



Informe Número: 8

SUIT - SISTEMA UNIFICADO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

ENCUESTA DE TURISMO SEMANA SANTA 2008

Fecha de creación: 31 de Marzo de 2008



Sistema Unificado de Información Turística del Quindío

ENCUESTA DE TURISMO SEMANA SANTA 2008

Ficha Técnica:

Muestra Representativa 1.467

Locaciones

- * Parque Nacional del Café
- * Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria "Panaca"
- * Jardín Botánico del Quindío- Mariposario
- * Mirador de Salento

Fecha

17 de Marzo al 23 de Marzo de 2.008

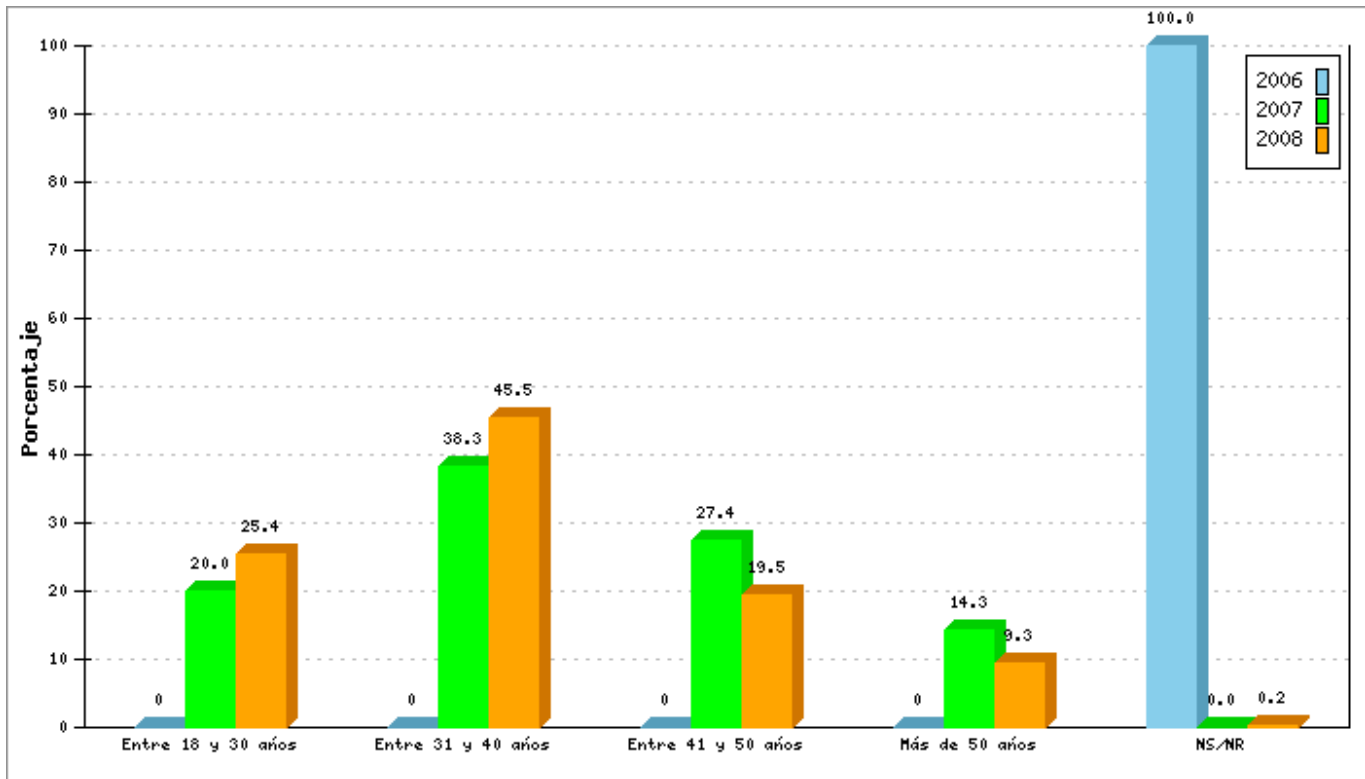
Técnica Empleada

Encuesta personal compuesta por veintitrés (23) preguntas, diecinueve (19) cerradas y cuatro (4) abiertas. Para la aplicación se identificó el grupo objetivo, aunque sin tener en cuenta a residentes en los departamentos de Quindío, Risaralda y Caldas; al considerarlos visitantes más que turistas.

Encuestadores

Tres (3) estudiantes del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad del Quindío y dos (2) estudiantes de Turismo de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío EAM.

Comparación Rango de Edad Semana Santa 07/08

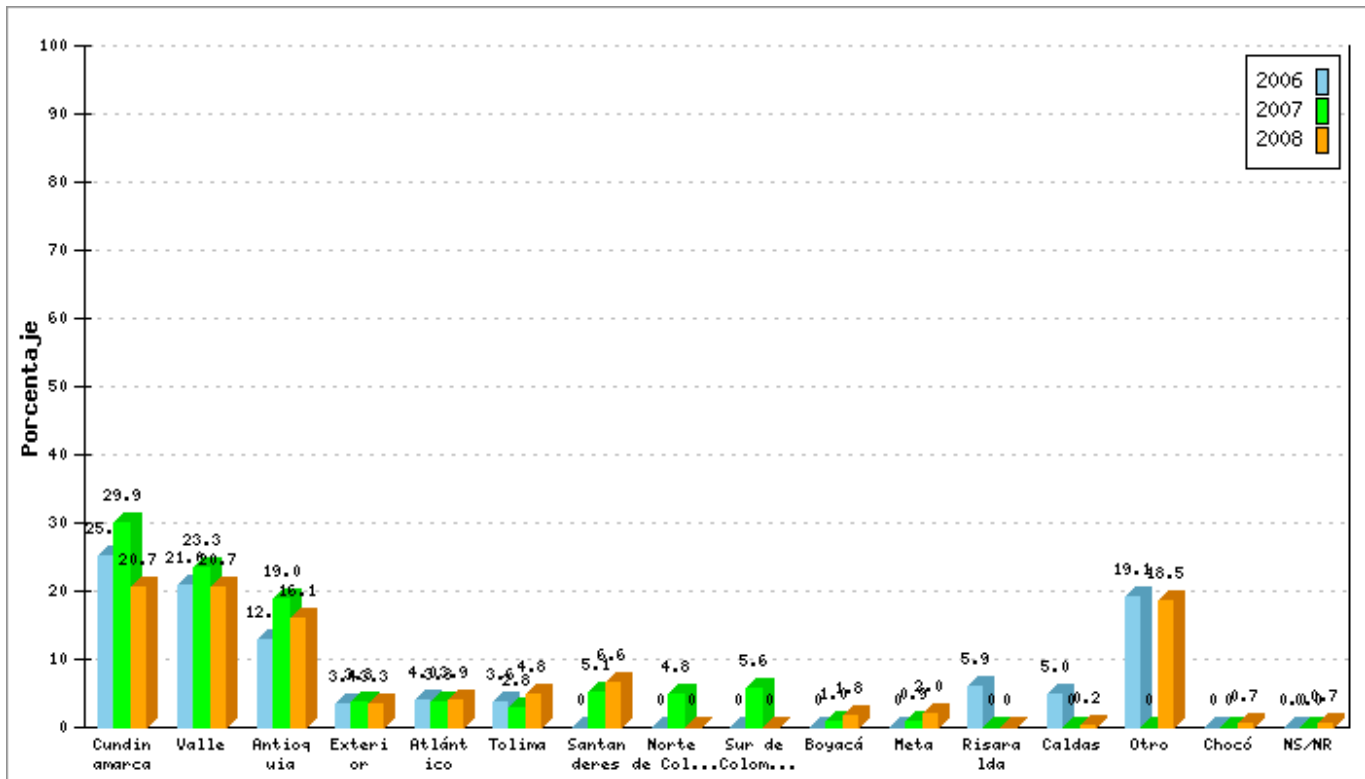


Al observar el comportamiento de la temporada de Semana Santa 2007 y 2008 se observa que el rango de edades entre 31 y 40 y 18 y 30 presentaron un crecimiento significativo, logrando un porcentaje del 46% y 25% respectivamente para la temporada 2008.

Es importante anotar que los turistas que llegaron a la región estuvieron ubicados entre los rangos de 18 a 40 años, situación que refleja el alto interés que tiene el destino para grupos de personas jóvenes; 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 dirigidos a este nicho de mercado.

Comparación Lugar de procedencia semana santa 06/07/08

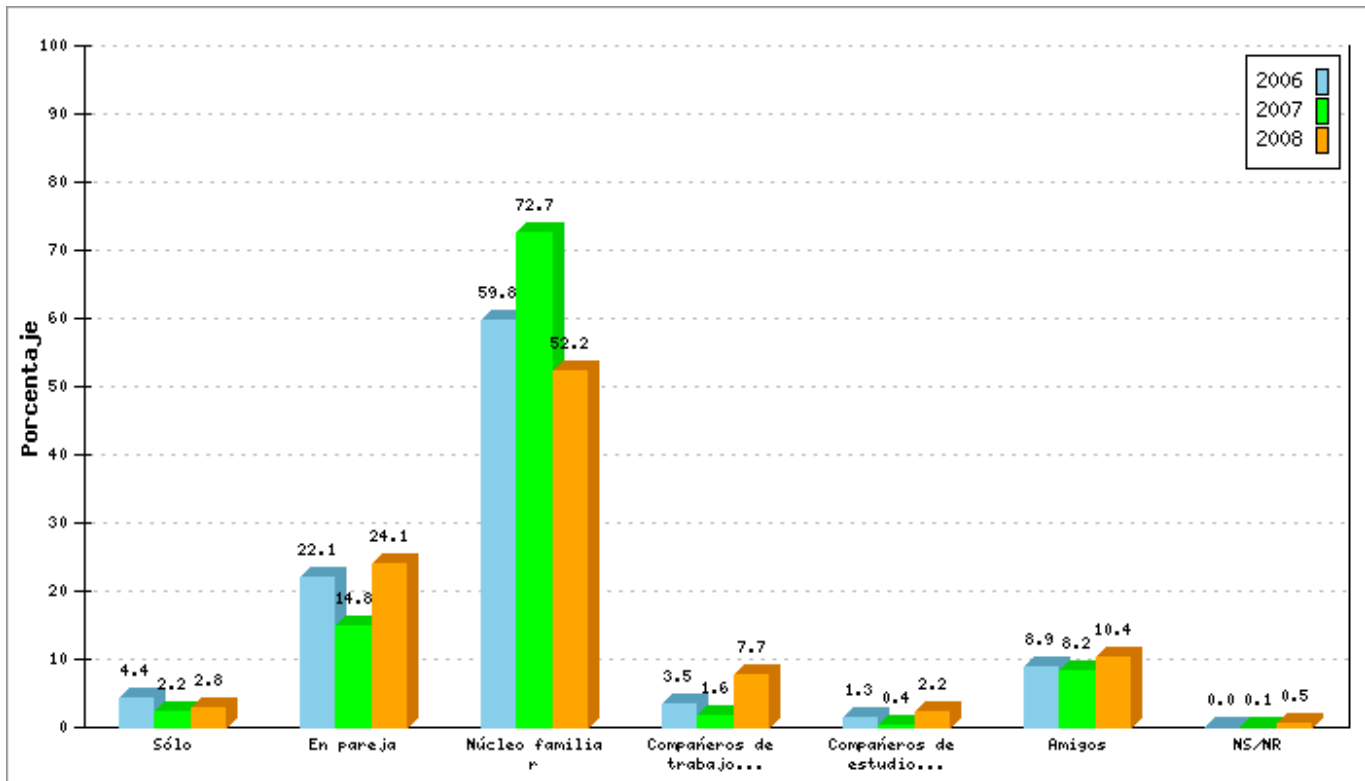


La encuesta 2008 muestra un comportamiento similar a la encuesta del año anterior; en el cual Cundinamarca, Valle y Antioquia continúan siendo los principales departamentos que demandan nuestro destino turístico.

En el año 2007 el 72% de los visitantes al Quindío tuvieron como procedencia estos 3 departamentos, situación que cambia significativamente este año, donde representaron un 58 %; lo que indica una disminución del 14%.

Es importante anotar que esta disminución se vio representada en un aumento de visitantes de los Departamentos de Santander , Tolima y "Otros" destinos.

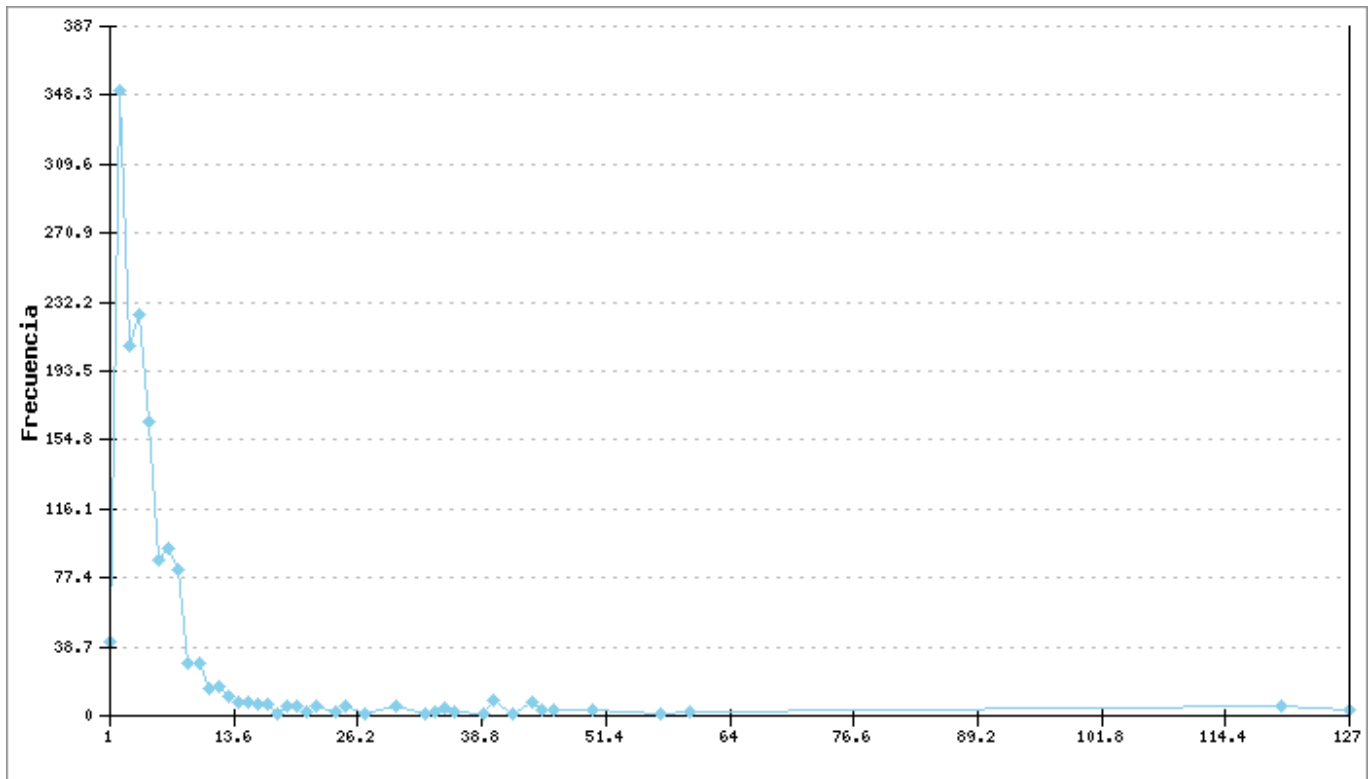
Comparación ¿en compañía de Quién viajo al departamento del Quindío? Semana Santa 06/07/08



Nuevamente se afirma que el mayor porcentaje de turistas que viajan al Departamento del Quindío lo integran los Grupos Familiares (52 %), seguido por los que viajan en Pareja (24 %).

Con respecto al año 2007, el porcentaje de visitantes que viajó con su "Núcleo Familiar", disminuyó en un 21 %; lo que podría pensarse que tiene relación con el aumento de los visitantes ubicados en los rangos menores de 40 años; ya que son los que tradicionalmente viajan en grupos de amigos, compañeros de trabajo y estudio; cifra que aumentó respectivamente en cada uno de ellos.

¿Cuántas personas viajaron al Quindío?

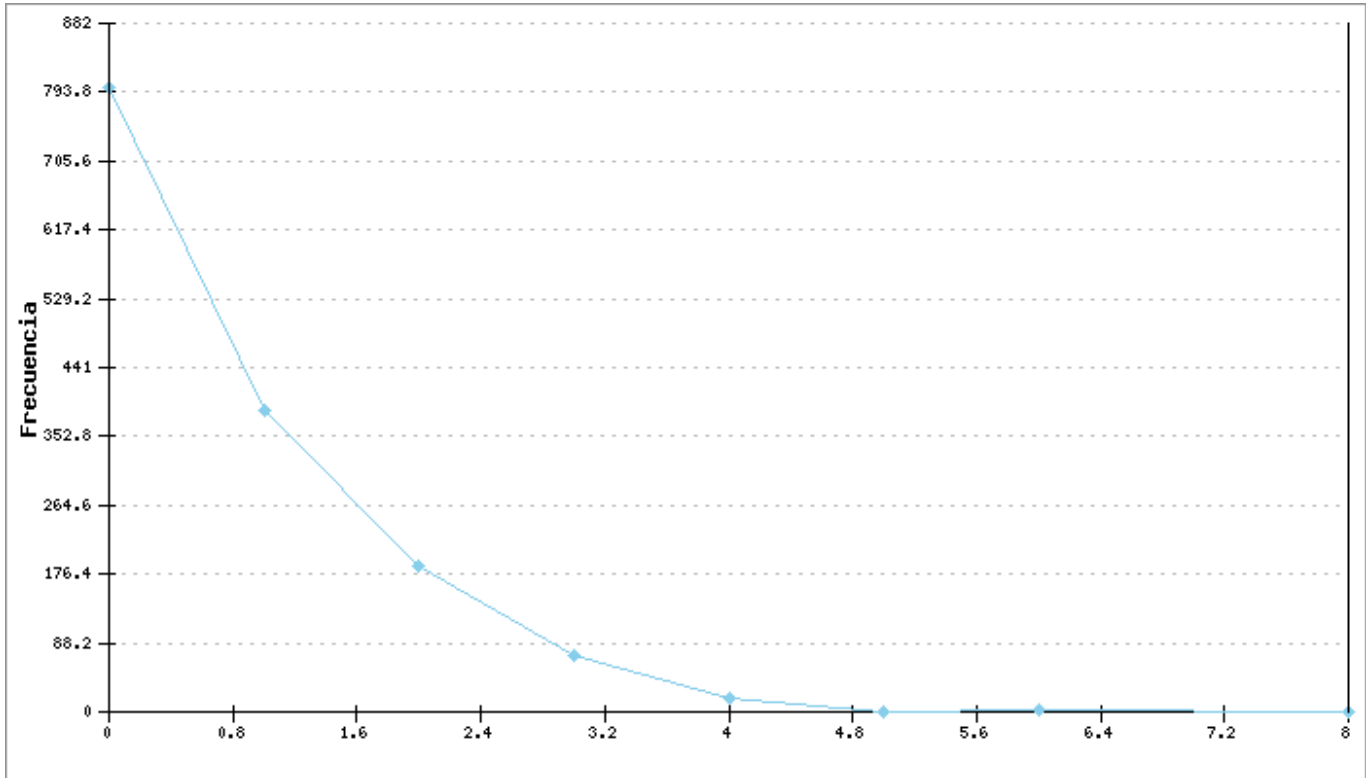


Esta pregunta tradicionalmente se evaluaba en rangos numéricos; por lo tanto no se tendrán comparativos con años anteriores, ya que este año la pregunta está en valor numérico.

Los resultados de este año dieron como promedio 6.77, lo que demuestra que los visitantes que arribaron al Departamento del Quindío venían en grupos familiares o en grupos muy grandes, lo que hizo que el promedio se incrementara.

Cabe destacar que la moda resultante fue de 2, estando representada en un 25% que probablemente agrupó a los que viajaron en Pareja.

En los dos últimos años. ¿Cuántas veces ha venido en plan turístico al Quindío, sin incluir estas vacaciones? 2008

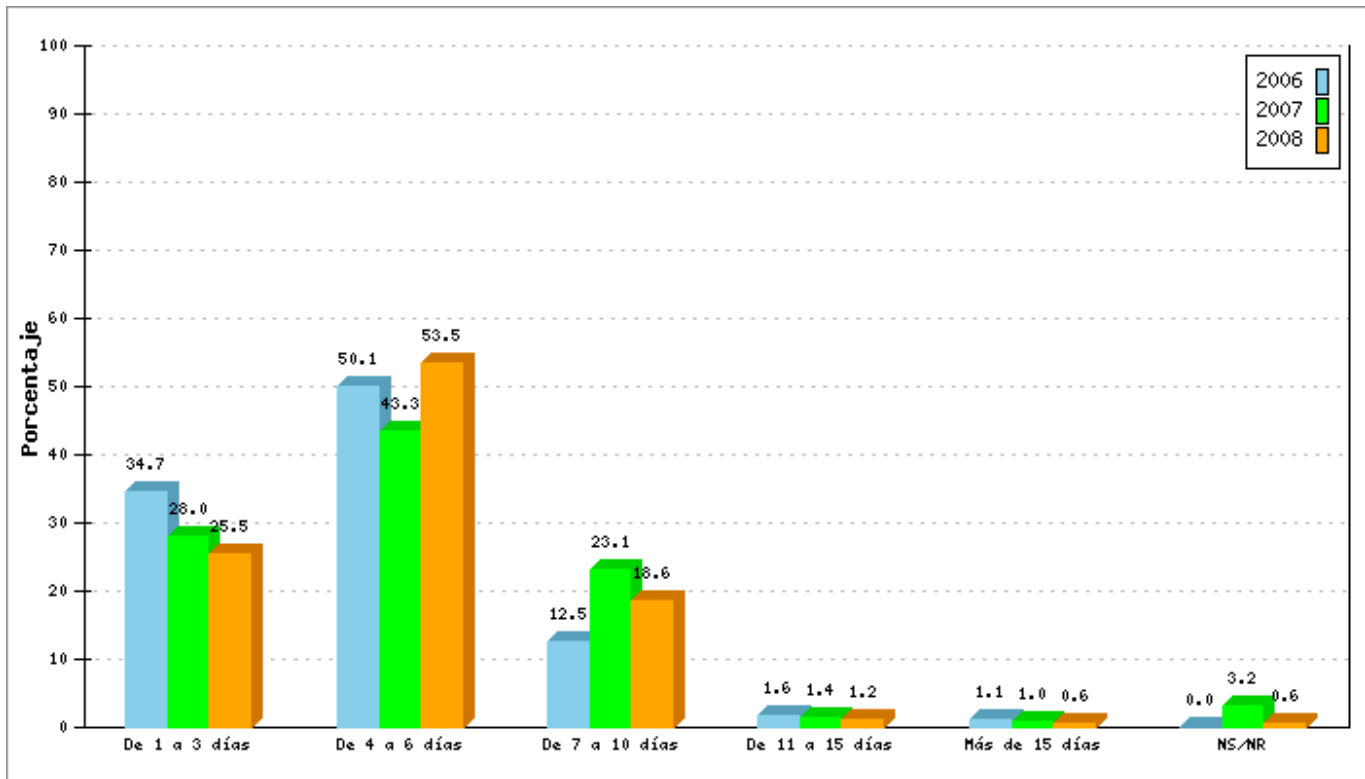


Esta pregunta en los anteriores observatorios se realizaba en rangos; por lo tanto no es posible realizar comparativos.

Los resultados en esta temporada presentaron un promedio de 0.73 como el número de veces en que se visita el departamento, indicando que la mayoría de personas (54 %) contestaron que era la primera vez que visitaban el destino y para el 24 % de los turistas era su segunda vez en los 2 últimos años.

Es importante anotar que el 8.2% de los turistas han visitado al Quindío por tercera vez en los 2 últimos años.

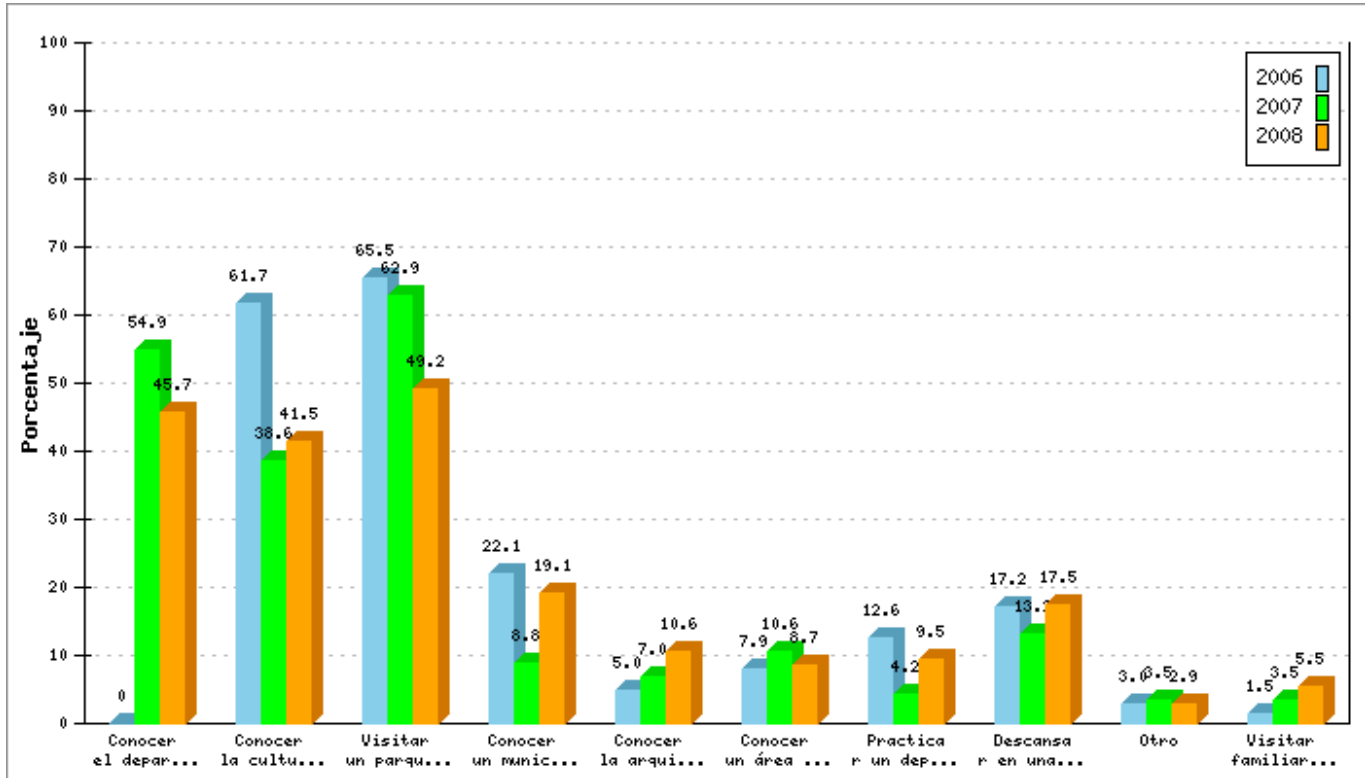
Comparación: ¿Cuanto tiempo tiene previsto permanecer en el departamento? Semana Santa 06/07/08



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 importante anotar que en el comportamiento de las temporadas de Semana Santa, el porcentaje más alto lo representan los periodos de 4 a 6 días; pero es de destacar que entre la Semana Santa 2007 y la de 2008 se presentó un incremento del 10.2%; lo que indica según los gráficos que el número de turistas cuya estadía era de 1 a 3 días y de 7 a 10 días disminuyó en igual porcentaje; ubicándose en el promedio de días que normalmente ofrece Semana Santa (de 4 a 6).

Comparación: ¿Cuáles son los tres principales motivos por los que escogió el Quindío como su destino turístico en ésta oportunidad? Semana Santa 06/07/08

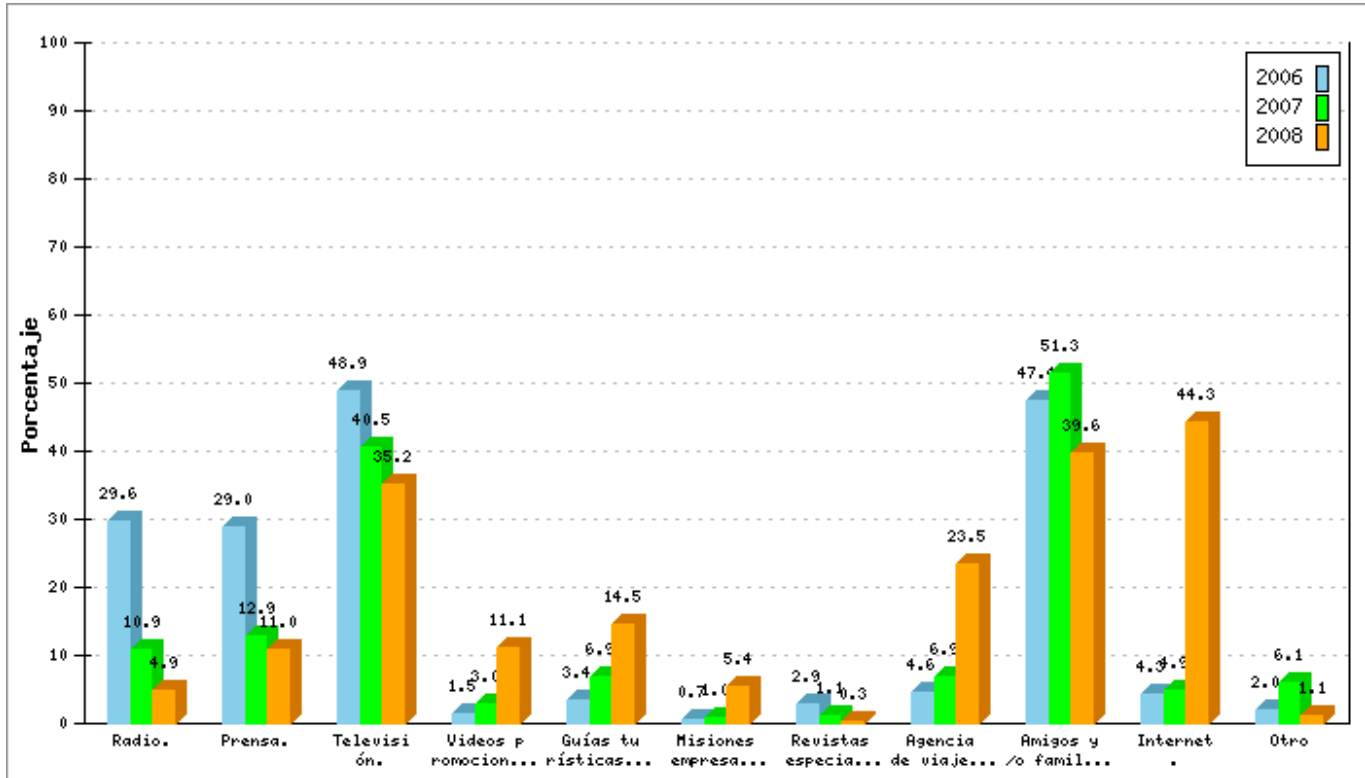


Partiendo que la pregunta tenía la opción de respuestas múltiples, esta Temporada presentó un comportamiento un poco diferente al año inmediatamente anterior.

La principal motivación para los visitantes continua siendo los Parques Temáticos, pero si lo comparamos con el año 2007, el porcentaje disminuyó en una proporción considerable (14 %); seguido de conocer el Departamento y conocer la cultura cafetera.

Cabe anotar que "Conocer un Municipio" y "Descansar en una Finca" presentaron un importante aumento.

Comparación: ¿A través de cuál(es) de los siguientes medios de comunicación se enteró sobre el Quindío como destino turístico? Semana Santa 06/07/08



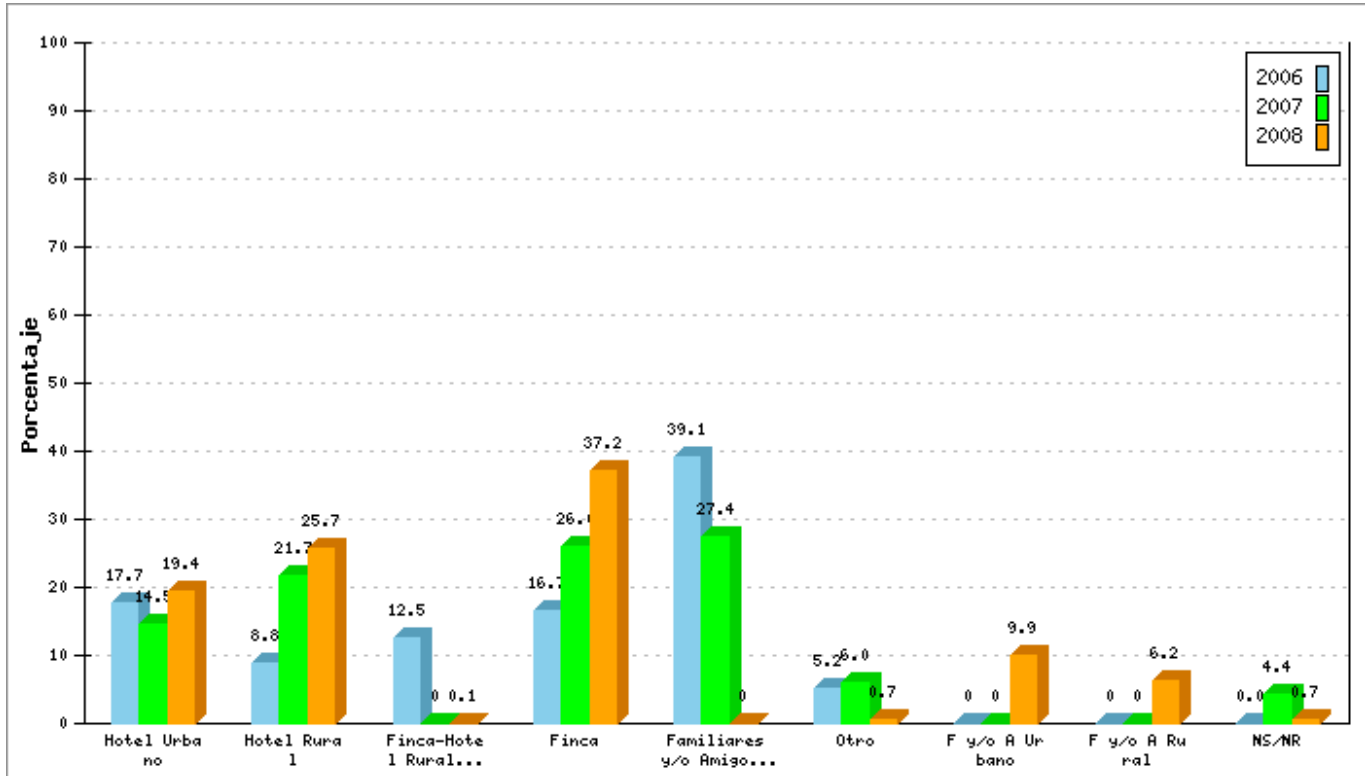
En los Siete Observatorios Turísticos realizados desde el 2005, el "referido" o comunicación entre amigos y familiares, siempre había sido el principal medio por el cual el turista se enteraba del destino Quindío.

En este Octavo Observatorio el "Internet" pasa a hacer el principal medio; seguido de "familiares y amigos", "Televisión" y "Agencia de Viajes".

En el aumento de la Internet en estas vacaciones como el medio más utilizado para enterarse del Quindío como destino turístico vale la pena realizar un detallado análisis, pues se pasó de un 5% en la temporada pasada de Semana Santa a un 44% en el 2008. Claro está que en la última encuesta de fin de año 2007 ya se registraba un porcentaje de 20.8%, indicando que en cada temporada la modalidad está siendo más utilizada por el turista.

Para el empresario turístico este 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.

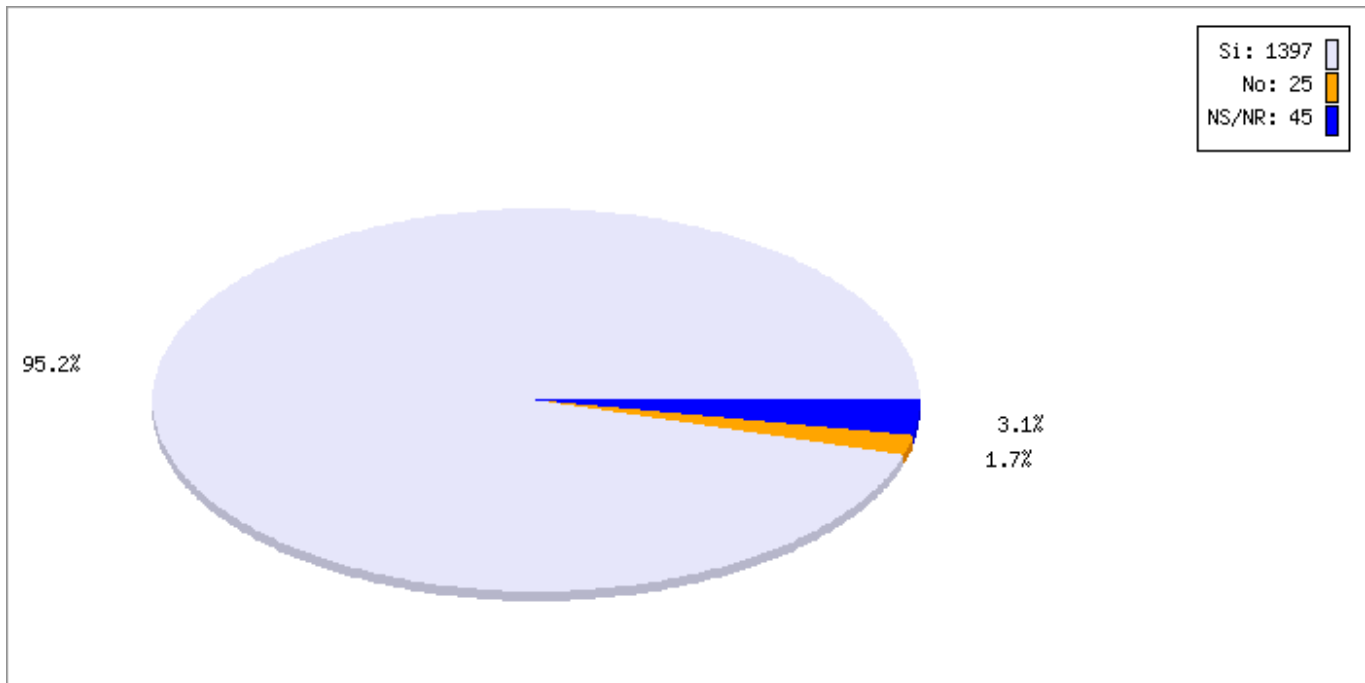
**Comparación: ¿En cuál de las siguientes modalidades de alojamiento se encuentra usted hospedado?
Semana Santa 06/07/08**



De acuerdo con el perfil de un modelo de turismo rural, la mayor demanda por alojamiento según los turistas fue por las "Fincas" y "Hotel Rural", que en su conjunto alcanzaron el 63 %. Comportamiento que en épocas de Semana Santa se presenta, ya que los turistas en esta época vacacional prefieren los hoteles rurales.

El hotel urbano este año presentó un 19.4% frente a un 14.5% del año 2007 lo que significa un incremento del 4.9% más turistas que utilizaron esta modalidad de alojamiento. Según datos de COTELCO de semana santa 2008, los hoteles urbanos para el primer ciclo de alojamiento (15 - 18 marzo) presentaron un 30% de nivel de ocupación, y para el segundo ciclo (19 - 24 marzo) esta modalidad de alojamiento presentó un 69% de ocupación; lo que significa, según la agremiación que se presentó un buen nivel.

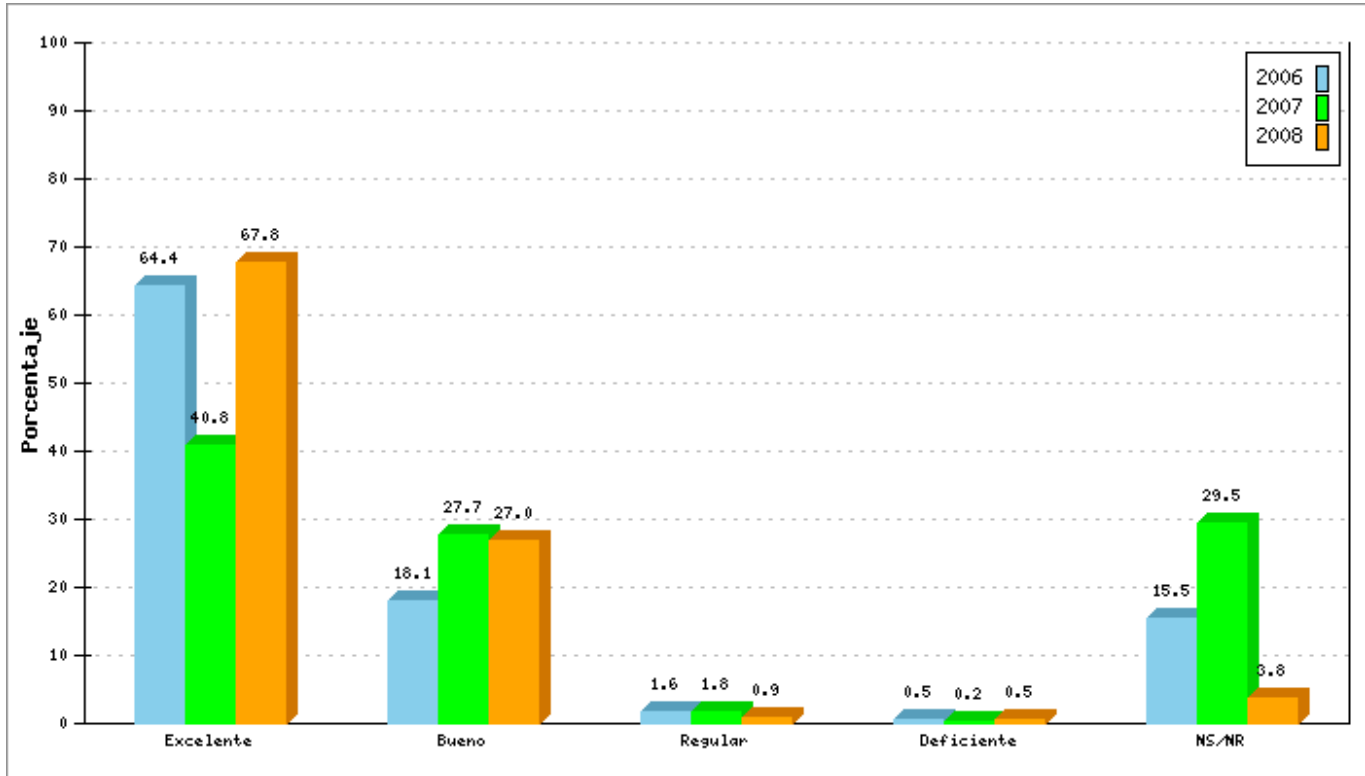
¿El alojamiento cumple sus expectativas de acuerdo a lo que le ofrecieron?



Esta pregunta se incluye por primera vez en esta Octava Edición del 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, el 95.2% afirma que se cumplieron las expectativas durante la visita, resaltando el buen desempeño por parte de las agencias turísticas.

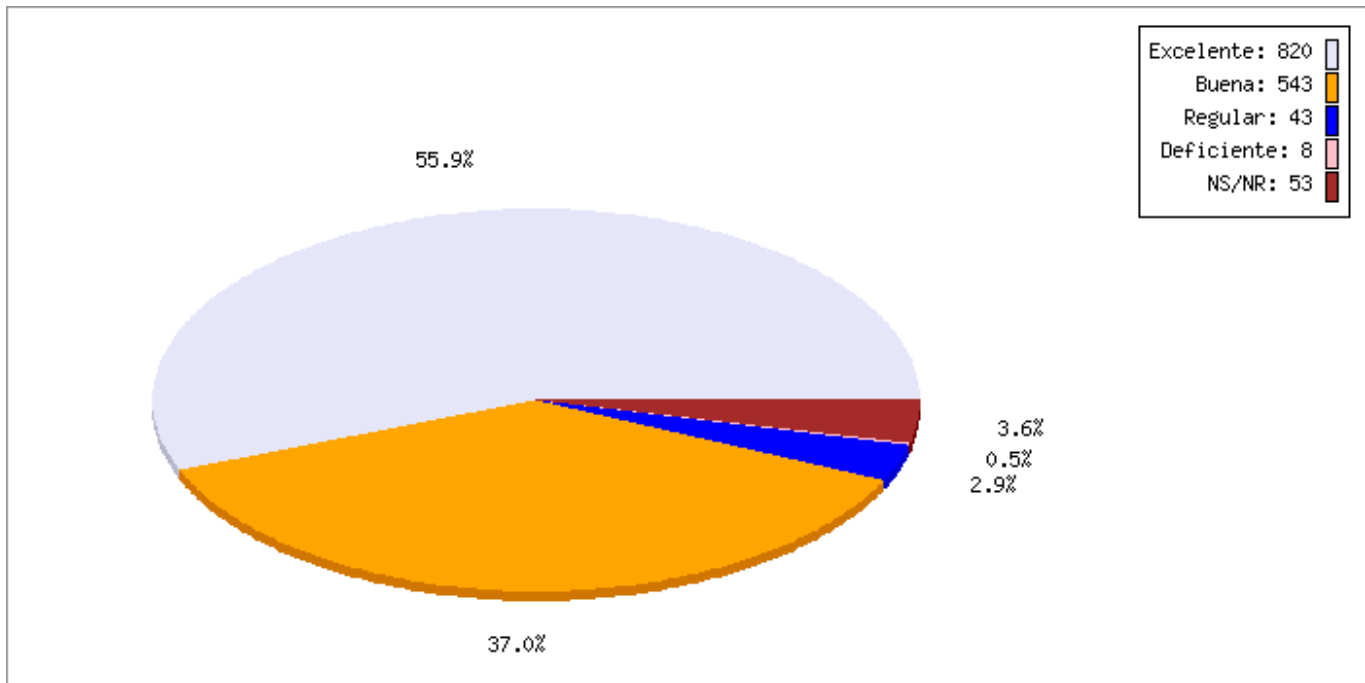
Comparación: ¿Cómo califica el servicio que está recibiendo en el lugar de hospedaje? Semana Santa 06/07/08



Las encuestas muestran que el 67.8% de los consultados expresaron que el servicio recibido en el lugar de hospedaje fue excelente y en un 27%, bueno. Comparado con el 2007 esta cifra respectivamente correspondía a 40,78% y 27,67%.

Es de anotar que la percepción de excelente por parte del turista se incrementó en un 27% con respecto a la encuesta de Semana Santa 2007. Es importante destacar la disminución de la respuesta NS/NR que en el 2007 fue de 29.72% comparada con el 2008 que fue de 3.8%, significando la satisfacción del turista frente al servicio recibido en el lugar de hospedaje.

Cómo califica la infraestructura en el lugar de hospedaje?



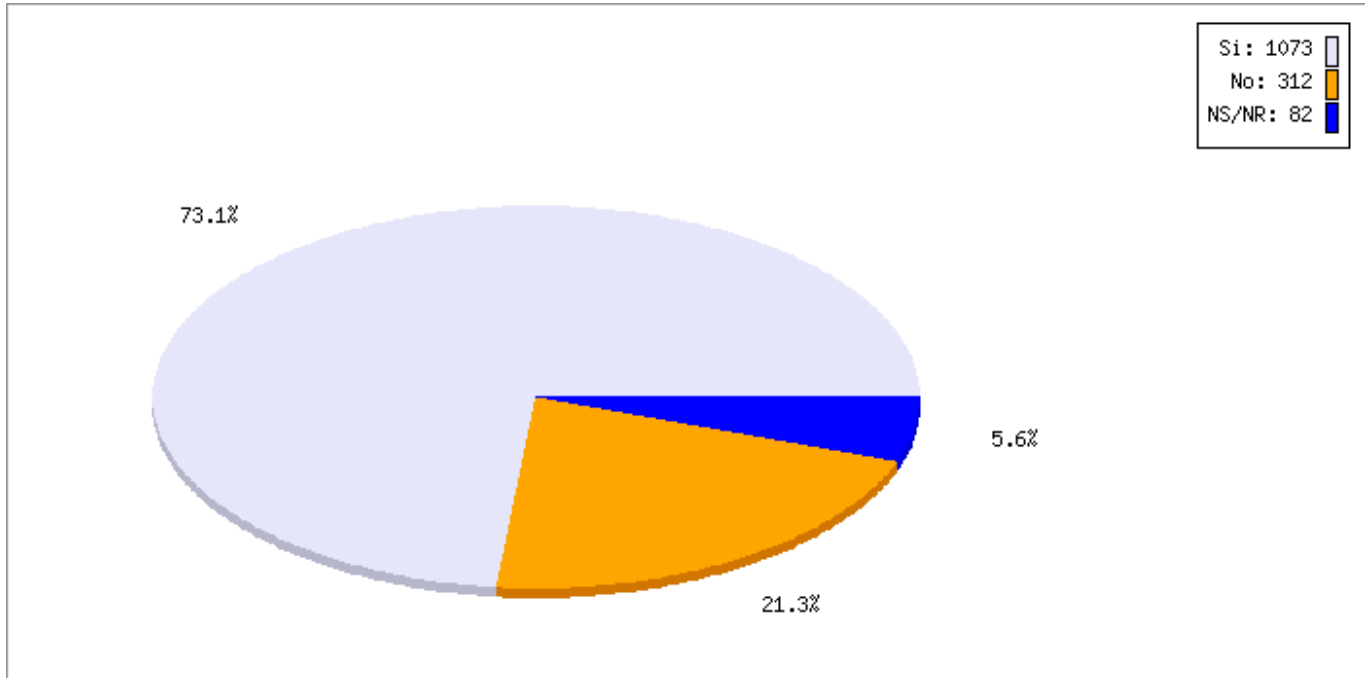
En la encuesta de Semana Santa del año 2007, la pregunta no fue incluida, razón por la cual el comparativo se realizará con la encuesta de turismo de Diciembre de 2007.

La calificación del turista frente a esta pregunta, fue muy similar a la última encuesta de turismo (Diciembre 2007) , donde la máxima calificación: excelente obtuvo un 55.9% para Semana Santa 2008 y 52,42% en Diciembre 2007. La calificación de bueno para el 2008 fue de 37%, mientras que en Diciembre de 2007 fue de 26.26%.

Es importante destacar que para finales de 2007, la respuesta del NS/NR representó un 20.52% frente a un 3.6%, corroborando el interés por responder objetivamente esta encuesta.

Con este resultado queda claro el interés de los empresarios turísticos en ofrecer calidad en sus servicios e instalaciones.

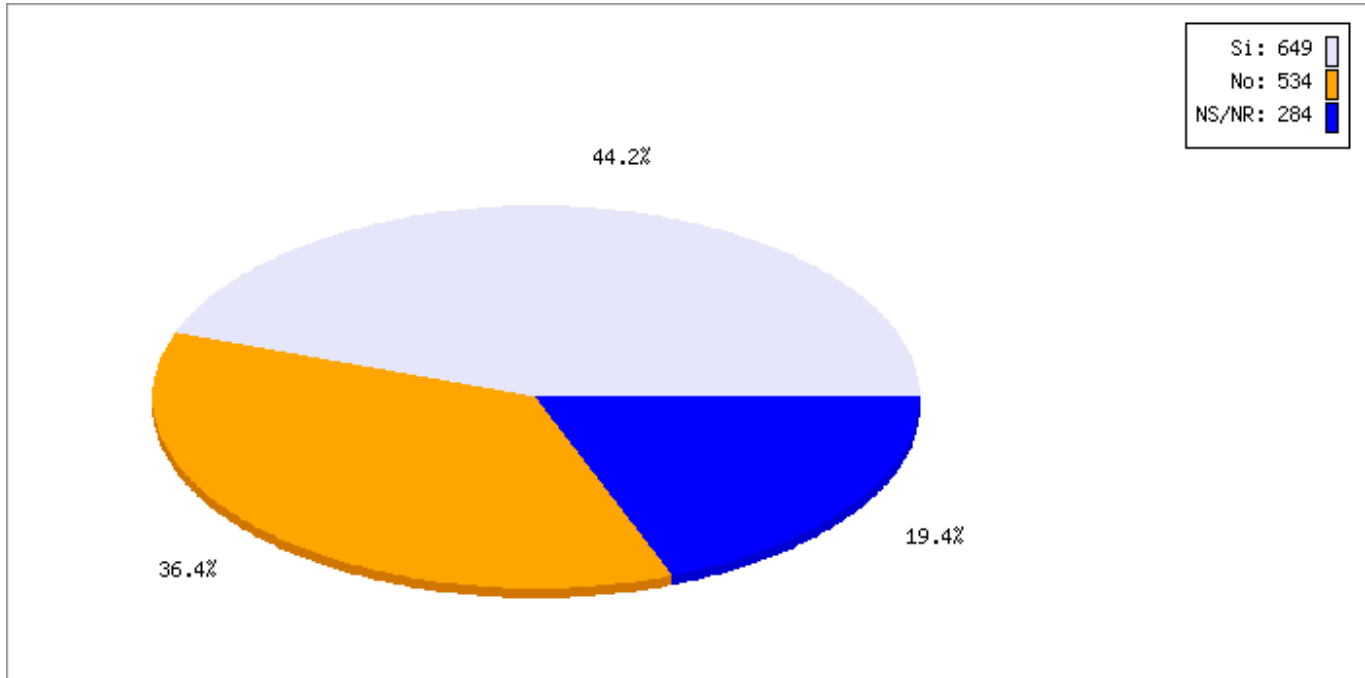
¿Considera usted que los alojamientos en el Quindío son competitivos frente a los de otros destinos nacionales?



Se incluyó esta pregunta con el propósito de establecer una relación comparativa con otros destinos del orden nacional y así adelantar acciones que permitan fortalecer la actividad.

La encuesta arroja que el 73.1% considera que los alojamientos quindianos son altamente competitivos con otras destinos nacionales; sin embargo, el 21.3% considera que no lo son, por lo que se hace necesario 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.

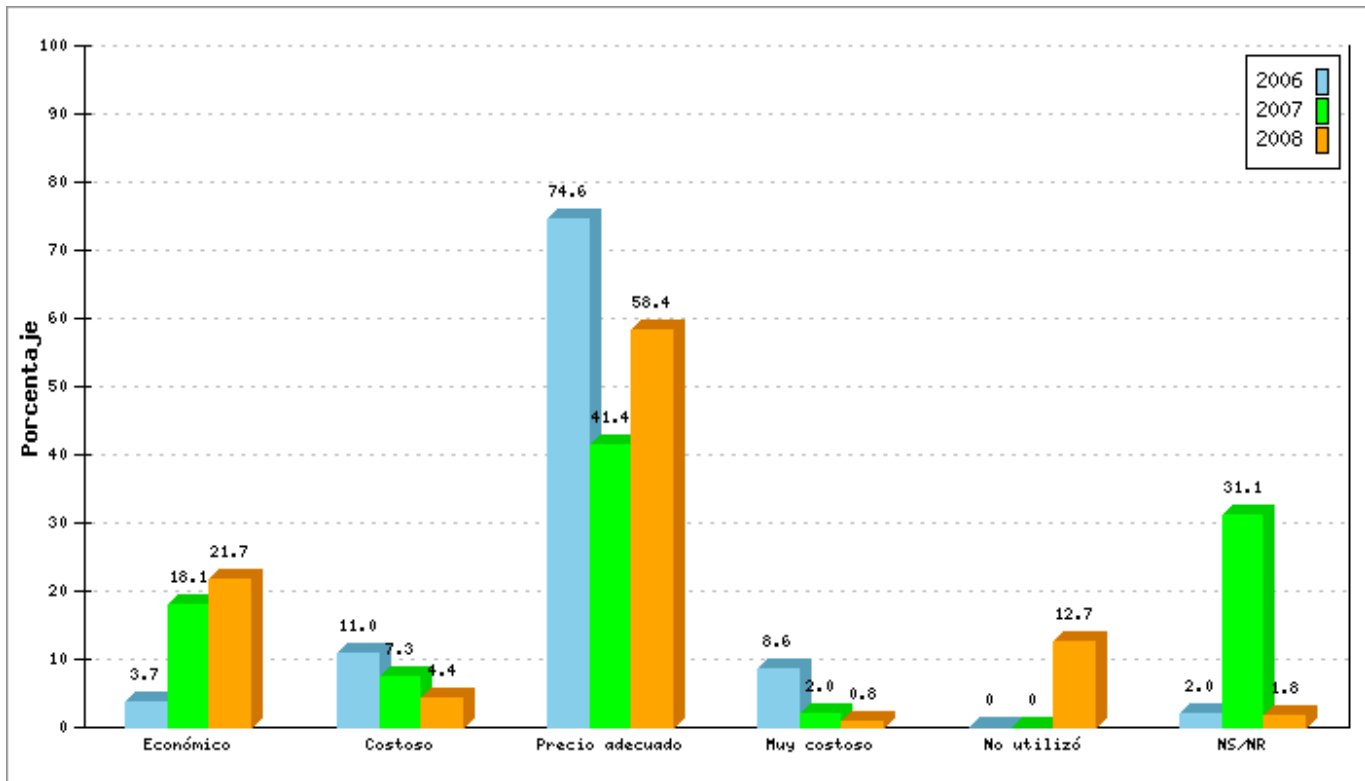
¿Considera usted que los alojamientos en el Quindío son competitivos frente a los de otros destinos internacionales?



El objetivo de esta pregunta era conocer la percepción del turista frente al destino Quindío y las posibilidades de competir con mercados turísticos internacionales, algo para lo cual se debe trabajar constantemente.

El 44.2% de los encuestados afirmó que el Quindío si es competitivo en el ámbito internacional, resultado que se presenta como un reto para el sector turístico del departamento donde se exige mejorar la calidad de los servicios, ampliar la oferta de paquetes y posicionar esta oferta a través de su promoción y difusión en mercados internacionales.

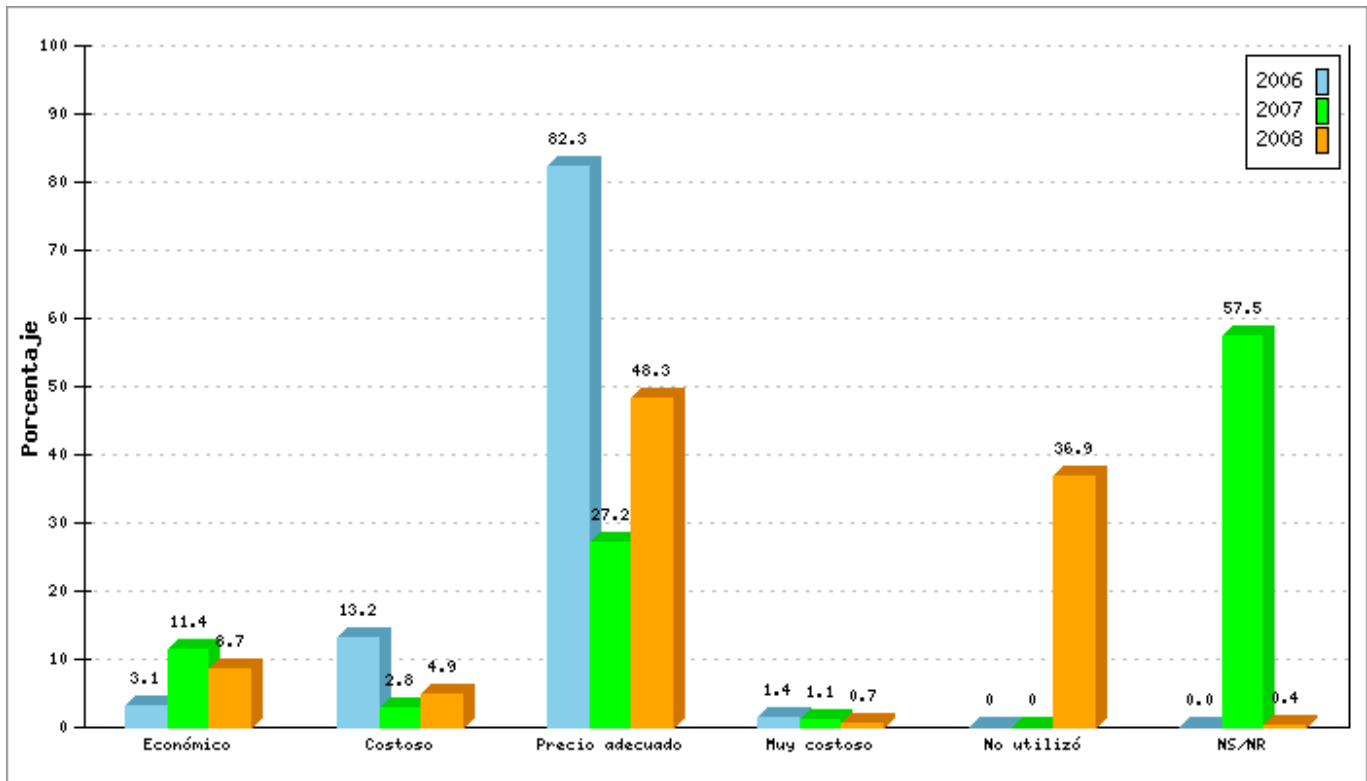
Comparación: En su concepto, Cómo considera el costo de Alojamiento Semana Santa 06/07/08



Los resultados del Octavo Observatorio Turístico arrojan que un 80.1% de los encuestados afirman que los costos de alojamiento están entre adecuados y económicos; la misma comparación con la Semana Santa de 2007 arroja una calificación de 59.51%, resaltando que en el 2007 un 30.98% se alojó donde familiares y amigos frente a un 12.7% en el 2008; esto indica que el turista para esta temporada prefirió alojarse en alojamientos urbanos y/o rurales.

Esto es muy positivo puesto que los visitantes hacen un esfuerzo por acceder a los diferentes paquetes turísticos del destino, situación que se revierte en la dinámica económica del sector turístico.

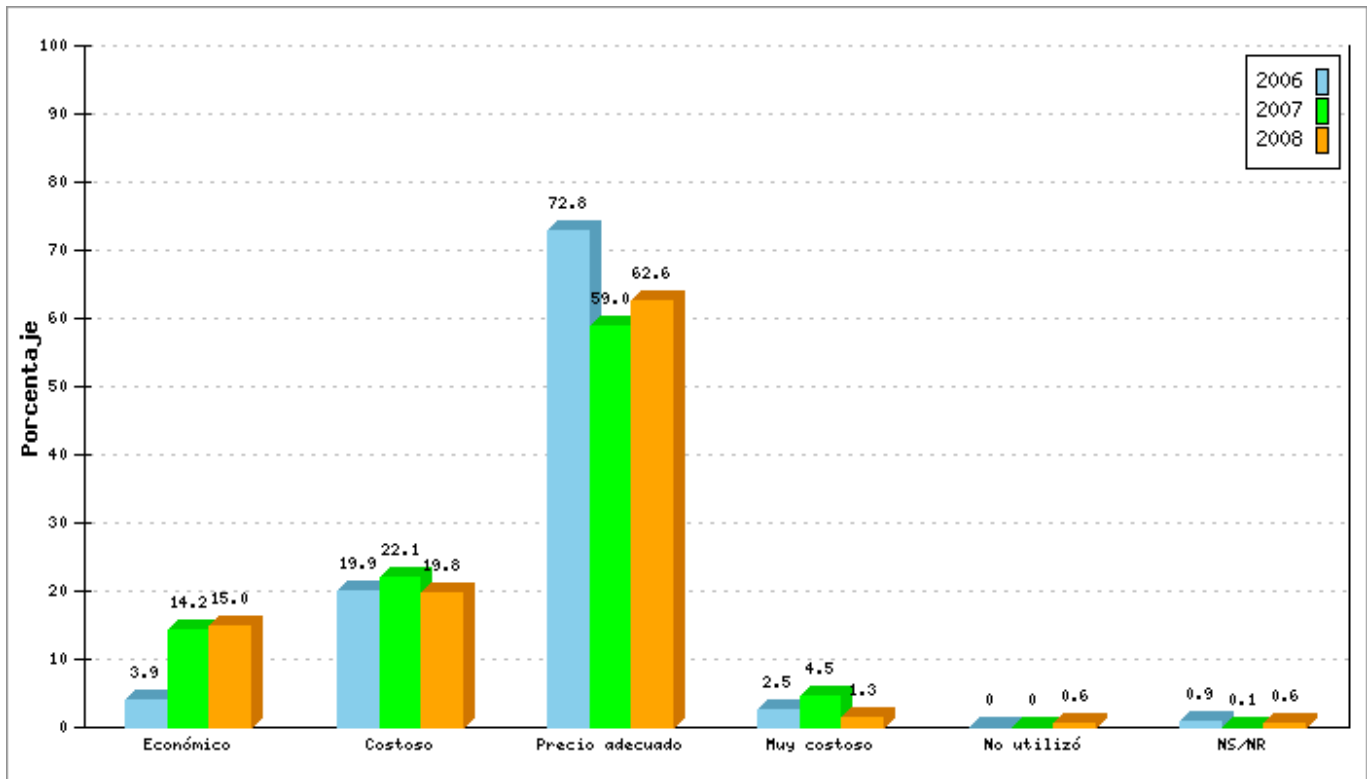
Comparación: En su concepto, Cómo considera el costo de Transporte Semana Santa 06/07/08



Para el 57% de los turistas encuestados en Semana Santa de 2008, el costo de transporte fue adecuado y económico; el 5.6% opinó que el valor a pagar por el transporte fue entre costoso y muy costoso. El porcentaje restante 36.9% corresponde a quienes no utilizaron este servicio.

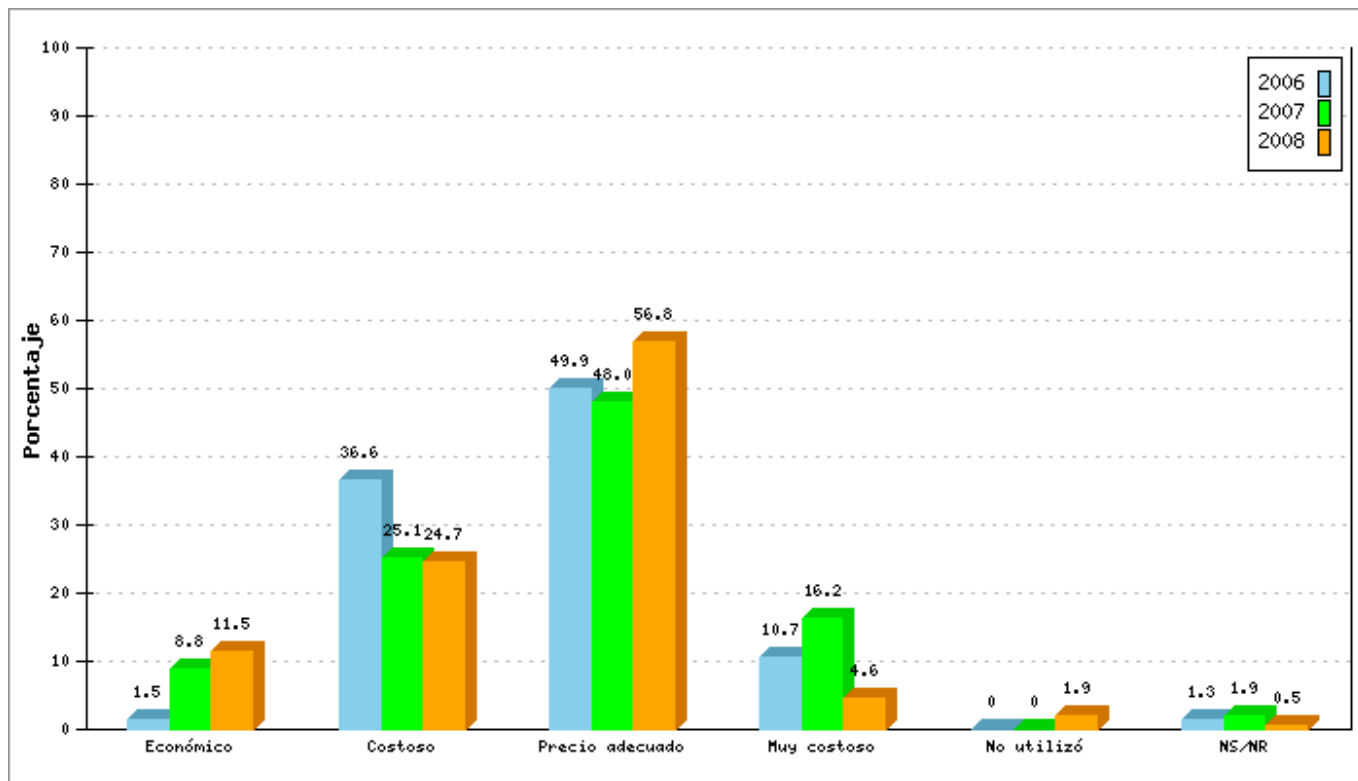
Comparándolo con la misma temporada en 2007, el comportamiento fue a la inversa, donde el 38.55% de los turistas encuestados opinó que el costo de transporte se ubicaba en adecuado y económico; y entre costoso y muy costoso el 3.93%, lo que indica que el 57.33% restante no utilizó este servicio. Este último comportamiento coincide en que la mayoría de los turistas arribaron en vehículo particular al destino.

Comparación: En su concepto, Cómo considera el costo de Gastronomía Semana Santa 06/07/08



En los resultados de los observatorios aplicados en la temporada de Semana Santa 2007 y 2008, la opinión del turista con respecto a los costos de gastronomía siempre han estado en los conceptos de precio " adecuado " y " económico ". Sin embargo, entre un 20% y un 25% de los encuestados han calificado en las 2 últimas encuestas de turismo como "costoso" y "muy costoso " la gastronomía local; esta situación lleva a que cada vez más se generen precios atractivos en la oferta gastronómica.

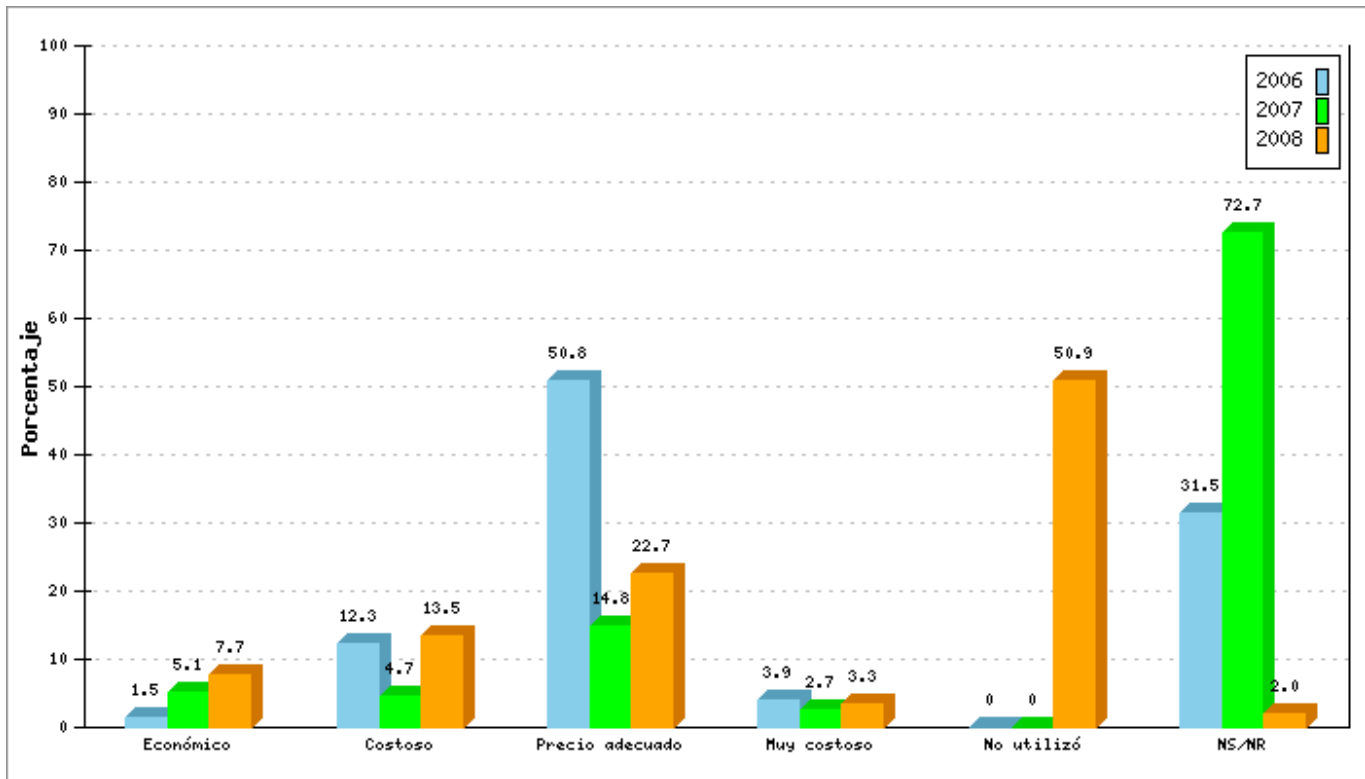
Comparación: En su concepto, Cómo considera el costo de Parques temáticos Semana Santa 06/07/08



Según los resultados del observatorio 2008, el 68.3% de los encuestados opina que el costo de ingreso a los Parques Temáticos está entre adecuado y económico, frente a un 56.81% que opinó lo mismo en el observatorio del 2007; esto indica que para la temporada objeto de estudio, un 11% más de turistas que anteriormente consideraban costoso el servicio, hoy lo consideran entre adecuado y costoso.

Con ello se ratifica que el turista no considera costoso el ingreso a los parques, algo que sin duda se contrapone a los comentarios que permanentemente se difunden en el sector sobre los altos costos para su ingreso.

Comparación: En su concepto, Cómo considera el costo de Deporte aventura Semana Santa 06/07/08

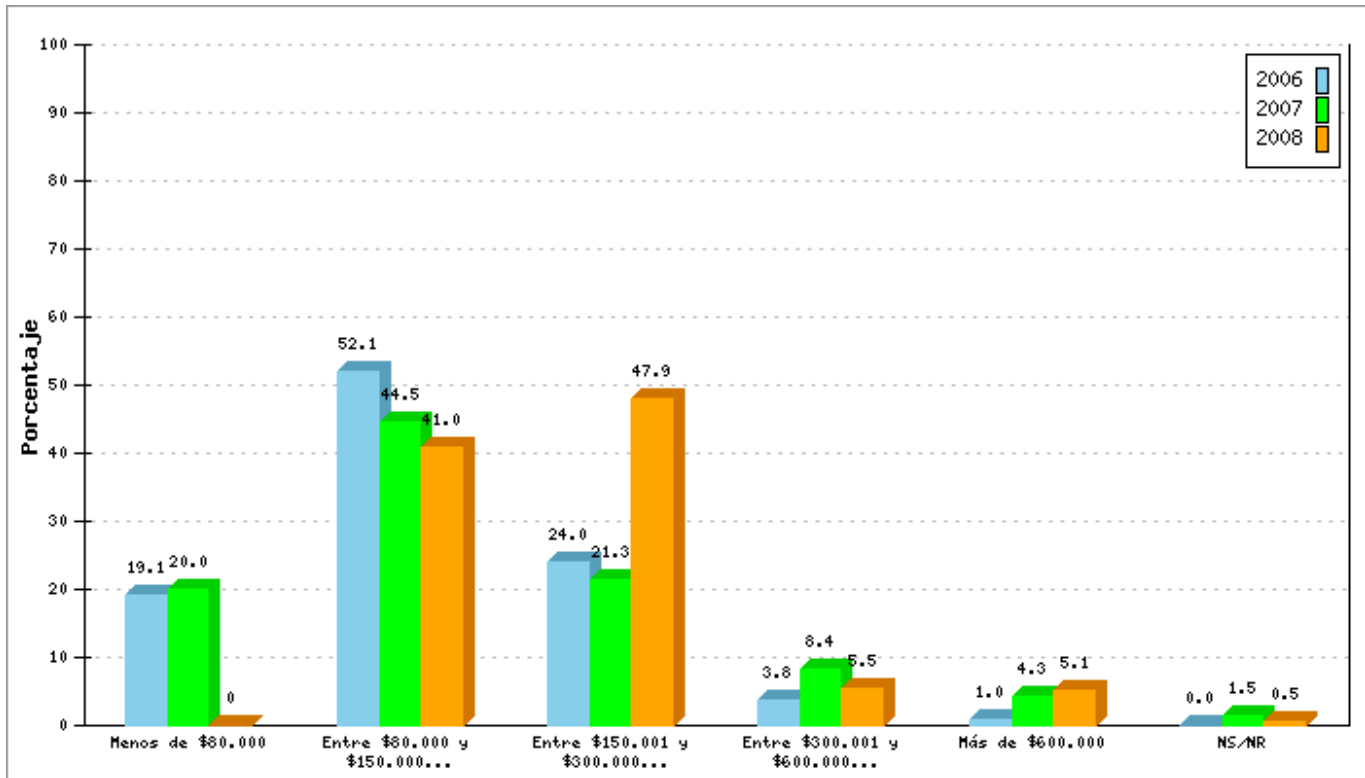


De acuerdo a los últimos observatorios turísticos donde un alto índice de turistas no participó en deportes de aventura durante su estadía, es importante señalar que en esta última temporada se incrementó el número de personas que demandaron esta actividad, donde en Semana Santa de 2007 un 72,33% y un 76,2% en diciembre de 2007 no practicaron actividades denominadas como deportes de aventura durante su visita al destino, resaltando que para Semana Santa de 2008, este porcentaje disminuyó a un 50.9% siendo el clima y el alto número de visitantes en rangos de edades entre 18 y 40 años, factores que determinaron este balance.

En consecuencia, de quienes practicaron deporte de aventura que corresponde al 49.1%, el 60% opina que el costo para acceder a estas actividades está entre adecuado y económico; por su parte para el 33.65% opina que está entre costoso y muy costoso; esto reitera que la mayoría de los turistas consideran que el costo de la actividad de deporte de aventura está entre adecuado y económico.

La recomendación es para que las empresas que ofrecen los servicios de deportes de aventura y extremo, realicen una difusión amplia y pertinente para las temporadas venideras, aprovechando el repunte de esta actividad.

**Comparación ¿Cuánto invirtió en el departamento del Quindío durante su estadía? (por persona día)
Semana santa 06/07/08**

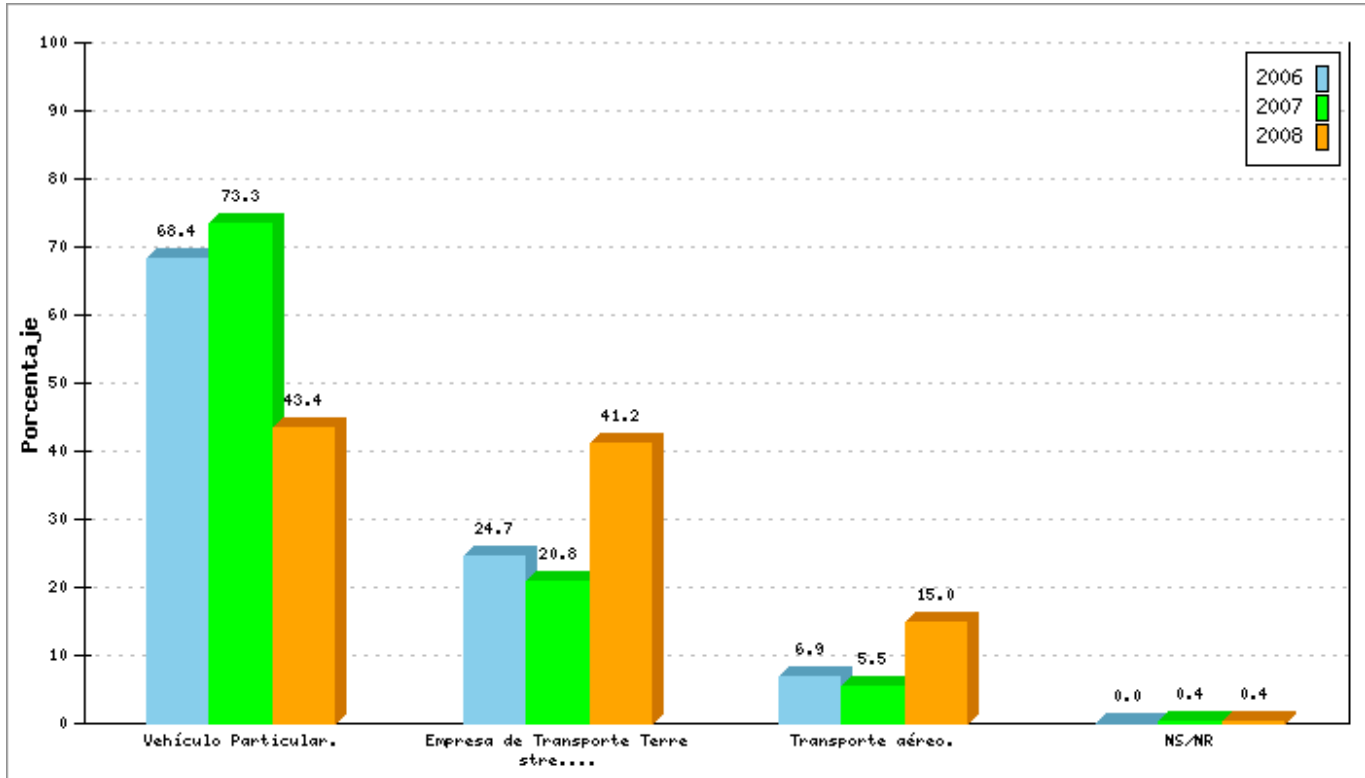


Es importante anotar que esta pregunta tuvo una sola variación: se le suprimió el primer rango de los valores (Menos de \$ 80.000).

Este año es relevante señalar que en comparación con la Semana Santa anterior, los turistas incrementaron en un 27% porcentual su nivel de inversión (persona / día), afirmando que un 48 % de turistas que arribaron al Quindío en esta temporada gastaron entre \$150.000 a \$300.000, comportamiento que no se había presentado en las últimas encuestas de turismo. Y si se compara con la encuesta de Diciembre de 2.007, el 21.96% declaró haber gastado en este rango; lo que significa que el turista en esta temporada de Semana Santa gastó más que en las pasadas vacaciones.

El rango más común en los Observatorios ha estado entre \$80.000= y \$150.000= (gasto persona /día).

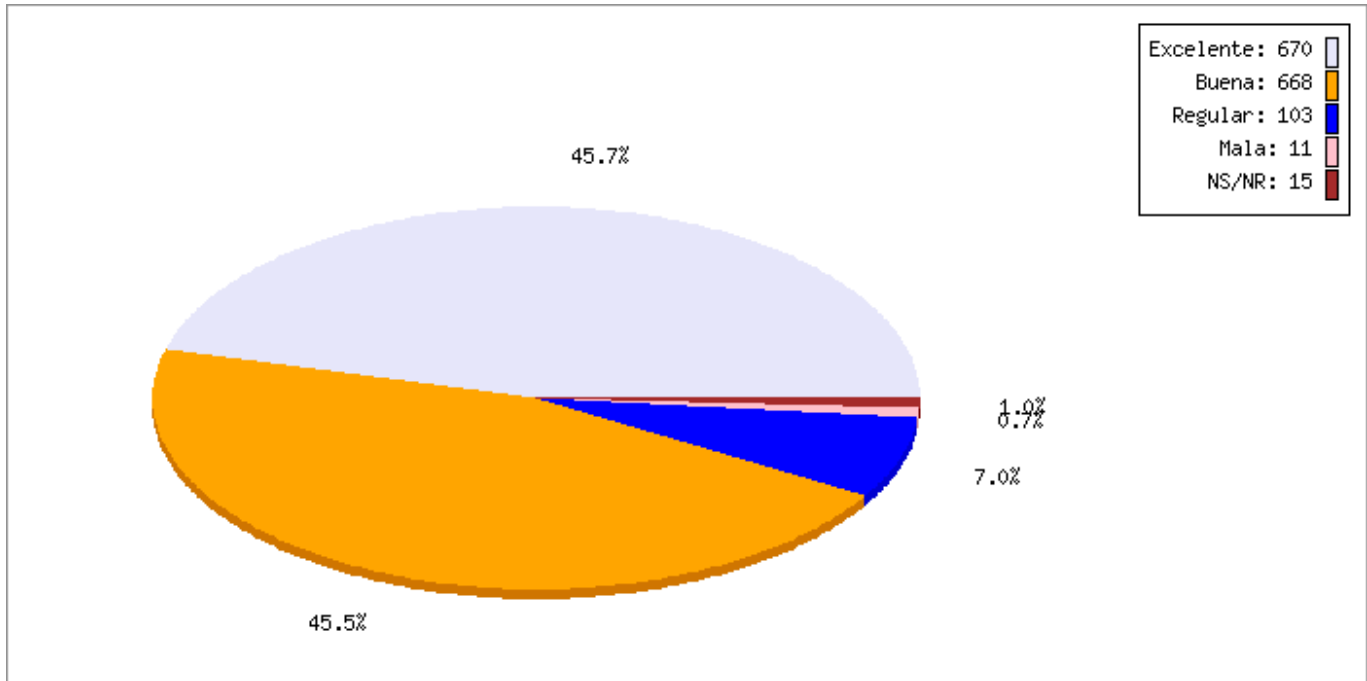
Comparación De los siguientes medios de transporte, ¿Cuál fue el que utilizó para desplazarse al departamento? Semana santa 06/07/08



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 Transporte Particular y las Empresas de Transporte Terrestre presentaron un porcentaje muy similar, 43% y 41%, respectivamente. Por último se ubica el medio de transporte aéreo, utilizado por el 15 % de los visitantes; esta última cifra resulta interesante si se compara con la semana santa 2.007 y 2.006, donde este medio solo fue utilizado en un 5% y 7% respectivamente.

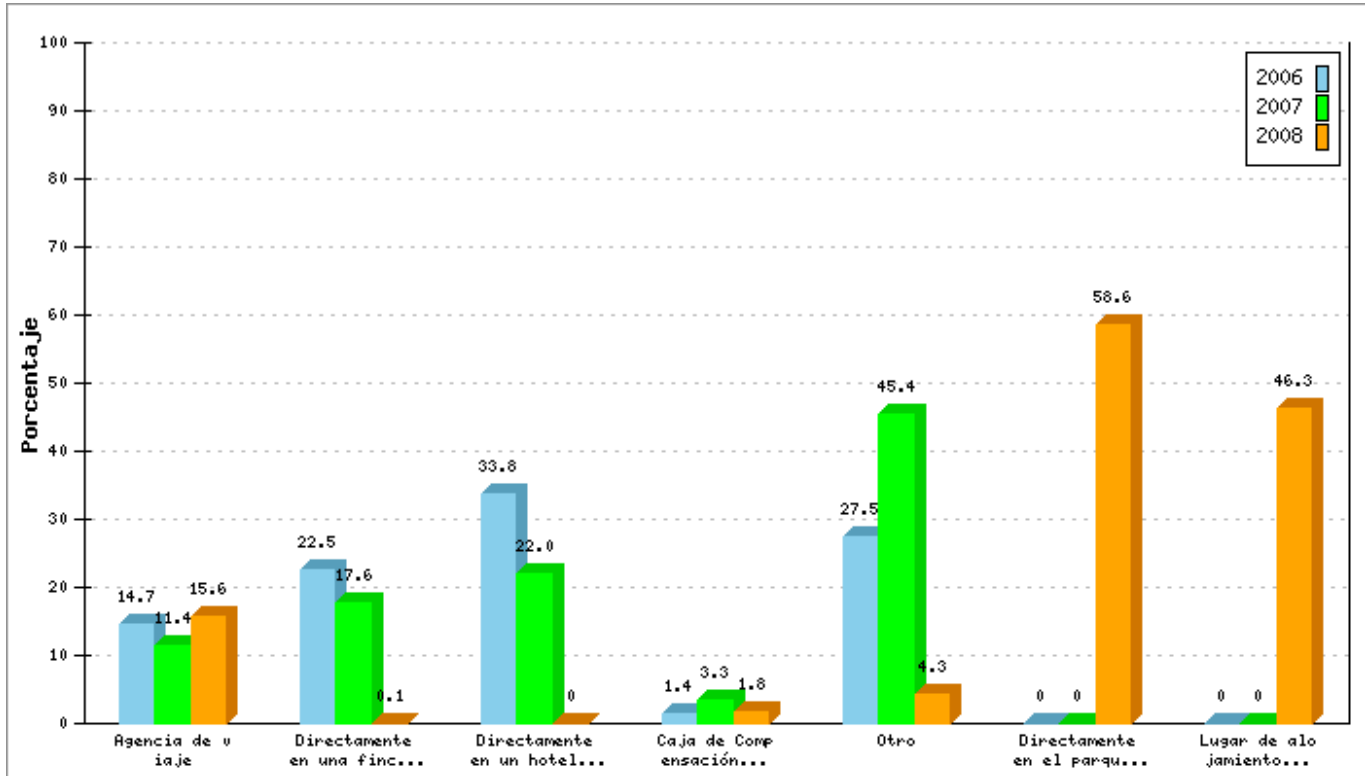
¿Cómo considera la señalización turística del departamento?



Este año el 90% de los encuestados percibió como buena y excelente la señalización del Departamento con relación a la misma temporada el año anterior, donde un 61.73% la consideró buena y excelente.

Es importante resaltar que este año un amplio porcentaje de los turistas no arribaron al Quindío en transporte particular lo que podría interpretarse como desconocimiento por parte de los mismos.

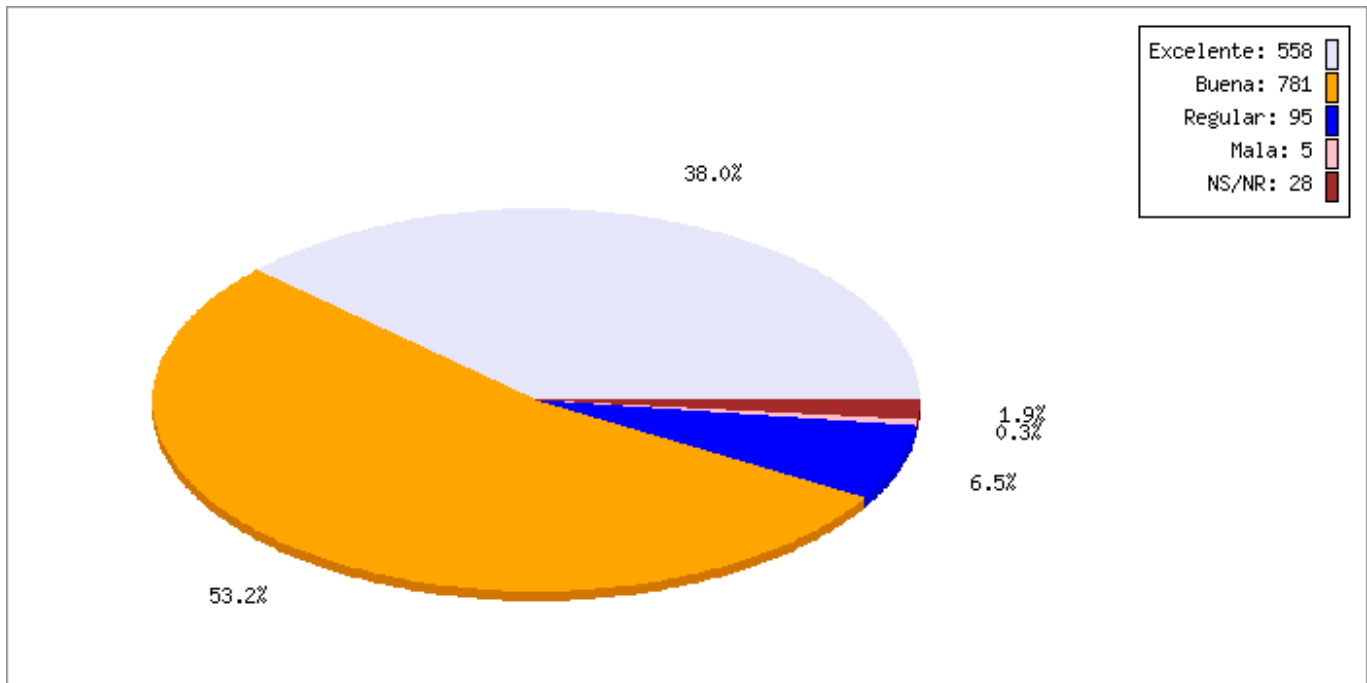
Comparación: De los siguientes lugares en los que puede comprar servicios turísticos ¿Cuál fue el utilizado por usted? Semana Santa 06/07/08



Sigue la misma tendencia con relación a los anteriores observatorios; de las 1467 encuestas aplicadas en la Semana Santa de 2008, 860 encuestados afirmaron que accedieron a los servicios turísticos en los parques que visitaron; los lugares de alojamiento y las Agencias de Viaje continúan en estricto orden como los sitios preferidos para adquirir los servicios.

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.

¿Cuál es su percepción sobre la oferta comercial del Departamento?

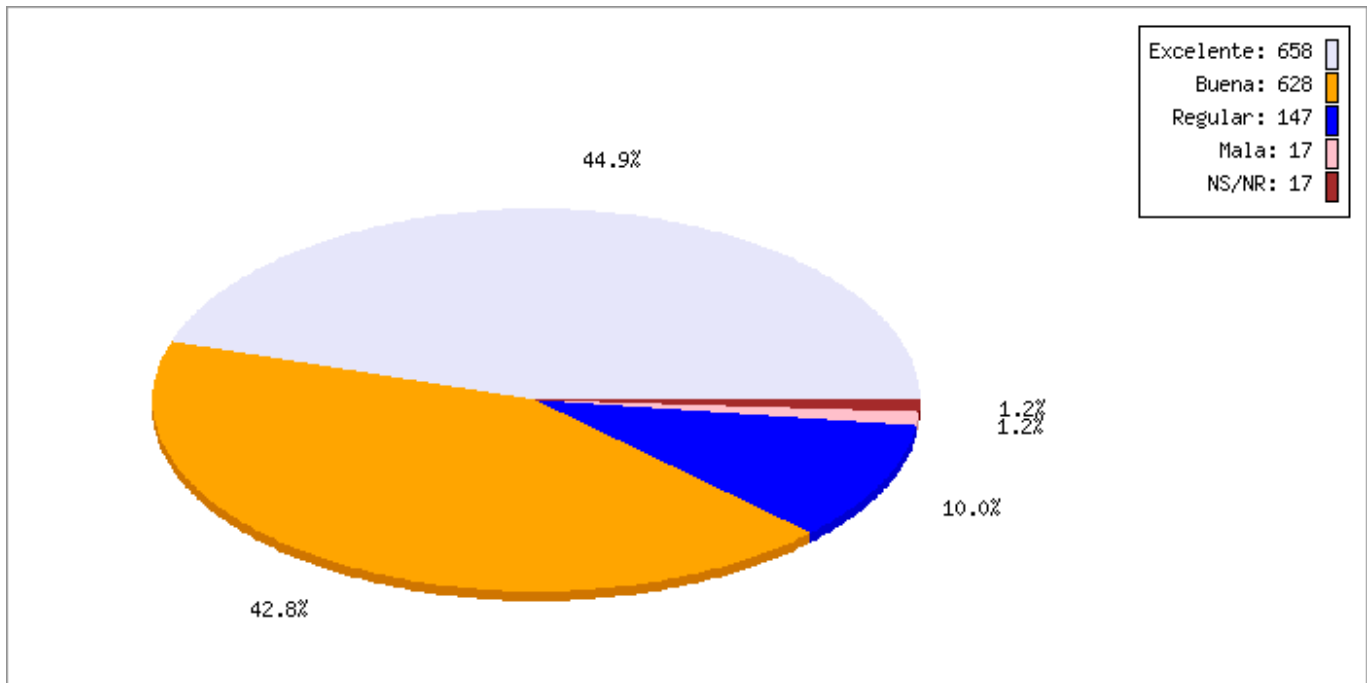


Este interrogante se incluyó por primera vez en el Observatorio Turístico, buscando a través de él conocer la oferta de productos y servicios que el Departamento del Quindío tiene a disposición de los turistas.

Las encuestas aplicadas arrojaron como resultado que el 53.2% de los consultados consideran que la oferta comercial es buena y un 38% opinó que es excelente, algo que sin duda confirma la evolución del comercio departamental en la ampliación de los servicios y/o productos combinándolos con variedad y calidad.

Cabe anotarse que se deben seguir adelantando acciones que promuevan un mayor dinamismo comercial, cubriendo las necesidades no sólo de visitantes sino también de los habitantes.

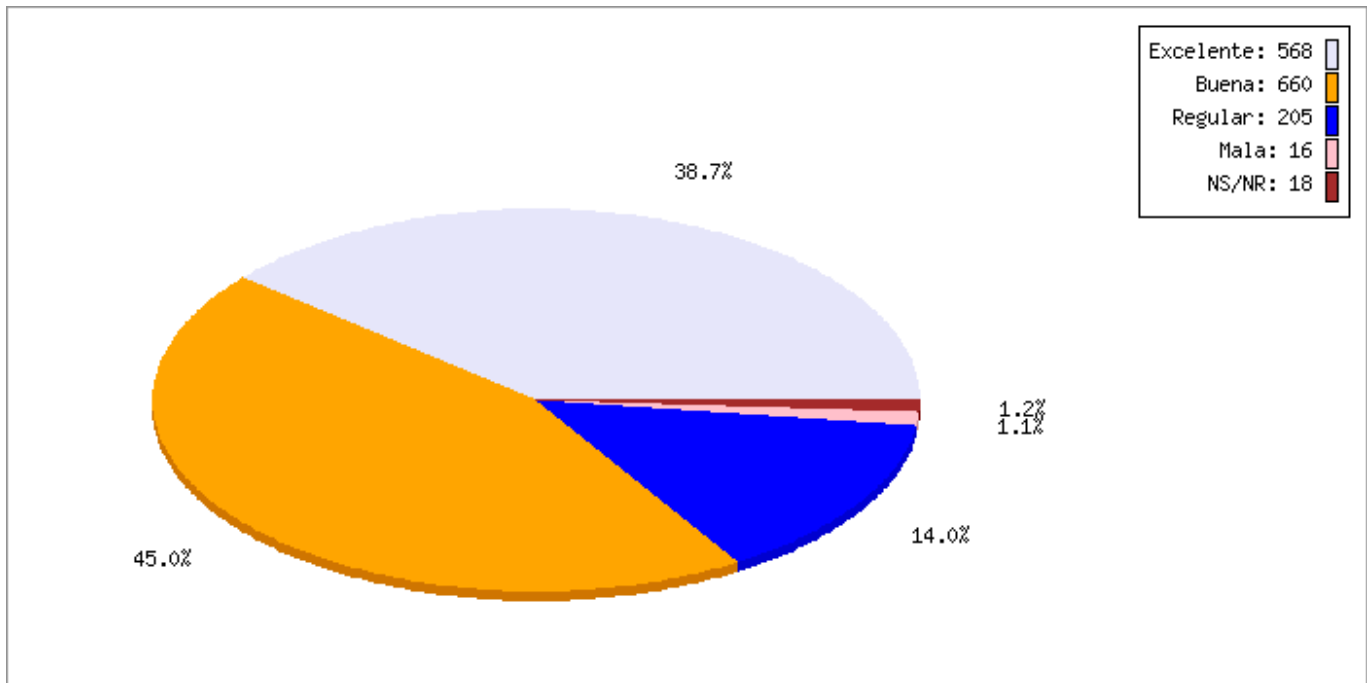
¿Cuál es su percepción frente a la seguridad en el Quindío?



Este interrogante se incluyó por primera vez en el Observatorio Turístico, buscando a través de él identificar la percepción de los turistas en cuanto a la seguridad del destino.

De acuerdo a los resultados se destaca la buena labor de la policía departamental velando por el bienestar, tranquilidad y seguridad de los turistas que por esta temporada visitaron al destino. No obstante se debe seguir en la implementación de estrategias que garanticen y posicionen a nuestro departamento como una de las zonas más seguras del país.

¿Cómo le parece la oferta gastronómica del Quindío?

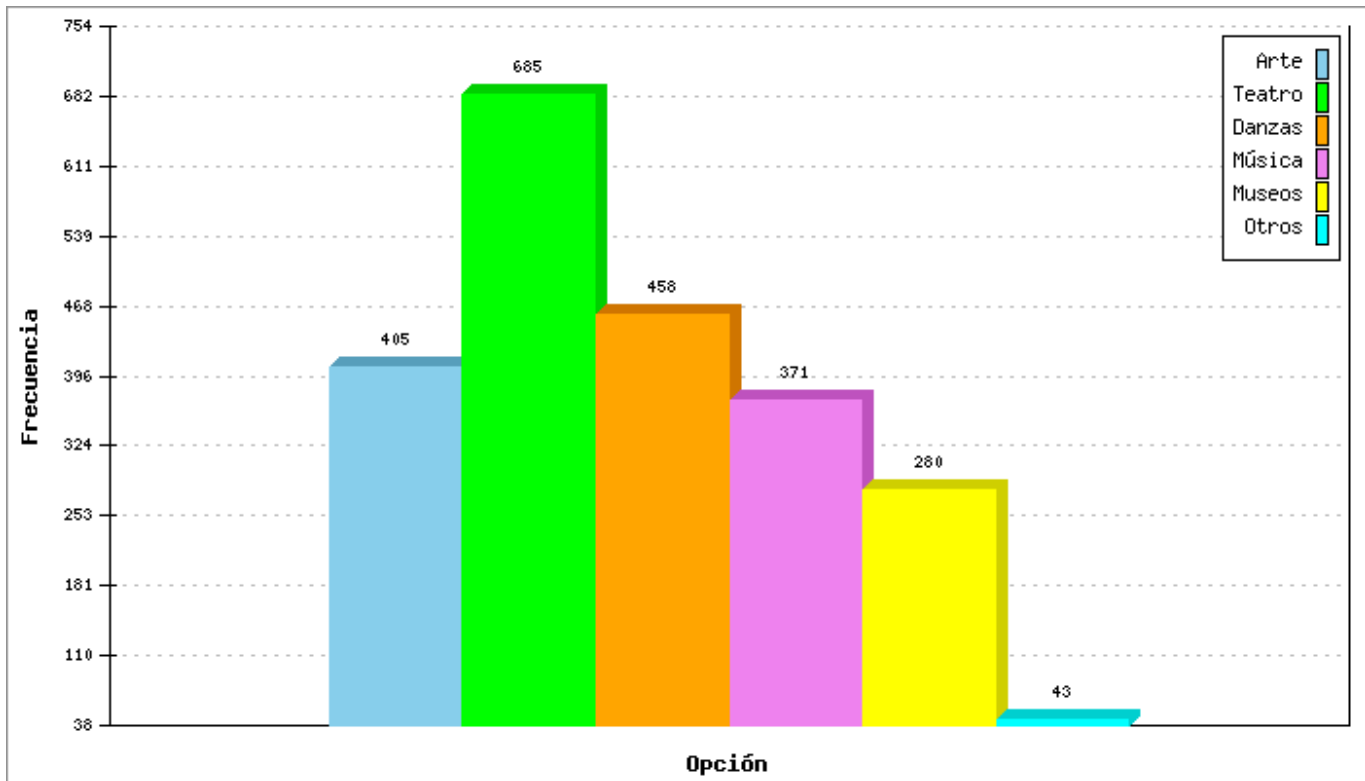


Un nuevo interrogante incluido en las encuestas que configuran este observatorio turístico. La gastronomía se convierte en un elemento fundamental a la hora de impactar al turista.

De los turistas consultados, el 45% afirmó que la oferta gastronómica fue buena y para el 38.7% fue excelente, resultado de la amplia variedad presente en restaurantes y sitios visitados. Este porcentaje elevado contrasta con el 14% que opinó que la oferta es muy limitada y por tanto regular.

Cabe destacarse que los empresarios del sector turístico del Quindío deberán seguir atentos a la prestación de un servicio óptimo en gastronomía caracterizado por variedad, presentación y sabor.

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

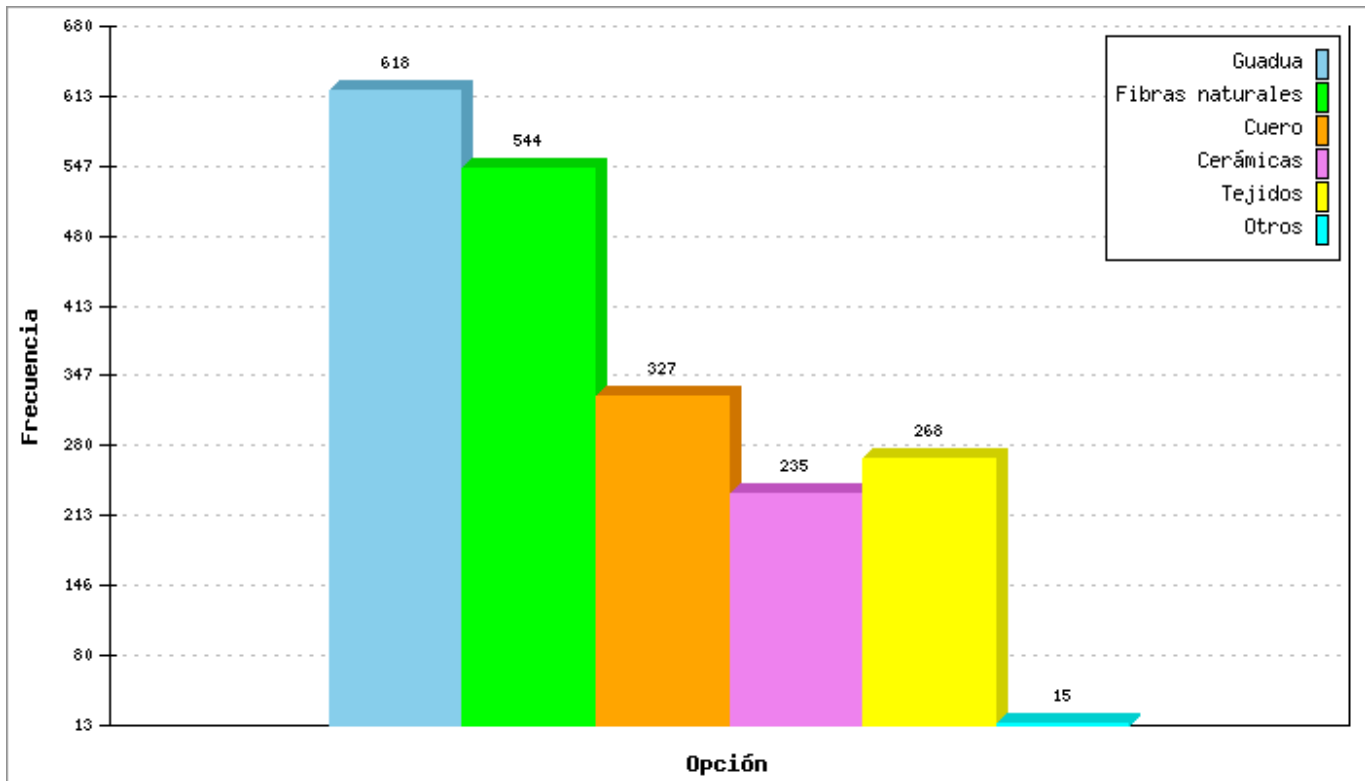


La actividad cultural es un complemento ideal para la temporada de vacaciones; es así como para este observatorio se incluyó esta pregunta obteniendo resultados que ameritan su discusión.

Del total de encuestados, 685 turistas que corresponden al 46.69% de la muestra, coincidieron con la actividad teatral como complemento ideal en unas próximas vacaciones. Las danzas y el arte completan este podium entre las preferencias de los visitantes al destino, con 458 (31.2%) y 405 (27.6%) encuestados, respectivamente.

Por tanto se hace necesario promover entre todas las áreas culturales del departamento una programación que incluya de forma permanente - en especial en las temporadas altas - actividades culturales y artísticas que refuercen al Quindío como un fuerte destino turístico.

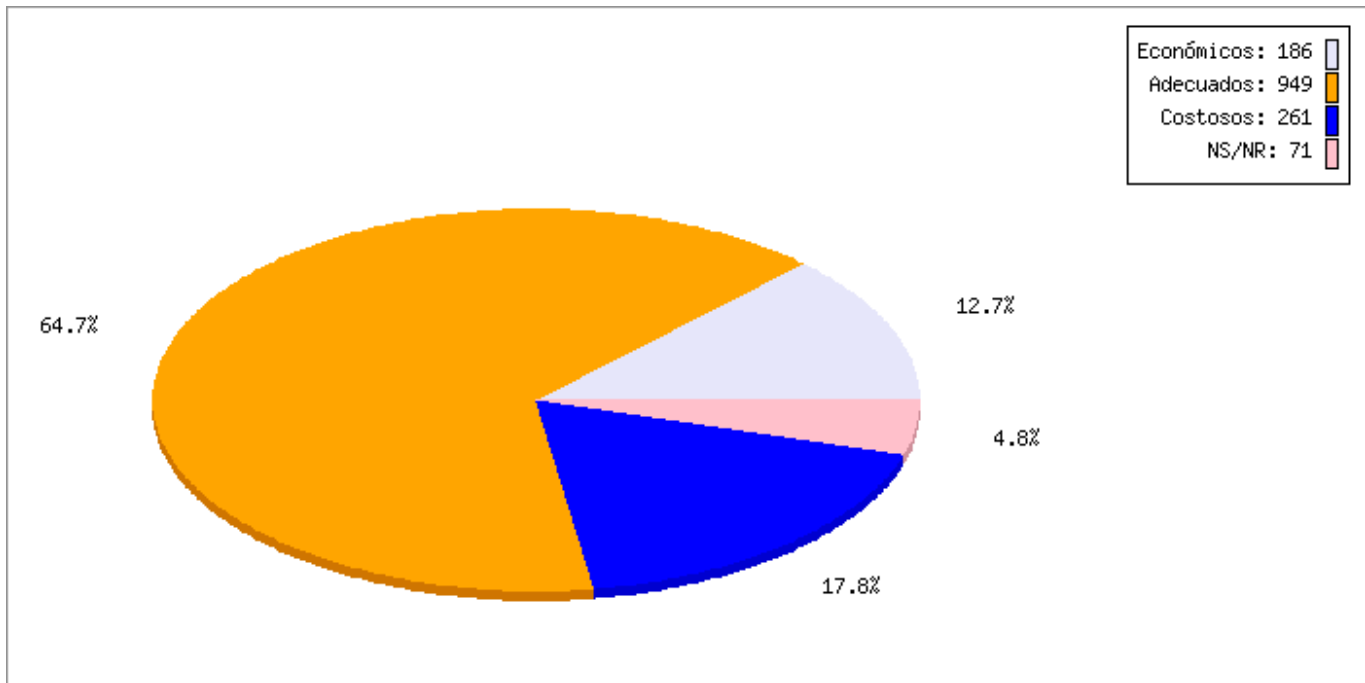
Le gustaría comprar productos artesanales elaborados en:



Siguiendo con el análisis comercial, esta Octava Edición del Observatorio Turístico indagó sobre los materiales preferidos por los turistas para comprar productos artesanales.

La guadua y las fibras naturales se constituyeron en los materiales de mayor preferencia por los turistas encuestados a la hora de comprar artículos artesanales con el 42.12% y 37.08% respectivo; con base en este resultado se invita al sector artesanal y en general al productivo del departamento para que a raíz de esta percepción se articulen esfuerzos hacia la satisfacción del turista y así asegurar futuras visitas, mediante la fabricación y comercialización de artesanías con valores agregados.

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



Como complemento al interrogante anterior, se le preguntó al turista sobre los precios asignados a los productos que adquirió en el destino.

El 64.7% de los encuestados coincide en que los precios asignados a las artesanías son los más adecuados; para el 17.8% los precios por las artesanías son elevados, mientras que para el 12.7% los precios resultan ser económicos.

Sugerencias:

El 17.5% de los turistas presentaron sugerencias para mejorar el destino. A continuación se relacionan las más representativas:

- Mejoramiento en las Vías de acceso.
- Mejoramiento en la señalización turística.
- Fortalecimiento en la promoción turística del Quindío en el ámbito nacional e internacional.
- Disposición de guías en los diferentes parques temáticos
- Disminución en los costos de la gastronomía.
- Disposición de nuevos puntos de información turística.
- Incremento en la seguridad
- Disminución en los costos de la entrada a los parques
- Construcción de más parques temáticos y atracciones para el turista
- Fomento al folklore y la cultura cafetera
- Conservación de la calidad en los servicios