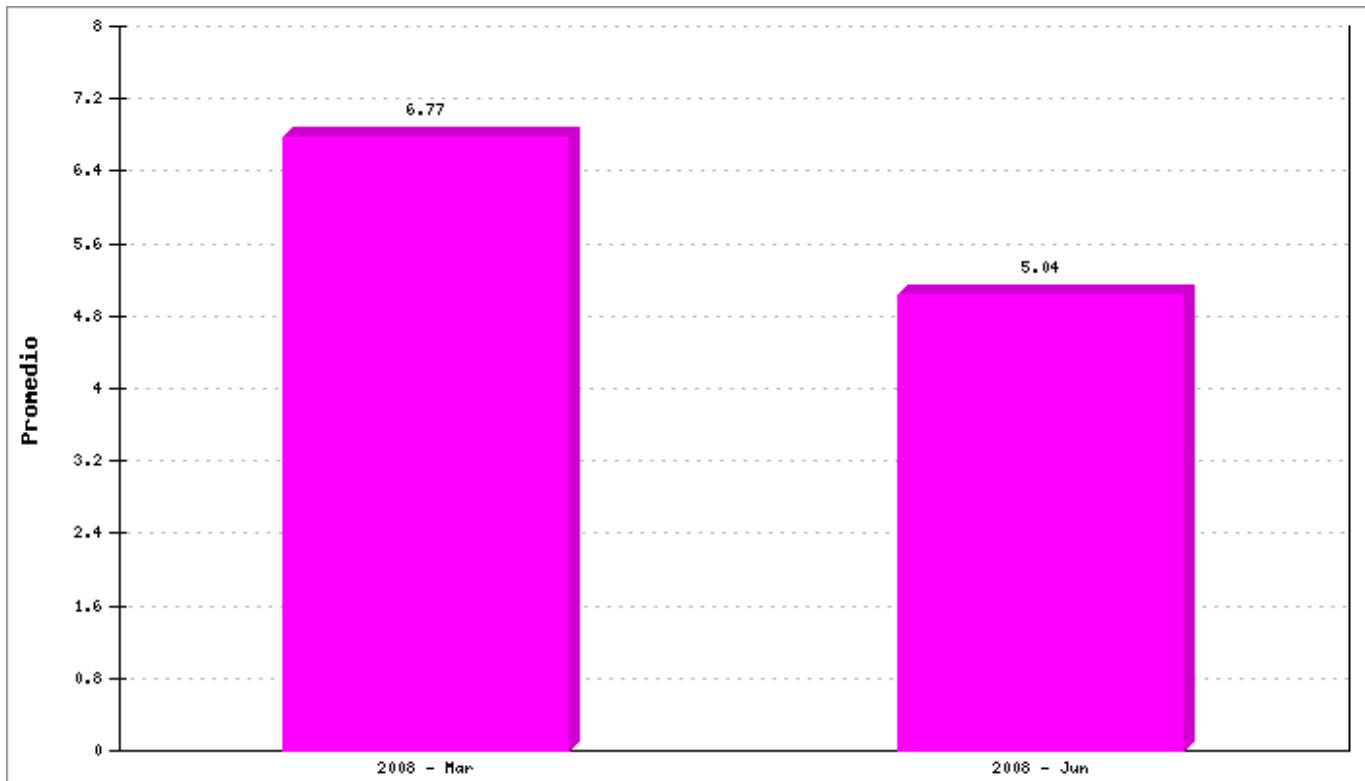
**Comparación: ¿ En compañía de quién viajó al departamento del Quindío ? Mitad de Año 2.008**



Nuevamente se afirma que el mayor porcentaje de turistas que viajan al Departamento del Quindío lo integran los Grupos Familiares (46.9%), seguido por los que viajan en Pareja (23.1 %), amigos (10.9%) y compañeros de trabajo (9.0%).

Podría pensarse que el aumento de los visitantes ubicados en el rango entre 18 y 30 años tiene relación directa con el aumento significativo en grupos de "amigos", "compañeros de trabajo" y "estudio", quienes son los que estarían ubicados en esta categoría de edades.

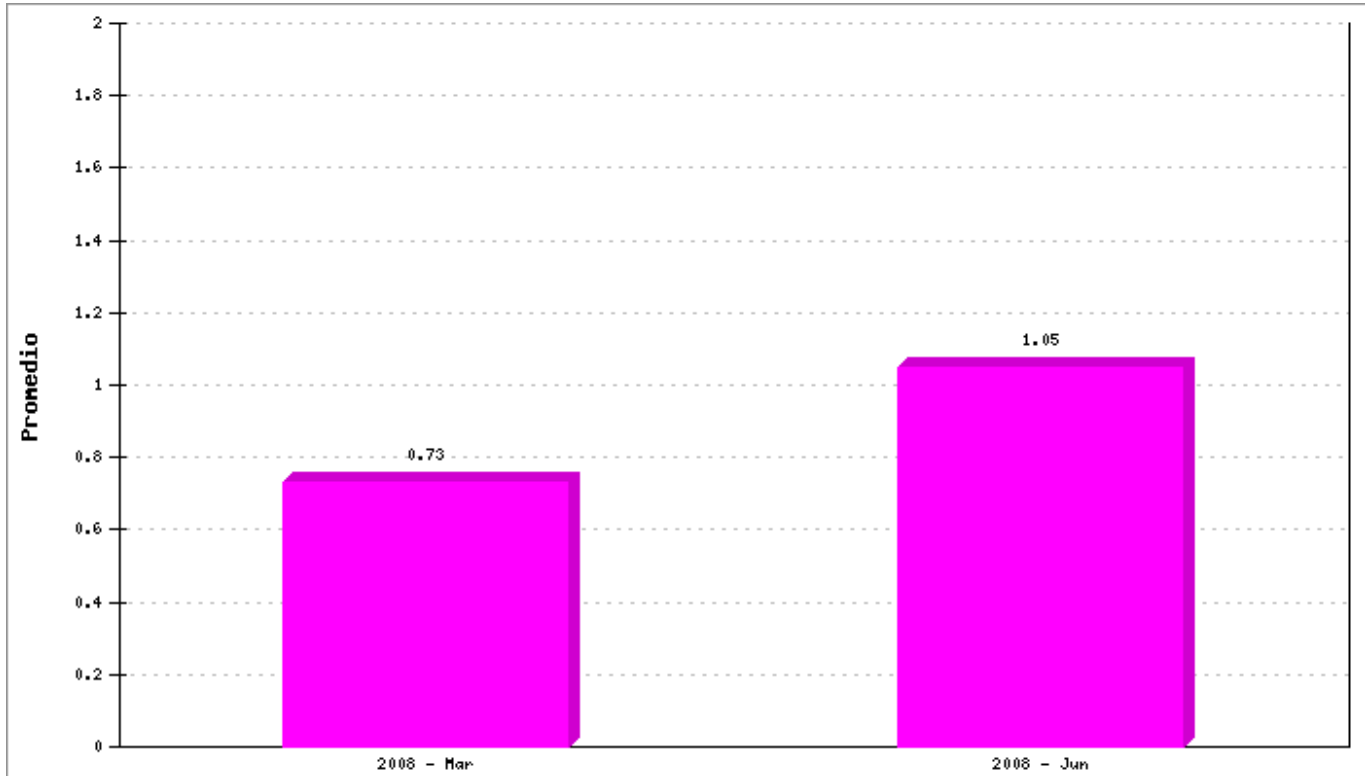
Lo anterior demuestra la necesidad de trabajar en la promoción y difusión de los deportes extremos y de aventura.

**Incluido usted, ¿ Cuántas personas viajaron al Quindío ?**

Esta pregunta tradicionalmente se evaluaba en rangos numéricos. A partir de semana Santa 2.008 se comenzó a preguntar como valor numérico.

Los resultados de mitad de año indican, que en grupos de 5.04 personas en promedio arribaron a nuestro departamento, porcentaje más bajo que la temporada de semana Santa (6.77%); pero que igual demuestra que los visitantes que arribaron al departamento del Quindío, venían en grupos familiares.

**En los dos últimos años. ¿ Cuántas veces ha venido en plan turístico al Quindío, sin incluir estas vacaciones ?**



Esta pregunta en los anteriores observatorios se realizaba en rangos. A partir de Semana Santa 2.008 se incluyó esta pregunta de forma numérica.

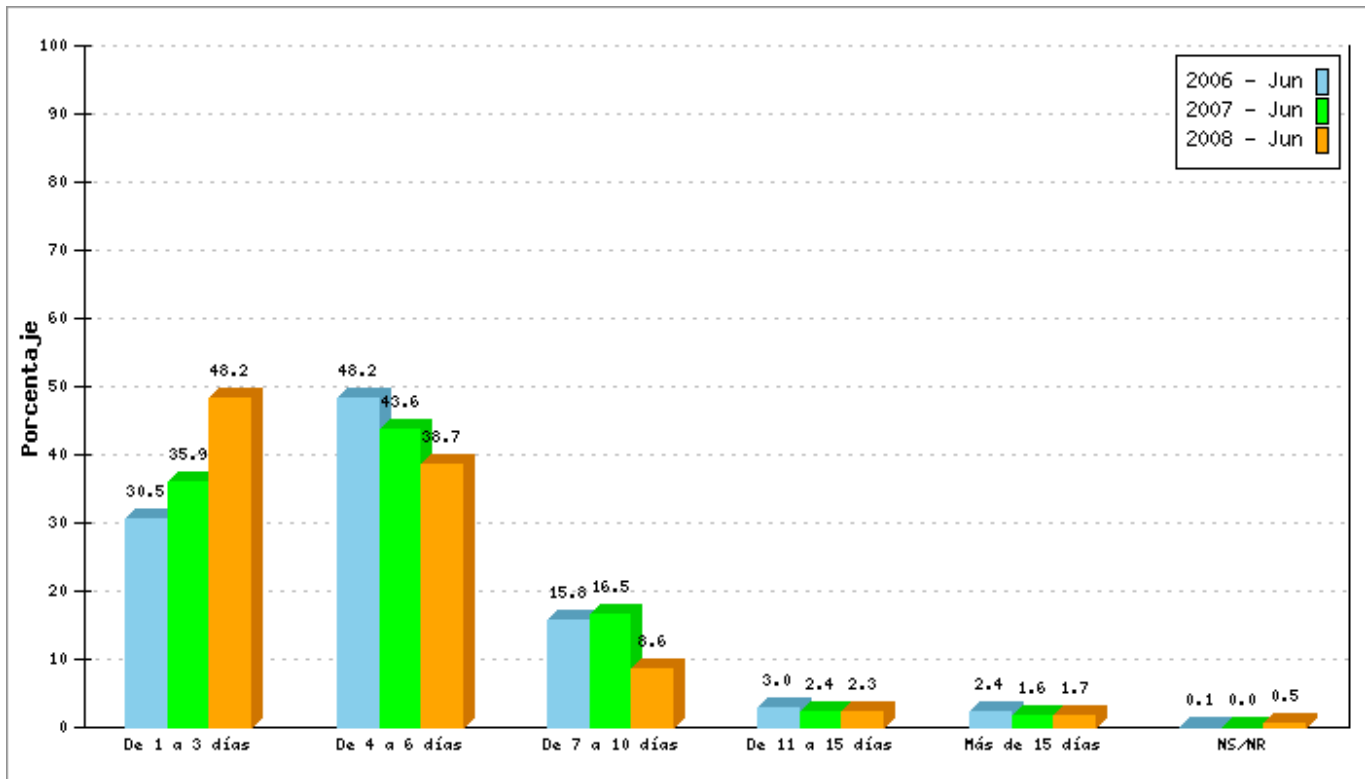
Los resultados en esta temporada presentaron un mejor promedio que la temporada de semana santa 2.008, donde su promedio estuvo en 0.73%; y para mitad de año se situó en 1.05; significando el número de veces en que se visita el departamento.

Cabe anotar que el 41.89 % de los turistas contestaron que era la primera vez que visitaba el destino, para el 32.58 % era su segunda vez en los 2 últimos años; y para el 25.53% restante su tercera vez o más.

Es fundamental continuar trabajando en estrategias que motiven al turista a repetir su visita; ya que de ello depende el posicionamiento del Quindío como destino turístico.



**Comparación: ¿ Cuánto tiempo tiene previsto permanecer en el Departamento ? Mitad de año 2.008**

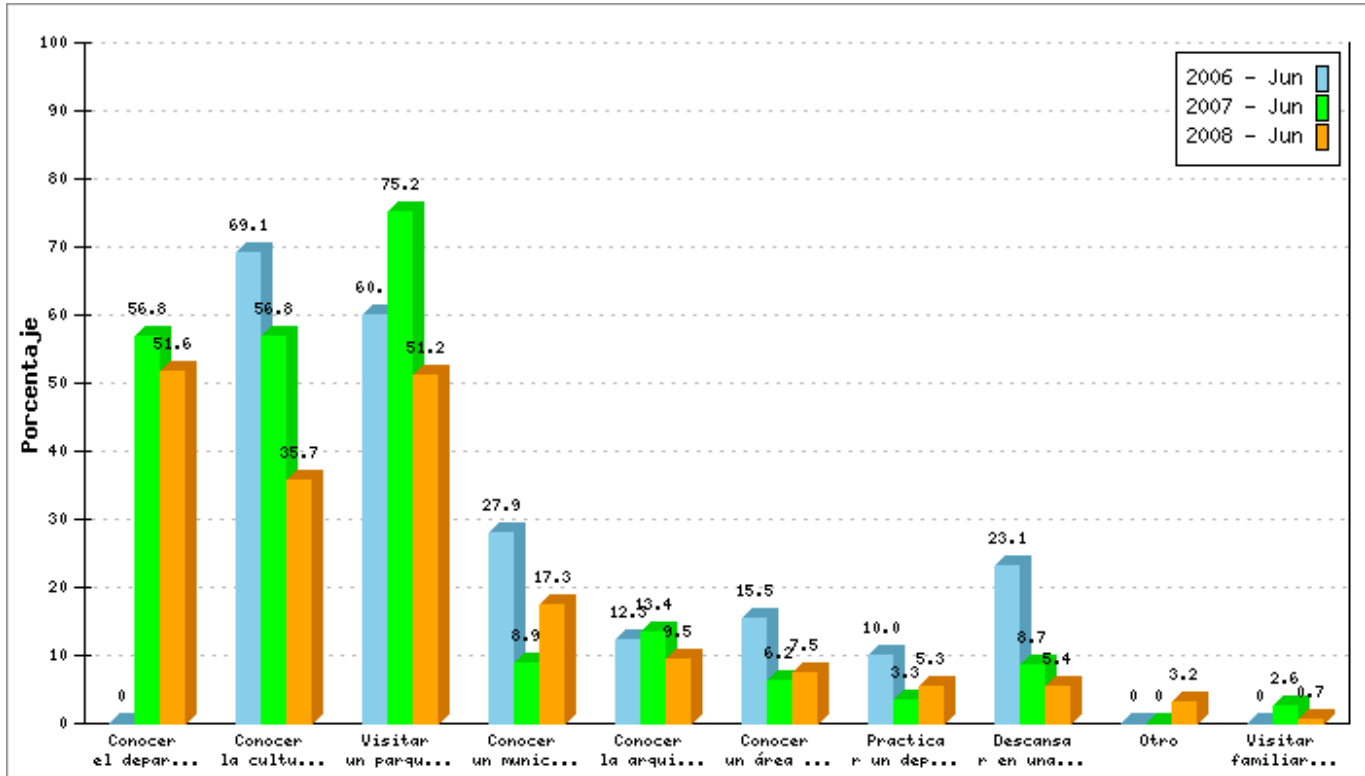


Los últimos observatorios reflejan que la mayoría de los turistas permanecen en el Quindío entre un periodo de días que oscila entre 4 a 6, seguido por aquellos que deciden que su estadía sea entre 1 a 3 días y entre 7 a 10 días.

Es crucial anotar que en esta temporada de mitad de año el comportamiento presentó un cambio muy preocupante; ya que el 48.2% de los visitantes estuvieron entre 1 a 3 días; seguido de 4 a 6 días con el 38.7% y un 6.6 % para un periodo de 7 a 10 días.

Cabe anotar que la disminución del referido como promotor principal del destino, hace que el turista posiblemente esté accediendo a los productos turísticos de una manera que no garantiza la calidad y la información suficiente para conocer la amplia oferta que el Quindío ofrece. De igual manera es esencial el diseñar paquetes turísticos en los que el turista se motive a ampliar su estadía.

**Comparación: ¿ Cuáles son los tres principales motivos por los que escogió el Quindío como destino turístico en ésta oportunidad? Mitad de año 2.008**



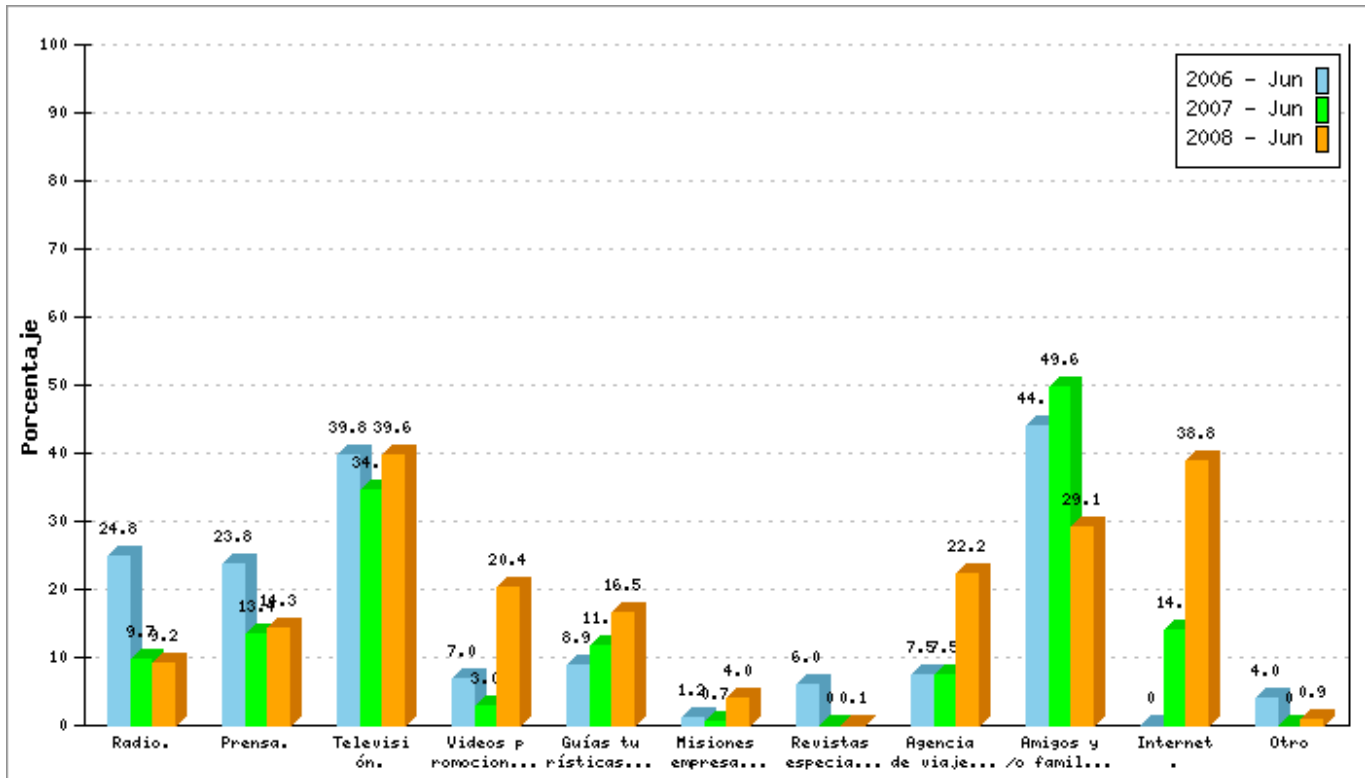
Partiendo de que la pregunta tenía la opción de respuestas múltiples, esta Temporada presentó un comportamiento similar a los años anteriores.

Las 3 principales motivaciones para los visitantes siempre han sido: conocer el departamento, visitar un parque y conocer la cultura cafetera.

En esta temporada de mitad de año, el "conocer el departamento" (51.6) y "visitar un parque temático" (51.2%) fueron los 2 motivos principales por los cuales escogieron los turistas al Quindío como destino; y en tercer lugar correspondió "Conocer la Cultura Cafetera" con el 35.7%.

Cabe anotar que "Conocer un Municipio" presentó un importante aumento, pasando del 8.9% en el 2.007 al 17.3% en el 2.008.

**Comparación: ¿ A través de cuál(es) de los siguientes medios de comunicación se enteró sobre el Quindío como destino turístico ? Mitad de Año 2.008**



A partir del Octavo Observatorio Turístico ( Semana Santa 2.008 ), el "referido" o comunicación entre amigos y familiares, dejó de ser el principal medio por el cual el turista se enteraba del destino Quindío.

En el anterior Observatorio la "Internet" pasó a ser el principal medio; seguido de "familiares y amigos", " Televisión " y "Agencia de Viajes". En este último estudio, la Televisión pasó al primer lugar con el 39.6%, seguido muy cerca de la Internet con el 38.8%, y en tercer lugar el "referido " con el 29.1%.

Es destacable el aumento de la participación de las agencias de viajes, con el 22.2%.

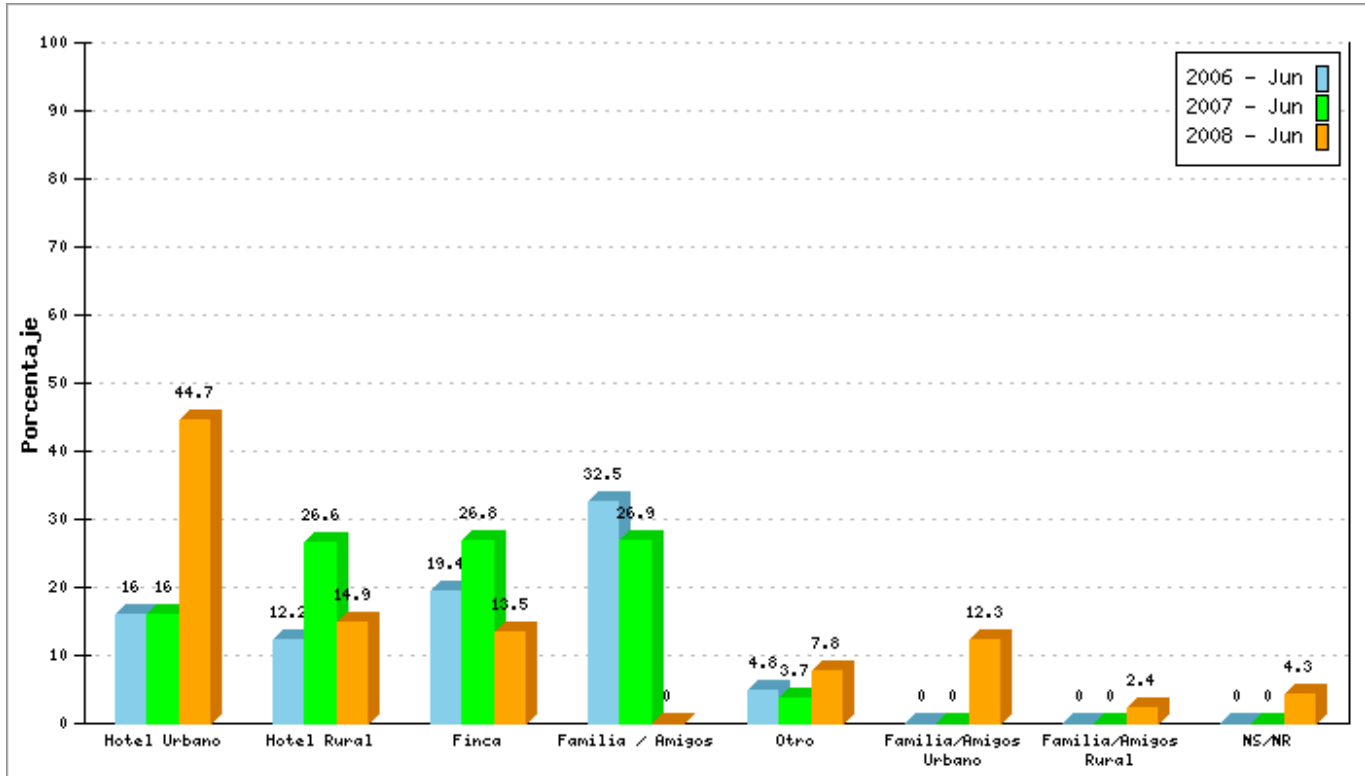
Es importante anotar lo siguiente:

- Para el empresario turístico el aumento del uso de la Internet es un indicador muy importante, puesto que refleja la realidad del mundo actual, motivándolo a estar a la vanguardia de la tecnología, pero también a estar conciente de su gran responsabilidad al diseñar su oferta turística a través de este medio.

El aumento en el uso de las agencias de viaje por los turistas para sus planes vacacionales, lleva a plantear la necesidad de convocar este sector para que de manera conjunta se construyan estrategias y paquetes que garanticen una larga estadía

Vale la pena analizar los motivos de la disminución del referido como primera fuente de información sobre el Quindío como destino turístico.

**Comparación: ¿ En cuál de las siguientes modalidades de alojamiento se encuentra usted hospedado ?  
Mitad de Año 2.008**

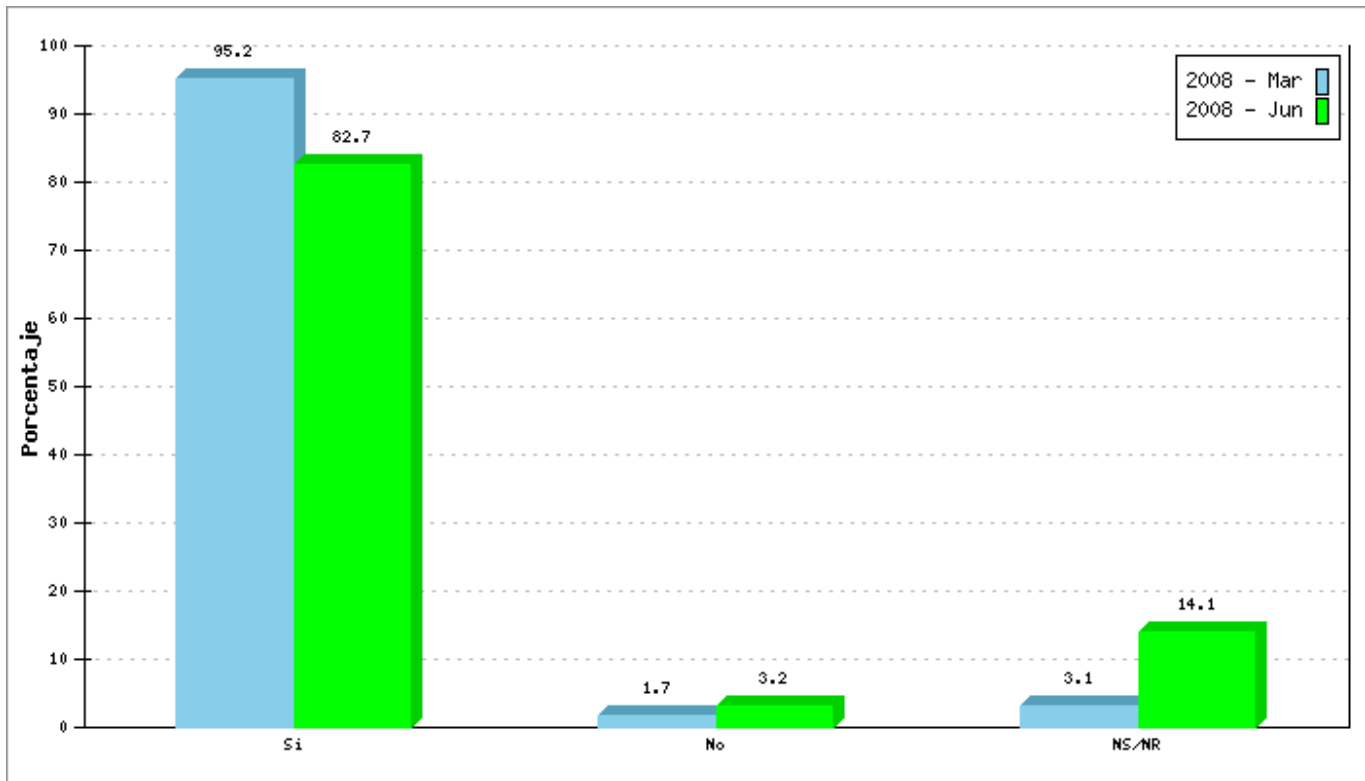


A diferencia de las temporadas pasadas, donde el hotel rural y las fincas representaron los mayores porcentajes, para esta temporada el "Hotel Urbano" fue la modalidad más utilizada por los turistas, con un 44.7%, seguido con el "Hotel Rural" con un 14.9%, y "Fincas" con un 13.5%.

El cambio de preferencia en el lugar de alojamiento por los turistas pudo haber sido por varios factores, entre los que están los siguientes: la fuerte época de invierno, cambio de segmento en el nicho de mercado y la conexión al producto a través de Internet, que permite el pago a través del sistema; ventaja comparativa de los hoteles urbanos frente a los alojamientos rurales.

La modalidad de alojamiento familiares y amigos frente a otras temporadas, presentó una importante disminución, pasando del 26.9% en el 2.007 al 14.7% en esta temporada de mitad de año 2.008.

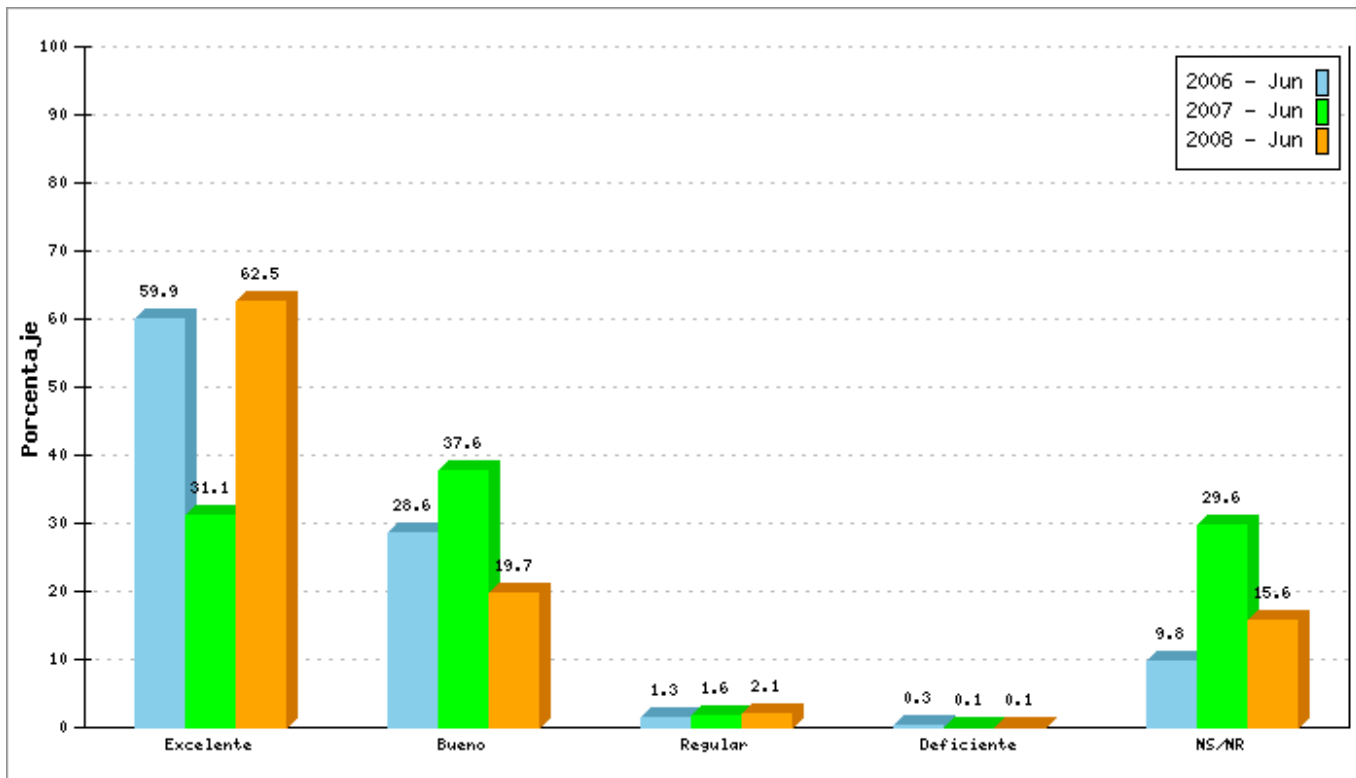
**Comparación: ¿ El alojamiento cumple sus expectativas de acuerdo a lo que le ofrecieron ?**



Esta pregunta se incluyó por primera vez el Octavo Observatorio Turístico con el ánimo de conocer si realmente lo que ofrecen los operadores y agencias turísticas coincide con lo esperado por el turista.

De los 1.467 encuestados en Semana Santa 2.008, el 95.2% afirma que se cumplieron las expectativas durante la visita; y para la temporada de mitad de año (2.084 encuestados) este porcentaje se ubicó en el 82.7%; cifras que a pesar que indican un buen desempeño por parte de las agencias turísticas, la disminución en esta temporada amerita un juicioso análisis.

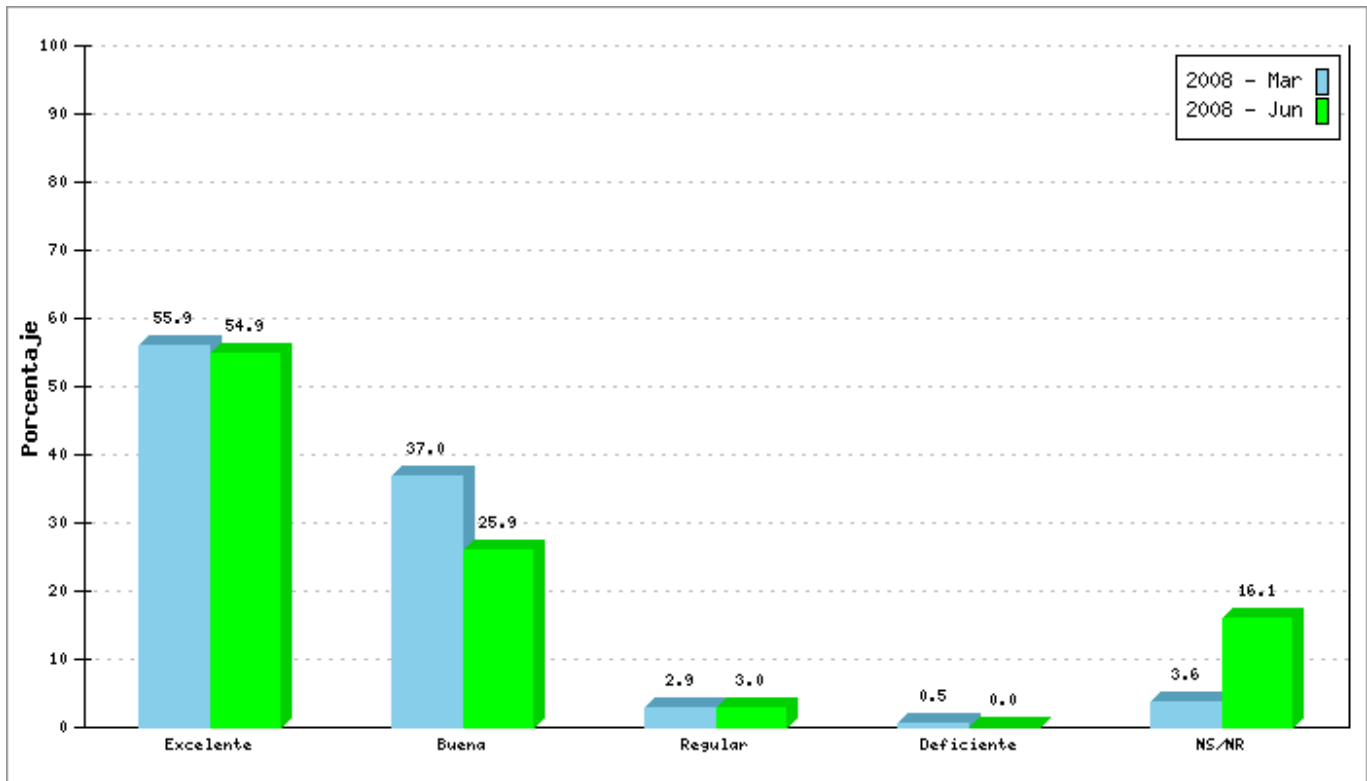
**Comparación: ¿ Cómo califica el servicio que está recibiendo en el lugar de hospedaje ? Mitad de Año 2.008**



Las encuestas de mitad de año indican que el 62.5% de los consultados expresaron que el servicio recibido en el lugar de hospedaje fue excelente y en un 19.7%, bueno. Comparado con el 2007 esta cifra respectivamente correspondía a 31.1% y 37.6%.

Es de anotar que la percepción de excelente por parte del turista se incrementó en un 31.4% con respecto a la encuesta de Mitad de año 2.007. Es importante destacar la disminución de la respuesta NS/NR que en el 2007 fue de 29.6% comparada con el 2008 que fue de 15.6%, significando la satisfacción del turista frente al servicio recibido en el lugar de hospedaje.

**Comparación: ¿ Cómo califica la infraestructura en el lugar de hospedaje?**

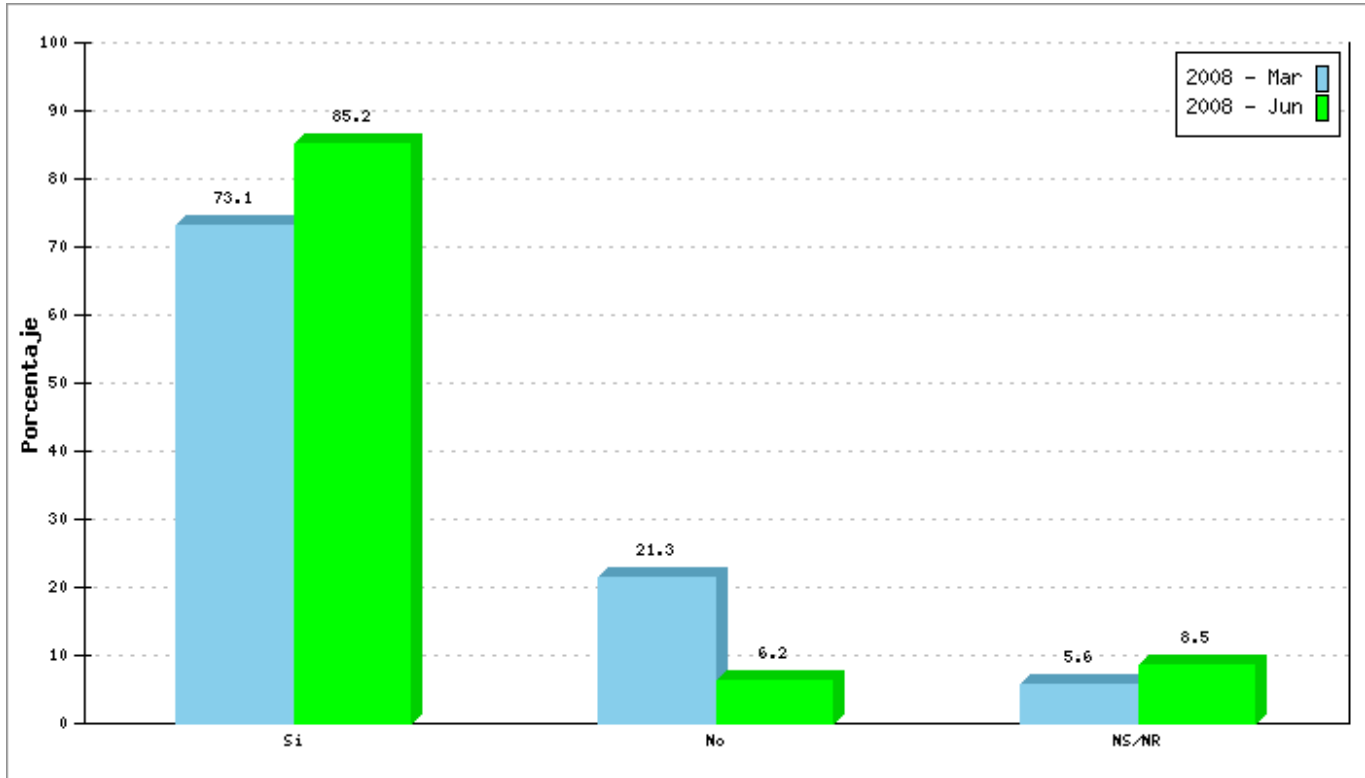


Las encuestas de mitad de año muestran que el 80.8% de los encuestados, califica la infraestructura del lugar de hospedaje entre "Excelente" y "Bueno".

Si tenemos en cuenta que el 44.7% de los turistas se alojó en " Hotel Urbano ", indica que las instalaciones de éstos están cumpliendo con las expectativas de los visitantes; igual reconocimiento para los alojamientos rurales (hoteles y Fincas).

Este resultado se interpretaría como un logro por parte de los empresarios turísticos, motivando a que continúen invirtiendo constantemente en el mantenimiento y adecuación de sus alojamientos, que logren brindar el mejor servicio y comodidad para los turistas.

**Comparación: Considera usted que los alojamientos en el Quindío son competitivos frente a los de otros destinos nacionales?**

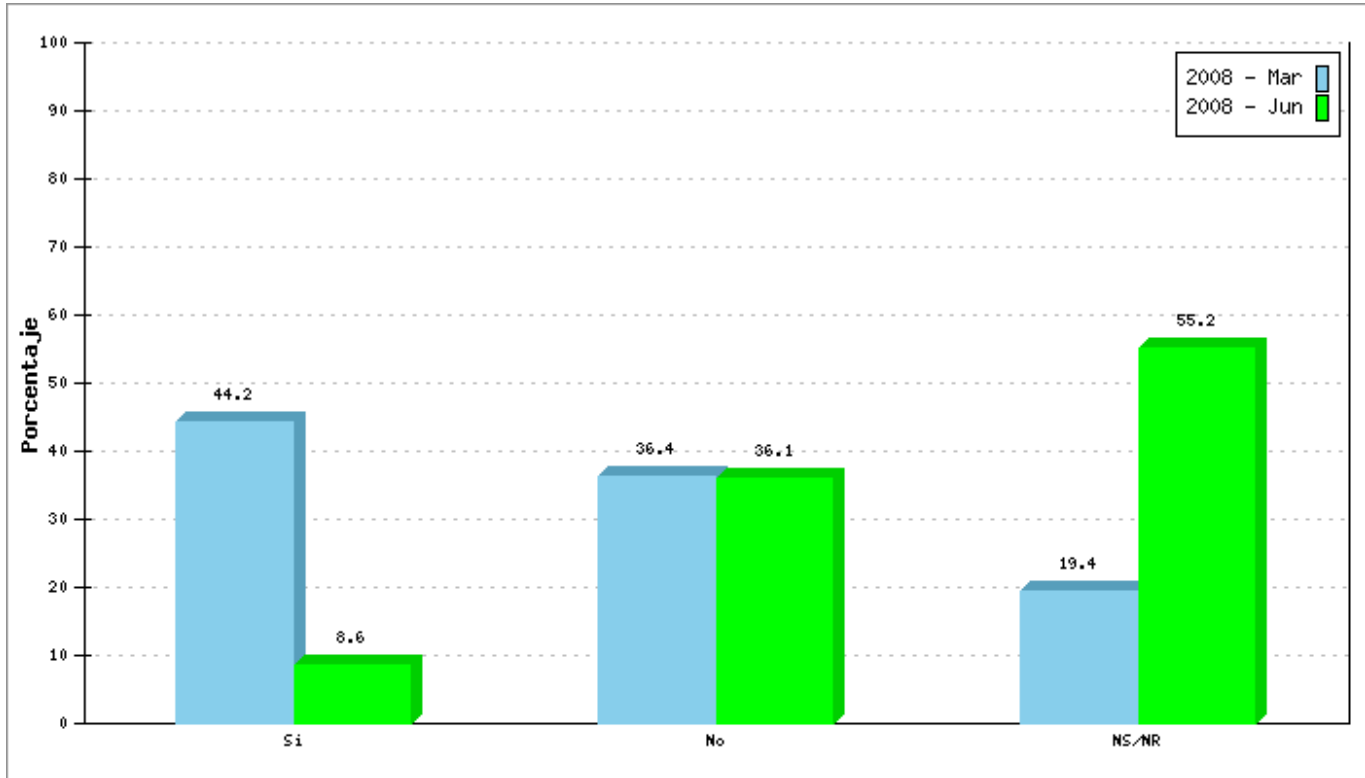


La encuesta de mitad de año arroja que el 85.2% de los turistas consideran que los alojamientos quindianos son altamente competitivos frente a otros destinos nacionales, frente a un 6.2% que afirmó lo contrario. Es de señalar que frente a Semana Santa 2.008, el 21.3% reconoció que el Quindío no era competitivo frente a otro destinos nacionales; percepción que mejoró notablemente esta temporada.

Consideramos que es necesario diseñar un plan de acción en el mejoramiento de la oferta de servicios y productos que generen en el turista un interés por regresar nuevamente al Quindío.



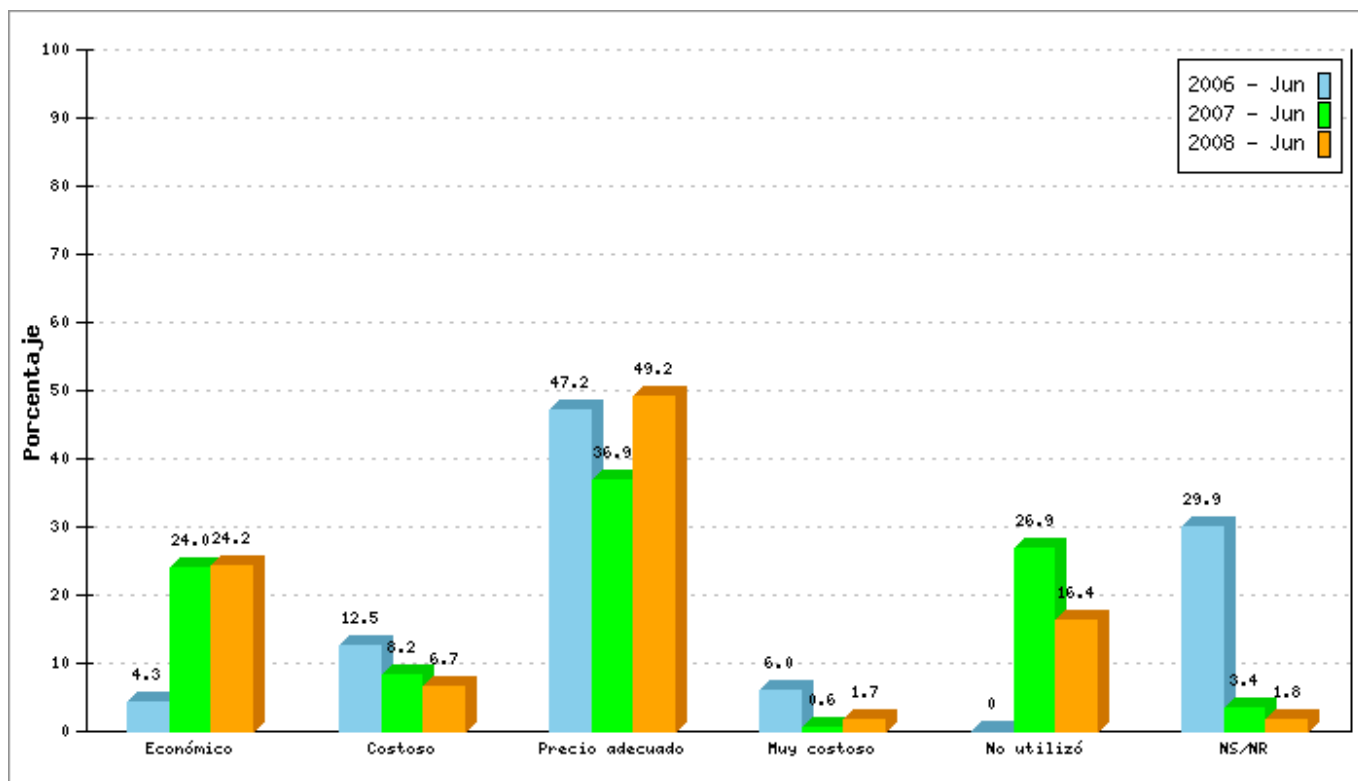
**Comparación: ¿ Considera usted que los alojamientos en el Quindío son competitivos a los de otros destinos internacionales ?**



Para Semana Santa 2.008, el 44.2% de los turistas afirmó que el Quindío era competitivo frente a otros destinos internacionales, cifra que cambió notablemente para la temporada de mitad de año, donde sólo el 8.6% de los encuestados afirmó que el Quindío si era competitivo en el ámbito internacional; valor que se trasladó a la respuesta " No sabe, No Responde ", que obtuvo un 55.2%; indicando que posiblemente los visitantes que arribaron al Quindío en su gran mayoría no han viajado al exterior, impidiendo así tener un referente que pudiera medir esta pregunta.

Consideramos valioso iniciar procesos de posicionamiento, a través de la promoción y difusión en mercados internacionales; igualmente es importante el desarrollo de alianzas con países fronterizos que ayuden a potencializar nuestro mercado.

**Comparación: En su concepto, cómo considera el costo de alojamiento - Mitad de Año 2.008**

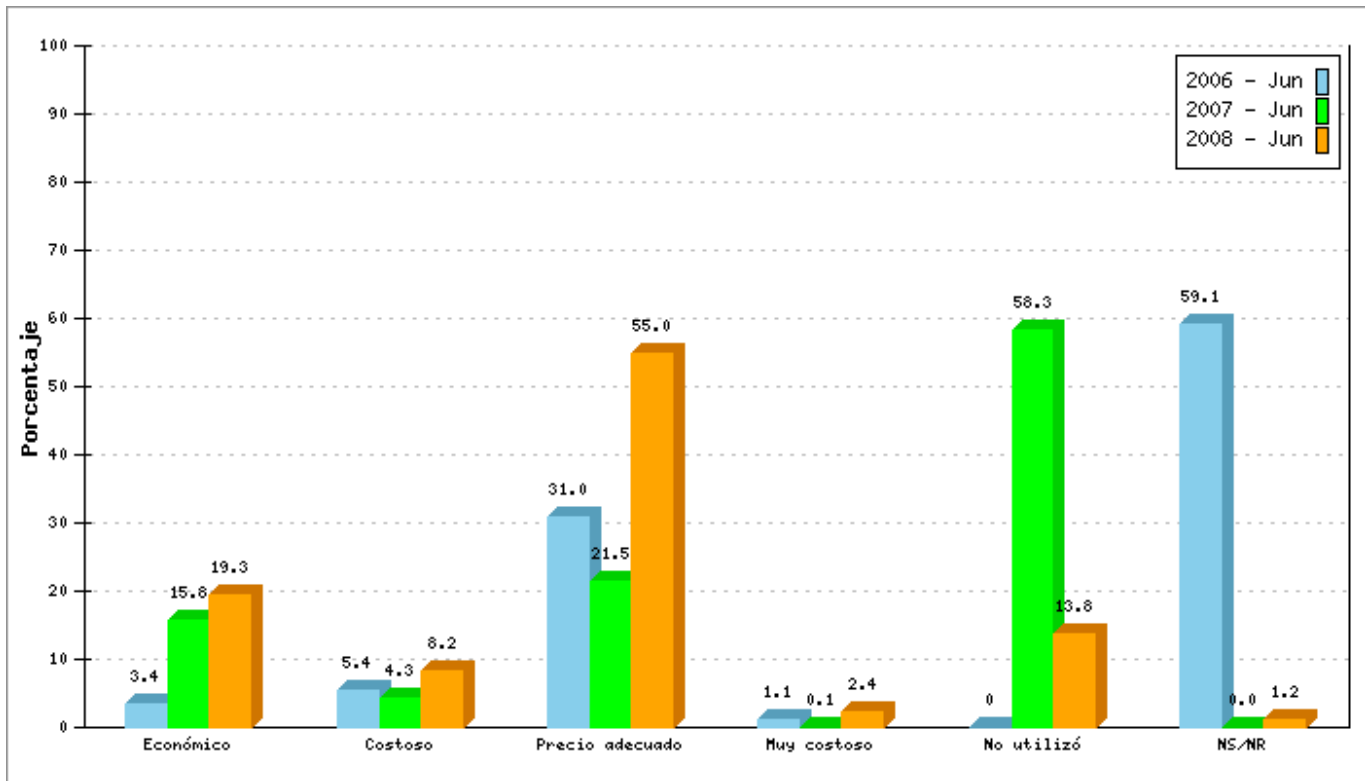


Según resultados, los costos de los alojamientos en el Quindío continúan siendo considerados "adecuados" y "económicos"; representando para esta temporada un 49.2% y un 24.2% respectivamente.

Si se compara con las temporadas anteriores es de destacar que la percepción de "costoso" ha disminuido; y ha aumentado la opinión del concepto de precios "adecuados".

Es importante hacer difusión a nivel nacional de esta opinión, ya que es un factor determinante para el turista al momento de decidir sus planes vacacionales.

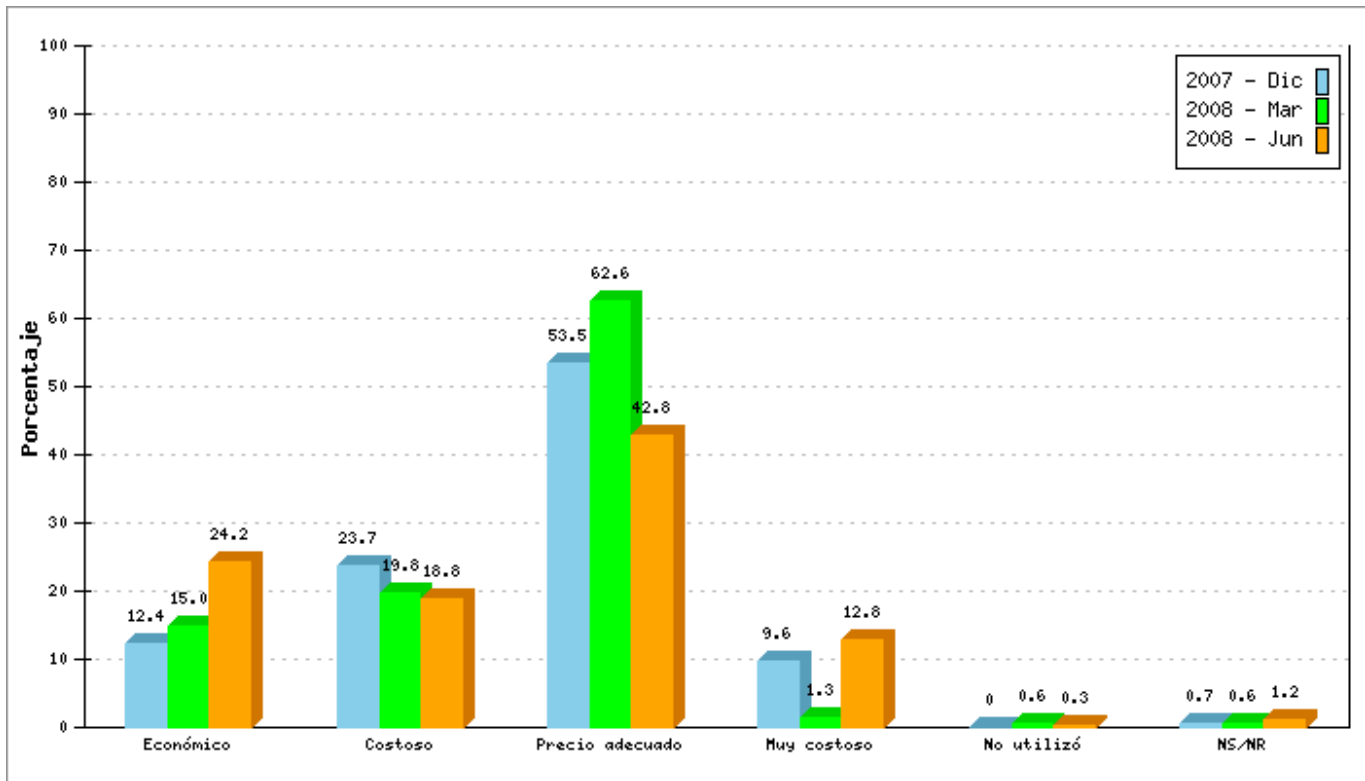
**Comparación: En su concepto, cómo considera el costo del transporte - Mitad de Año 2.008**



Del total de encuestados en esta temporada ( 2.084 ), el 74.3% opinó que el costo del transporte es "económico " y " adecuado "; frente a un 37.1% en el 2.007. Es de resaltar el incremento de la percepción positiva frente a este costo

Es importante comentar que en esta temporada de mitad de año, el uso de transporte terrestre (servicio público) para arribar a nuestro departamento, presentó un aumento excesivo frente a los años anteriores.

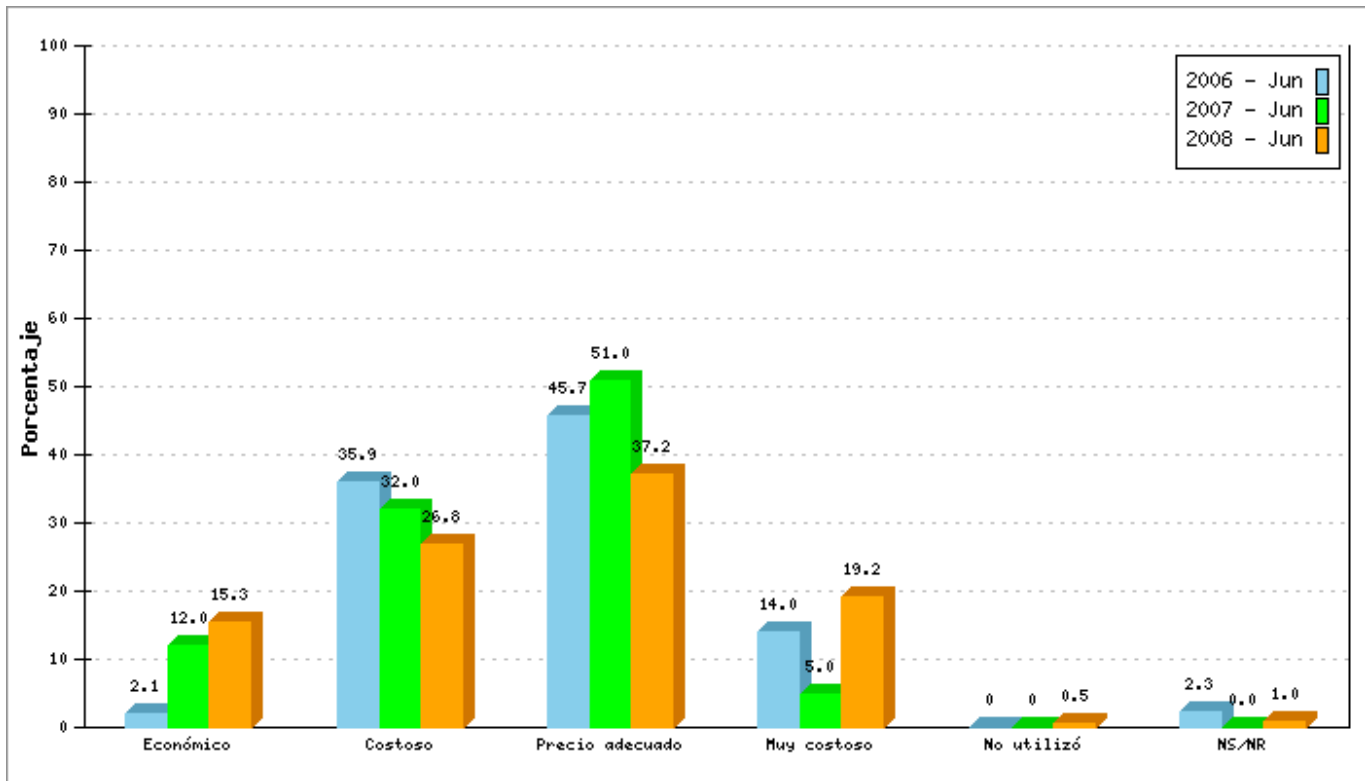
**Comparación: En su concepto cómo considera el costo de la gastronomía - Mitad de Año 2.008**



En las últimas encuestas de turismo, la opinión de los encuestados frente al costo de la gastronomía ha permanecido constante. Para Diciembre de 2.007, el 65% de los turistas opinó que era "Adecuado" y "Económico". Para Semana Santa 2.008 se incrementó al 77.6% y para esta temporada de mitad de año se ubicó en el 65.9%.

El concepto frente a que los precios de la Gastronomía son " Costosos " y " Muy Costosos ", ha estado ubicado en un 30%; cifra que vale la pena evaluar por parte del sector.

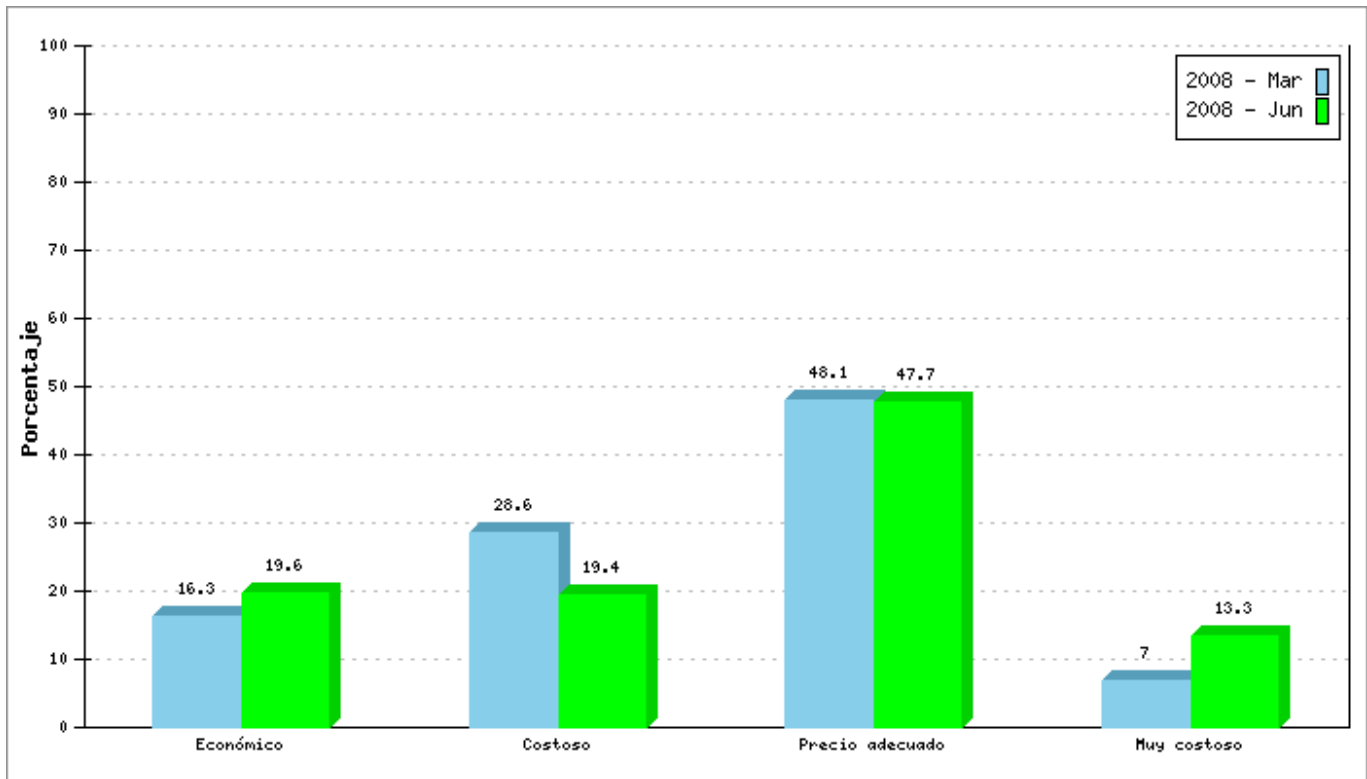
**Comparación: En su concepto, cómo considera el costo de Parques Temáticos - Mitad de año 2.008**



Según los resultados del observatorio 2008, el 52.5% de los encuestados opina que el costo de ingreso a los Parques Temáticos está entre "adecuado" y "económico", frente a un 63% que opinó lo mismo en el observatorio de mitad de año de 2007; estos resultados indican que la percepción de buenos precios se ha trasladado a " Costoso " y " Muy Costoso "para este año, con un 46 % frente al 37% en el 2.007.

Es posible que este aumento en la percepción de los altos costos se deba a un cambio en el nicho de mercado (nivel socioeconómico y edad).

**Comparación: En su concepto cómo considera el Costo de Deporte Aventura - Mitad de Año 2.008**

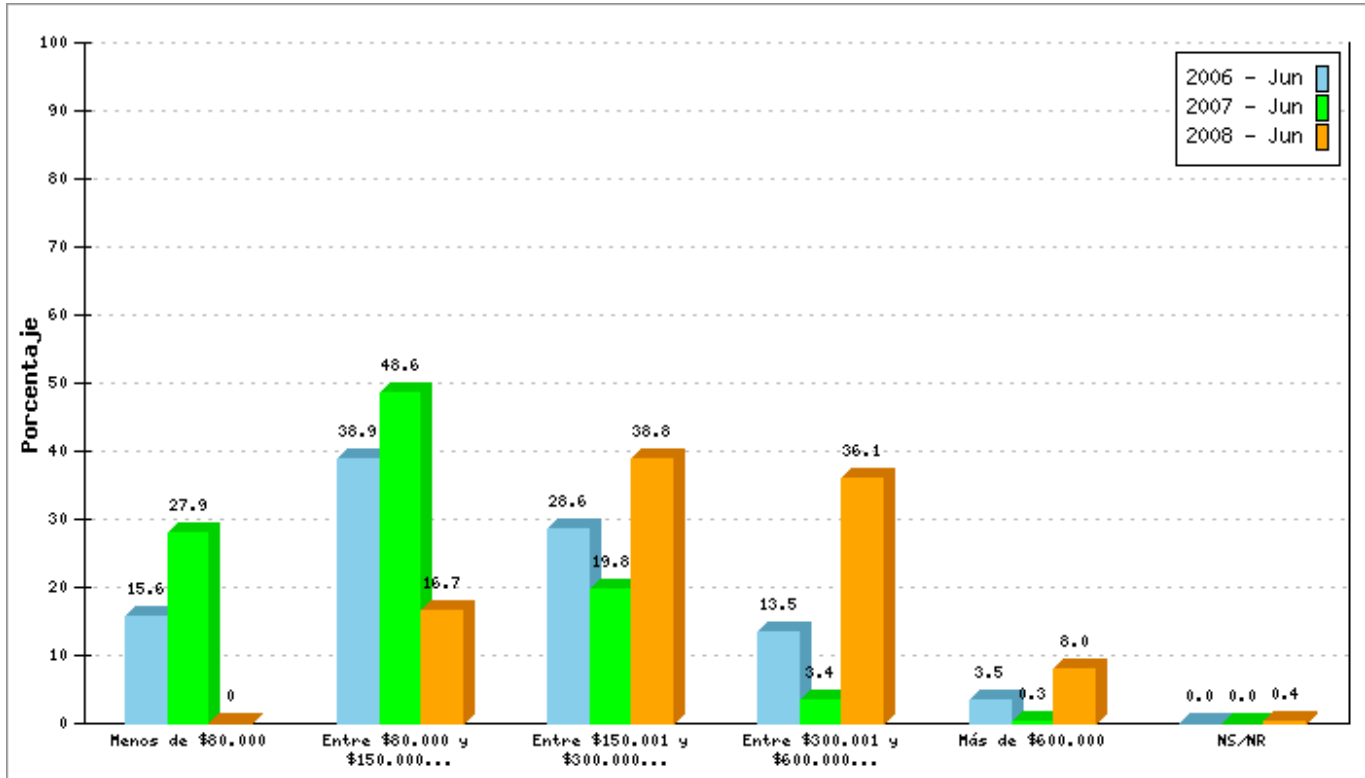


Es importante anotar que en la temporada de Semana Santa 2.008, el 47.1% de los turistas encuestados practicaron Deporte Aventura, y para la temporada de mitad de año 2.008 un 43.5%.

Anotamos que para la temporada de mitad de año de 2.007, sólo un 12.6% realizó Deporte aventura, lo que significa un aumento y repunte muy significativo de un año a otro.

En consecuencia, de quienes practicaron deporte de aventura en esta temporada de mitad de año, el 67.41% consideró que los precios son "Adecuados" y "Económicos", y un 32.83% "Costoso" y "Muy Costoso". Para la Semana Santa de este año los porcentajes se ubicaron en un 64.53% y 35.66% respectivamente, lo que indica que no hubo variación en esta percepción.

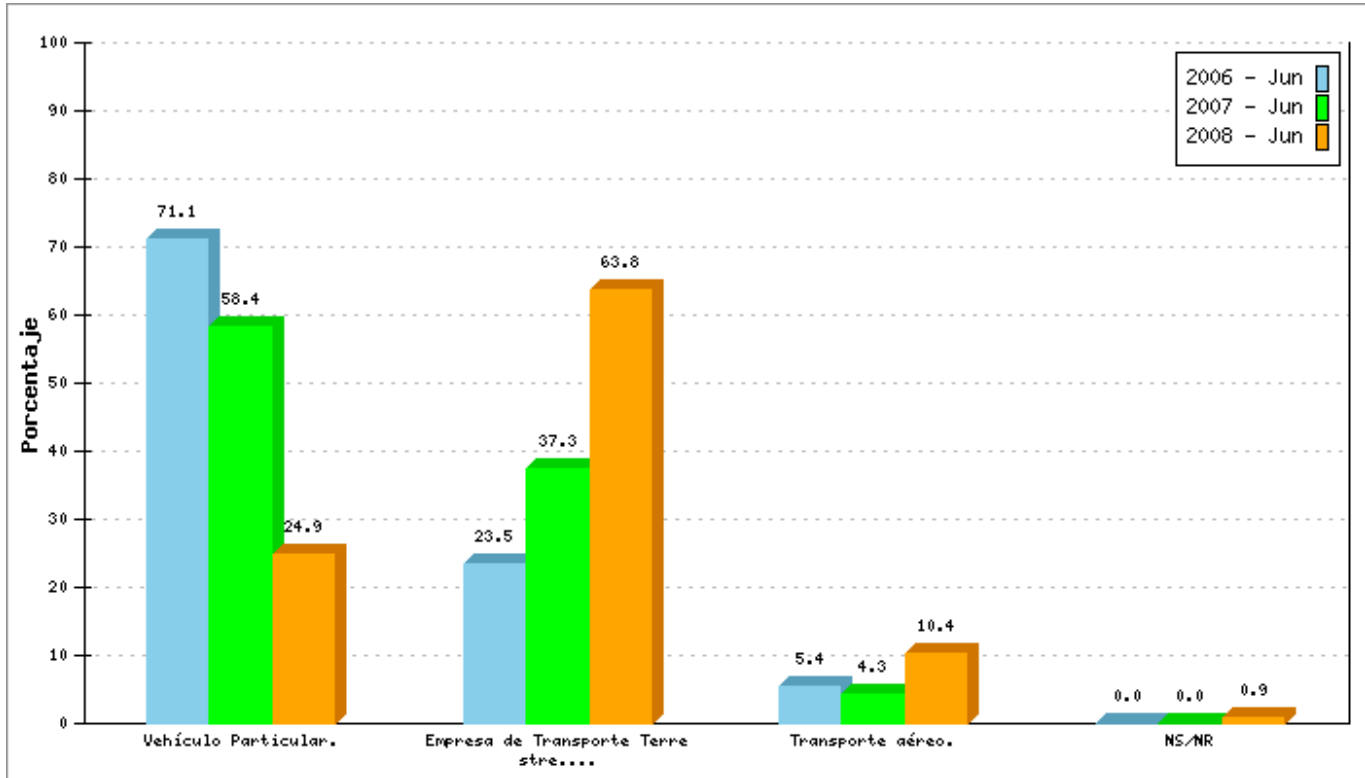
**Comparación: ¿ Cuánto invirtió en el departamento del Quindío durante su estadía? ( por persona día ) - Mitad de Año 2.008**



Este año es relevante señalar que en comparación con la temporada de mitad de año anterior, los turistas incrementaron su nivel de inversión (persona / día), afirmando que un 38.8% % de turistas que arribaron al Quindío en esta temporada gastaron entre \$150.000 a \$300.000 y un 36.1% de visitantes afirmaron invertir entre \$300.000 a 600.000 ( persona/día ).

Comparado con el 2.007, el mayor porcentaje estuvo ubicado en el rango entre \$80.000 a \$150.000, igual que en el 2.006.

**Comparación: De los siguientes medios de transporte, ¿Cuál fue el que utilizó para desplazarse al departameto ? Mitad de Año 2.008**



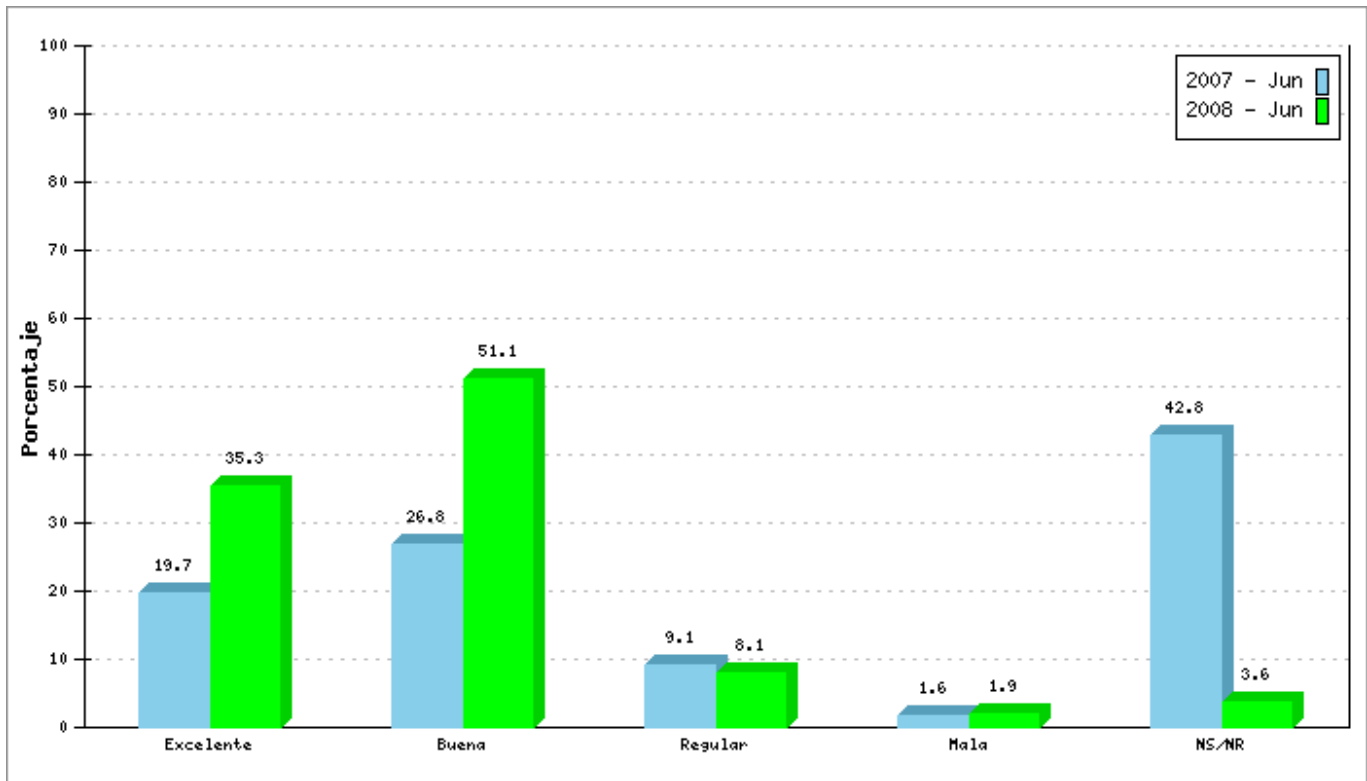
En las anteriores encuestas de turismo, el medio de transporte más utilizado por los turistas ha sido el "Transporte Particular"; presentando porcentajes muy por encima frente a las otras opciones de transporte (Avión y Empresas de transporte terrestre).

En esta temporada el medio de transporte más utilizado por los turistas fue el transporte terrestre (público), con un 63.8% , seguido del transporte particular con un 24.9% y finalmente el transporte aéreo con el 10.4%.

Cabe destacar el aumento en el uso del transporte aéreo, si se compara con las otras temporadas de mitad de año, donde para el 2.006 el 5.4% de los turistas encuestados utilizaron este medio; para el 2.007 un 4.3% y para el 2.008 un 10.4%.



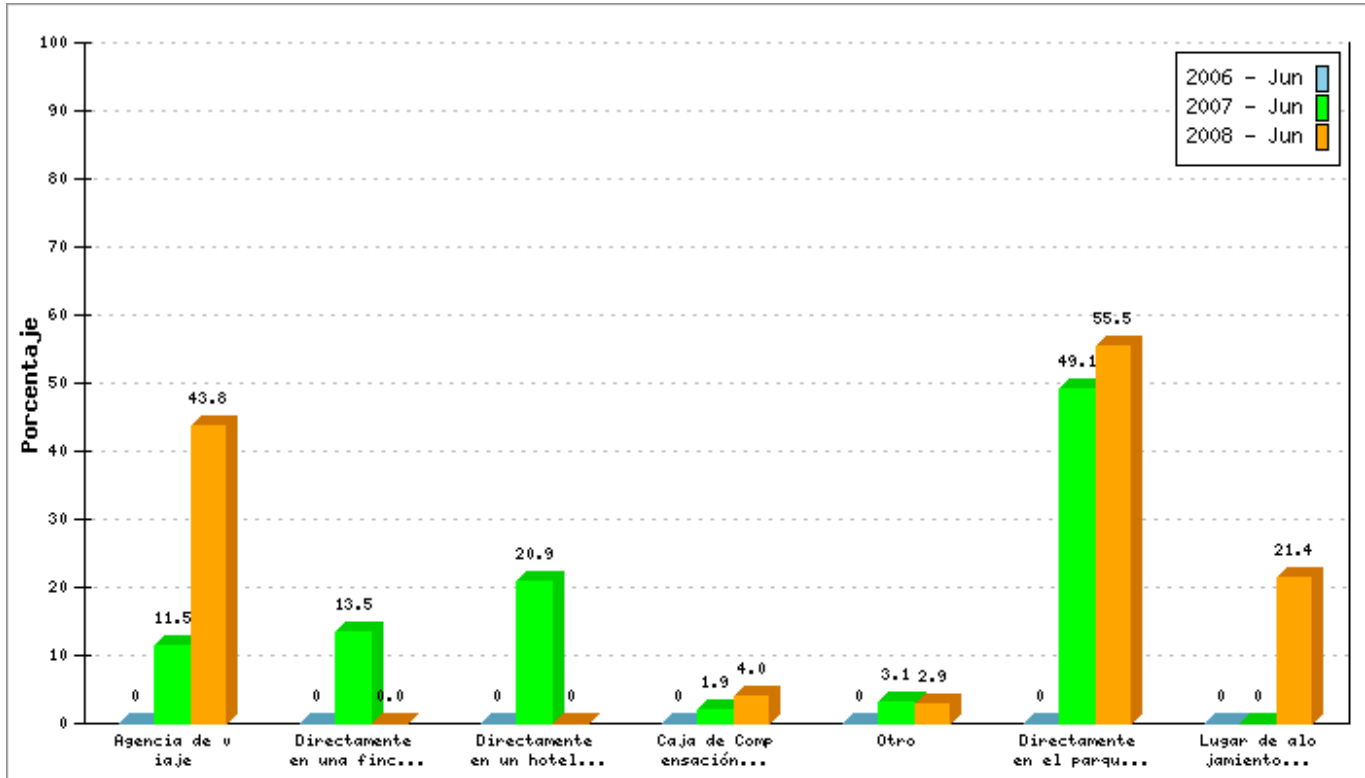
**Comparación: ¿ Cómo considera la señalización turística del departamento ?**



Este año el 86.4% de los encuestados percibió como "buena" y "excelente" la señalización del departamento.

Es importante resaltar que este año un amplio porcentaje de los turistas arribaron al Quindío en transporte terrestre público y particular.

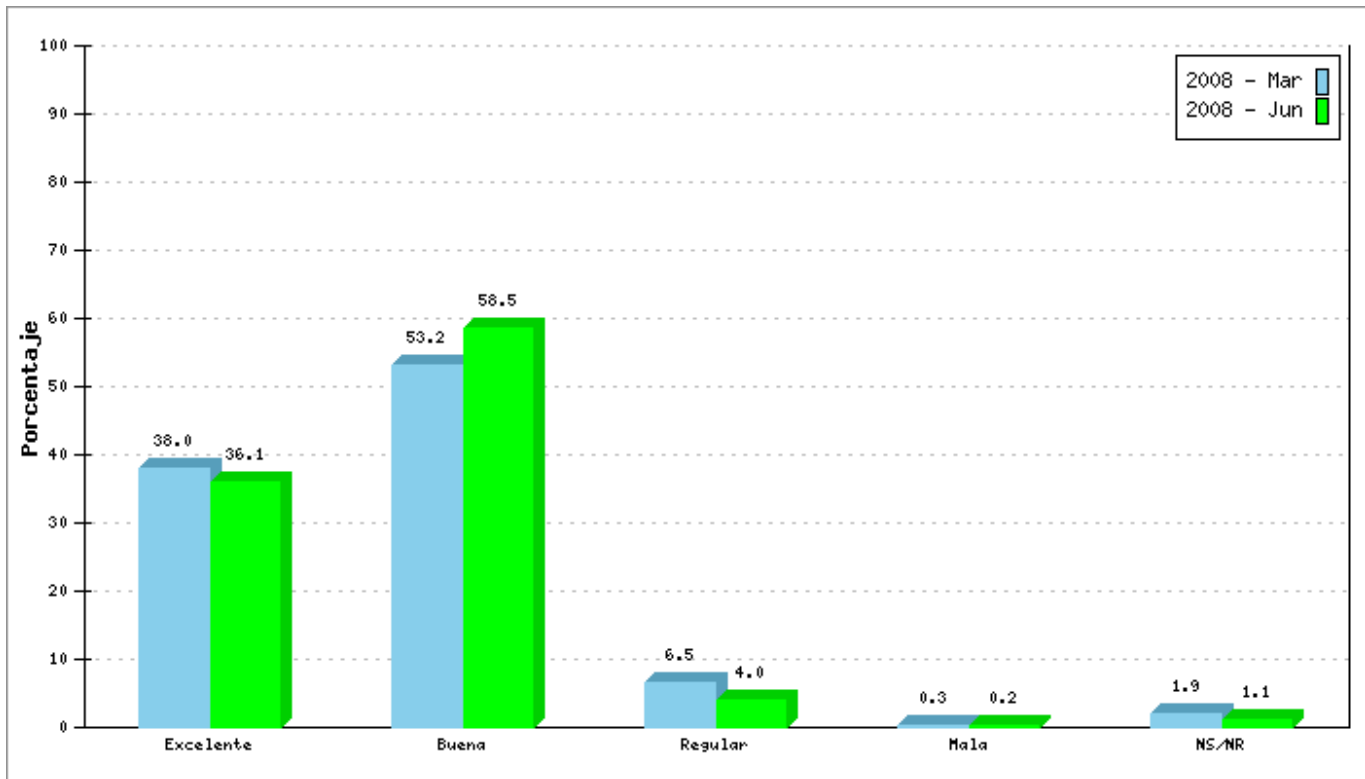
**Comparación: De los siguientes lugares en los que puede comprar servicios turísticos, ¿Cuál fue el utilizado por usted ? - Mitad de Año 2008**



Sigue la misma tendencia con relación a los anteriores observatorios. De las 2.084 encuestas aplicadas en esta temporada de mitad de año, los turistas accedieron a los servicios turísticos en los parques que visitaron, en los lugares de alojamiento y en las Agencias de Viaje.

En este aspecto es meritorio destacar el repunte de las Agencias de Viaje, las cuales vienen adelantando acciones hacia su fortalecimiento y consolidación, mediante la prestación de servicios ágiles y eficaces, pasando del 2007 con una participación del 11.5% al 43.8% en el 2008.

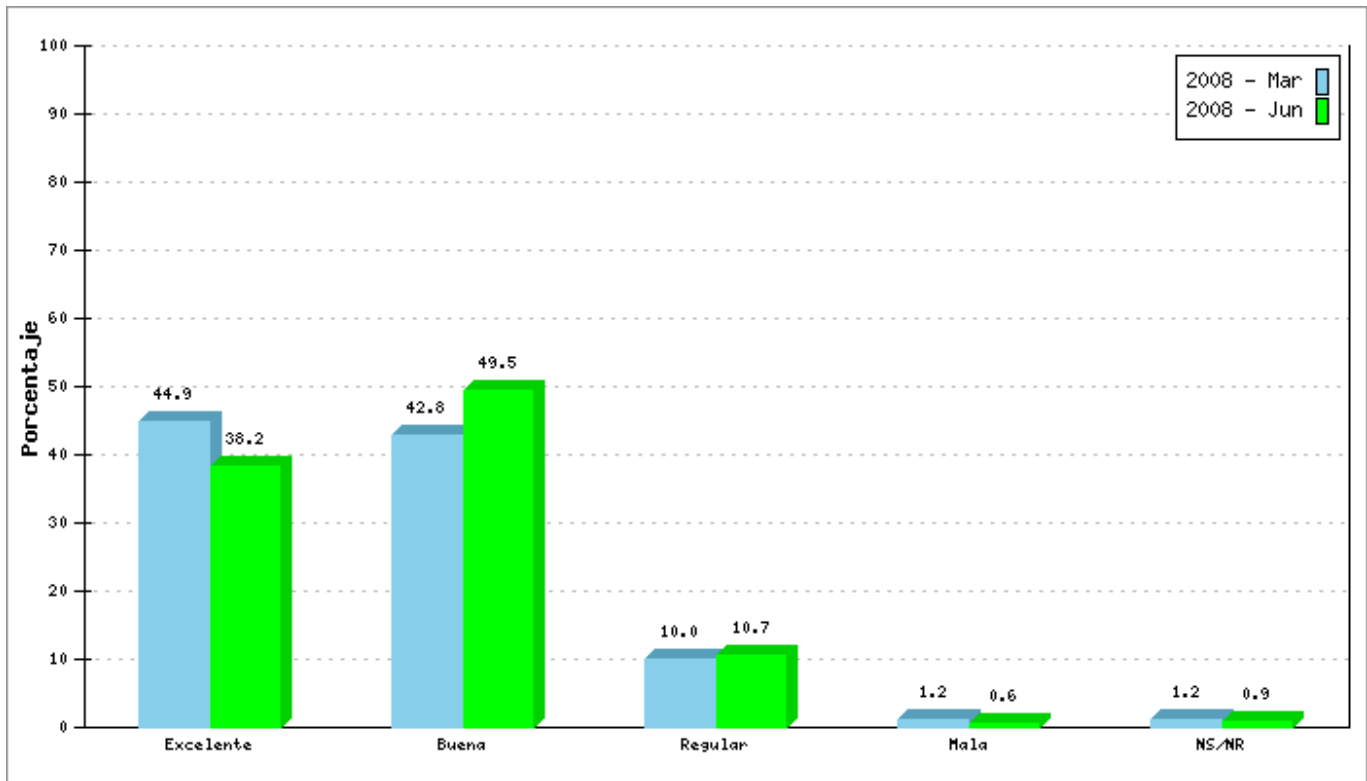
**Comparación: ¿Cuál es su percepción sobre la oferta comercial del departamento ?**



Las encuestas aplicadas en esta temporada muestran que el 94.6% de los turistas, consideran que la oferta comercial del departamento es "Buena" y "Excelente". Para Semana Santa de este año la percepción estuvo en el 91.2%, lo que significa un buen reconocimiento al sector.

De igual manera, sigue siendo importante el seguir adelantando acciones que amplíen los servicios y productos para propios y turistas.

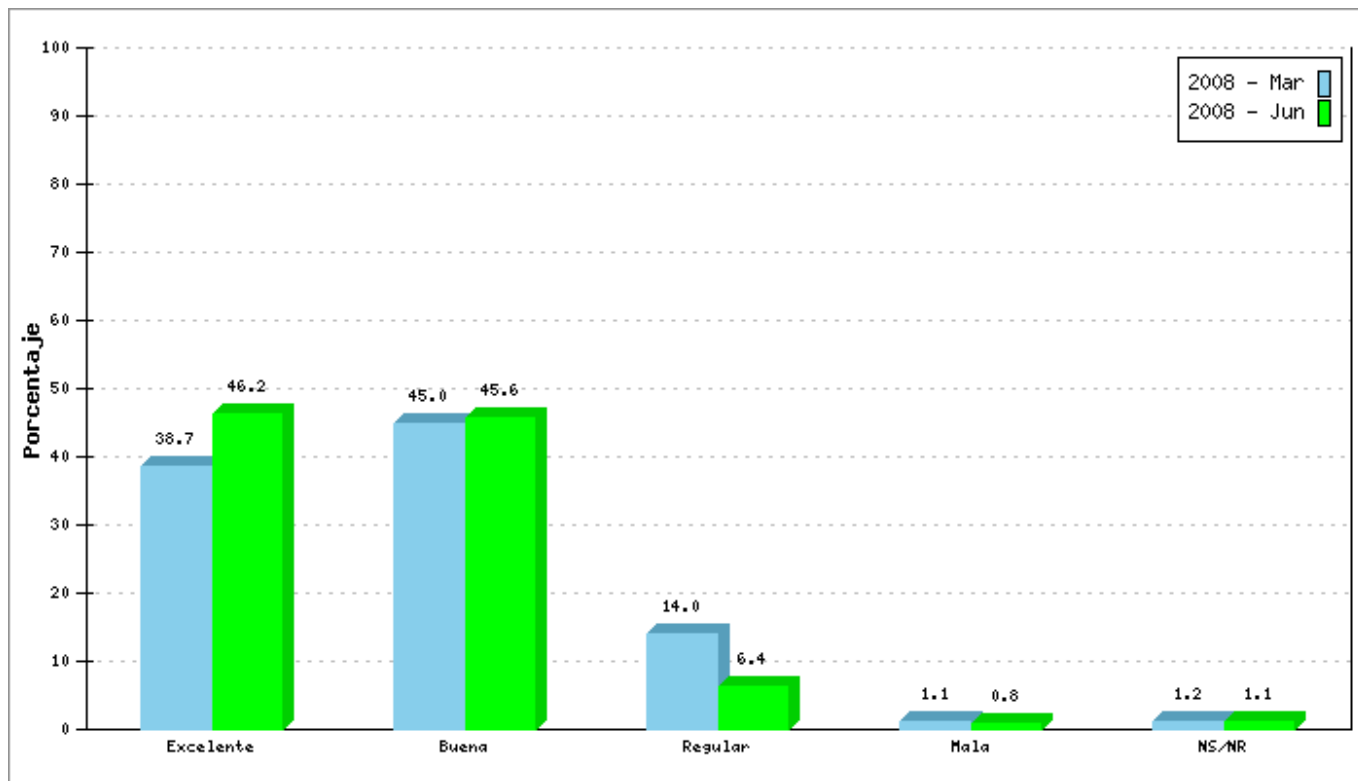
**Comparación: ¿Cuál es su percepción frente a la seguridad en el Quindío ?**



Esta temporada tuvo el mismo comportamiento que la anterior (Semana Santa).

Las opiniones de los encuestados en esta temporada frente a la seguridad en el Quindío, obtuvo un 87.7% entre " Excelente " y " Buena ", siendo el mismo porcentaje en la encuesta de Semana Santa 2.008. Esto significa que el visitante se siente seguro y tranquilo al disfrutar de las vacaciones en el departamento.

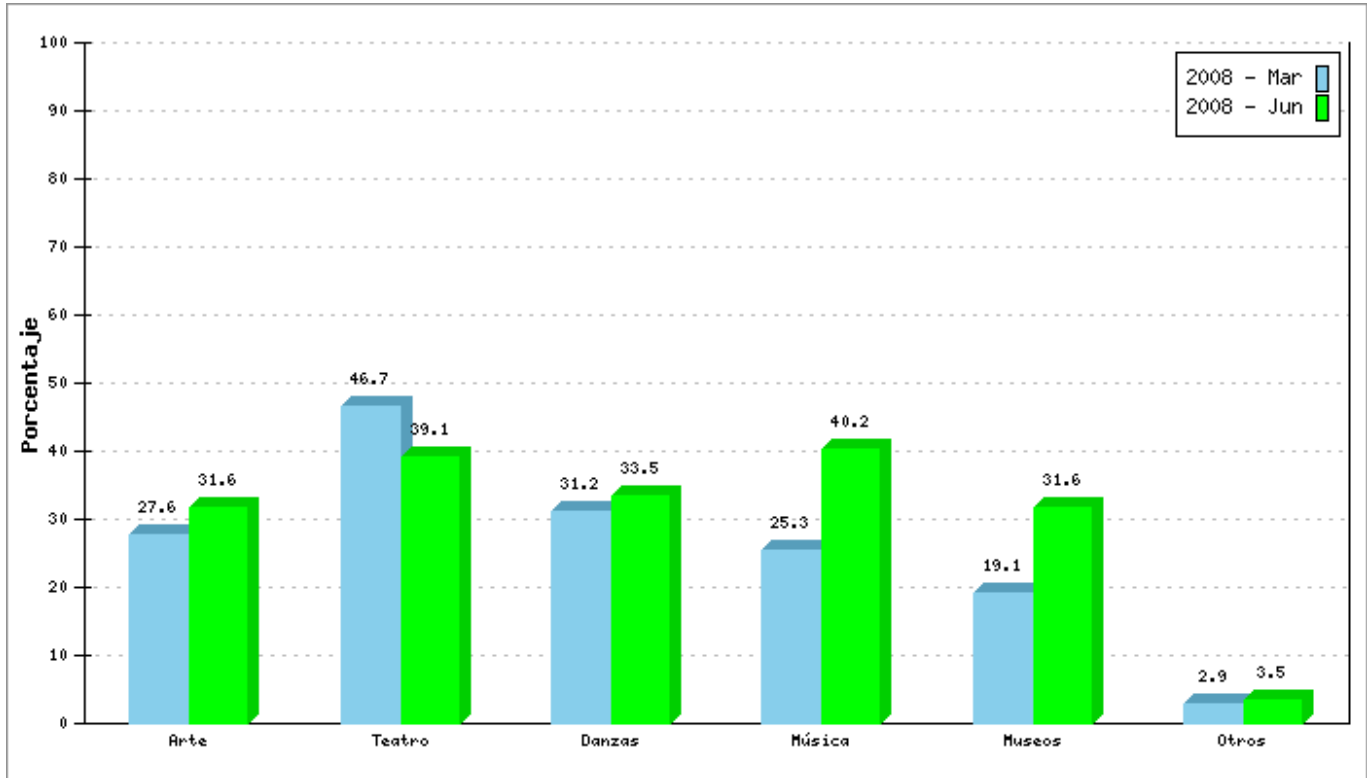
**Comparación: ¿ Cómo le parece la oferta gastronómica del Quindío?**



De los turistas consultados, el 89.8% afirmó que la oferta gastronómica es "buena" y "excelente", resultado de la amplia variedad presente en restaurantes y sitios visitados.

Frente a la temporada anterior (semana santa 2.008), la percepción de "regular" se ubicó en un 14%, y para esta temporada fue del 6.4%, significando un logro por parte de los restaurantes y empresarios del sector. No obstante se deberá seguir trabajando por una prestación de un servicio óptimo en gastronomía caracterizado por diversidad, presentación y sabor.

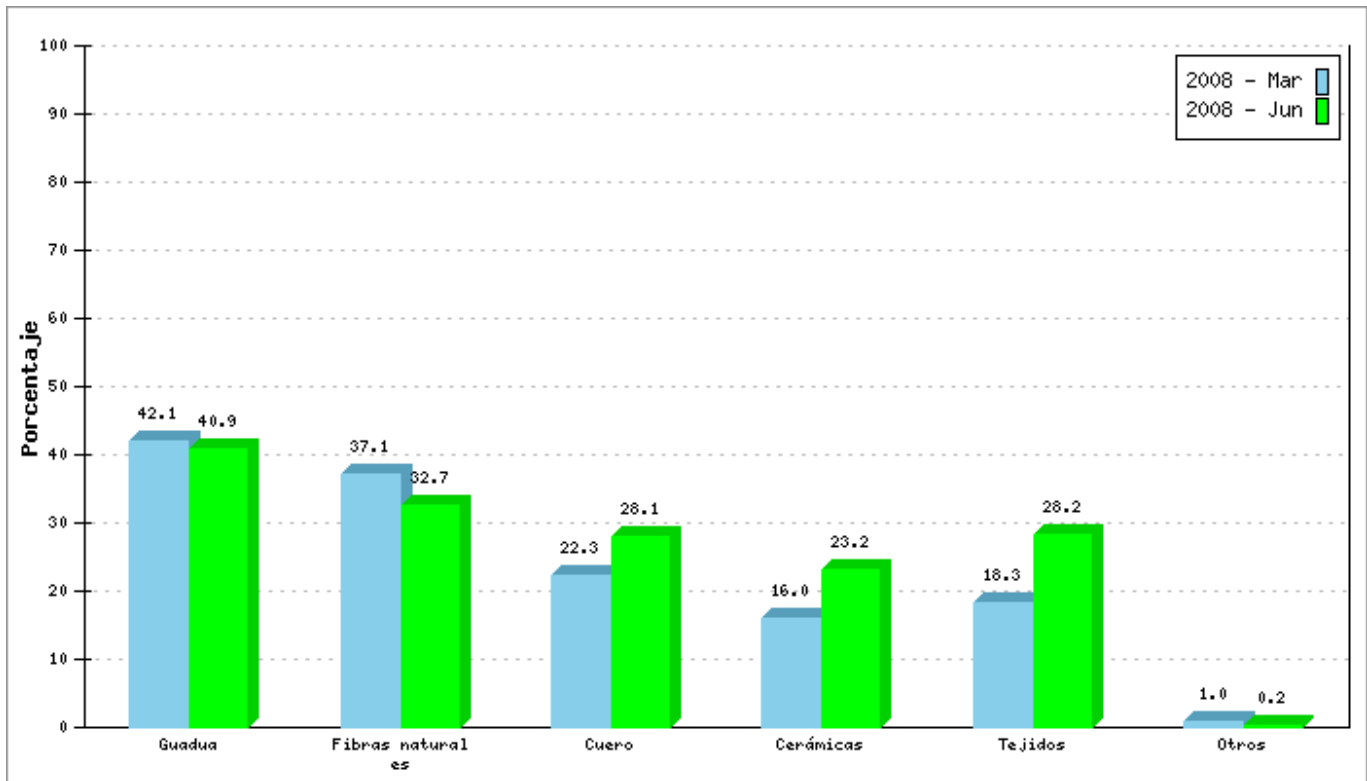
**Comparación: ¿Cuál de las siguientes opciones en materia cultural le gustaría encontrar en las próximas vacaciones ?**



En esta encuesta de mitad de año, el 40.2% de los encuestados opinó que le gustaría encontrar en sus próximas vacaciones actividades musicales, seguido de teatro (39.1 %), danzas, museos y arte. Con respecto a la temporada de semana santa 2.008, presentaron las mismas preferencias por parte de los encuestados.

Es importante que las autoridades departamentales y municipales diseñen propuestas innovadoras en materia cultural.

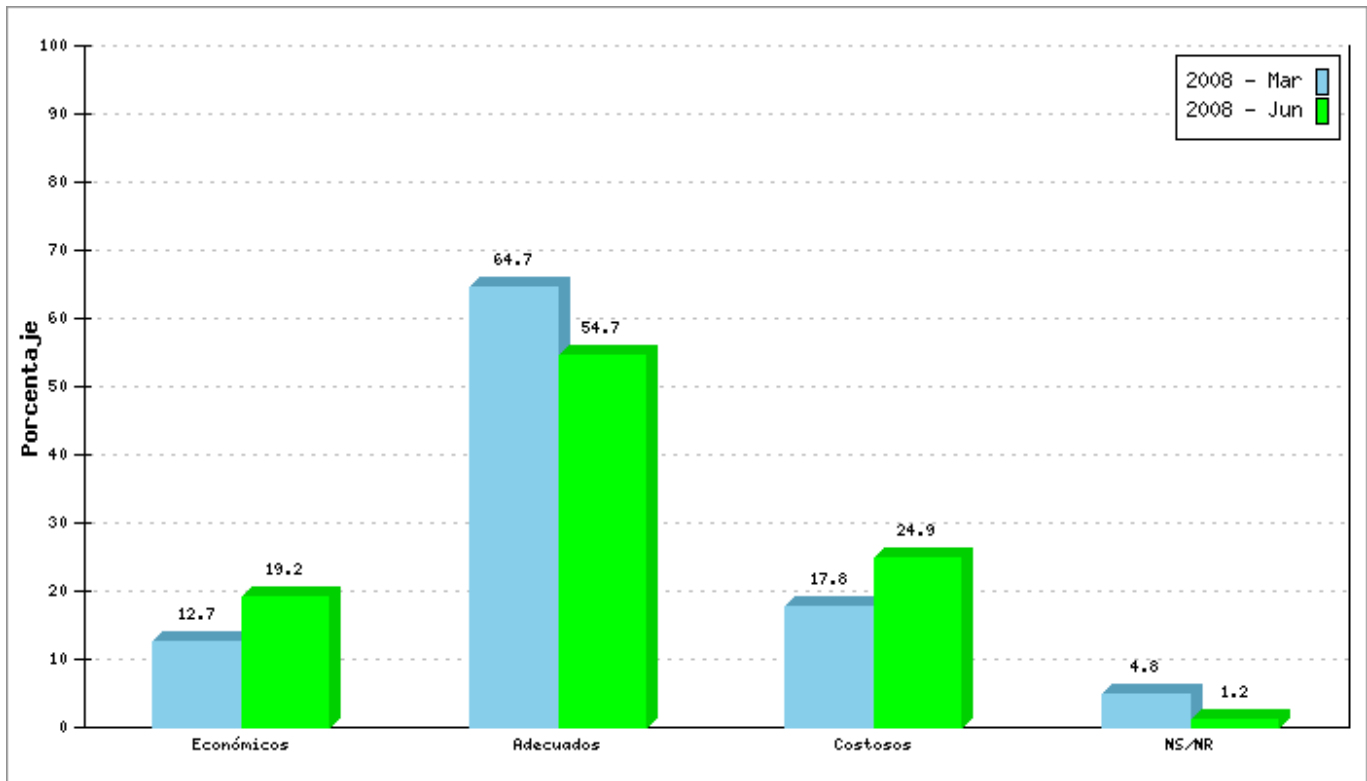
**Comparación: Le gustaría comprar productos artesanales elaborados en:**



Frente a la encuesta anterior, presentó el mismo comportamiento. De nuevo la guadua, las fibras naturales y el cuero son los materiales preferidos por los turistas al momento de comprar productos artesanales.

En esta temporada un buen porcentaje de visitantes opinó que le gustaría comprar artesanías en tejido.

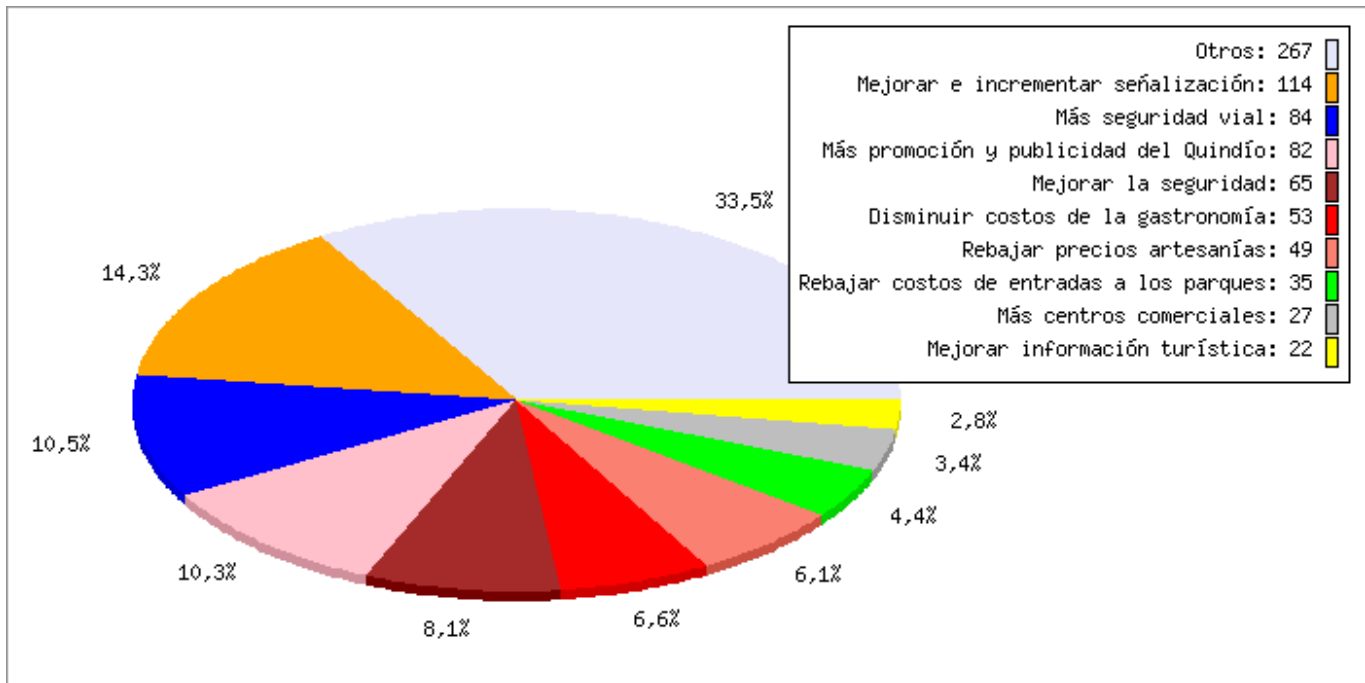
**Comparación: Si ha comprado, considera usted que los precios de estos productos son:**



Para esta temporada de mitad de año, el 73.9% de los encuestados coincide en que los precios asignados a las artesanías están entre "adecuados" y "económicos"; para el 24.9% los precios por las artesanías son "costosos", Comparados con la temporada de Semana Santa, la percepción de "Costosos" se elevó un poco, pasando de 17.8% al 24.9%.



**¿Tiene algunas sugerencias que hacer con relación al turismo en el Quindío?**



El 38.29% de los turistas encuestados respondió a esta pregunta, siendo las más representativas las siguientes:

Mejorar e incrementar la señalización turística, el 14.3%

Más seguridad Vial, el 10.5%

Más Promoción y publicidad del Quindío, el 10.3%

Mejorar la seguridad, el 8.1%

Disminuir los costos de gastronomía, el 6.6%