



Investigamos



Analizamos



**BASE=384**



# ESTUDIO TURISMO COMFANDI

## ANÁLISIS DESCRIPTIVO



# PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LOS PARTICIPANTES



**GÉNERO**  
**Mujer 60%**  
Hombre 40%

**TIENEN HIJOS**  
44% Sí  
**56% No**

**CUANTOS HIJOS**  
**50% 1**  
42% 2  
7% 3  
1% 4  
1% 5 o más

**EDADES**  
18-25 años 24%  
**26-34 años 28%**  
35-45 años 26%  
46-55 años 14%  
56-60 años 4%  
Mayor de 60 años 4%

**TARGET**  
**41% Comfandi**  
19% Comfenalco  
40% No afiliados

**OCUPACIÓN**  
**Empleado 38%**  
Desempleado 17%  
**Independiente 22%**  
Estudiante 9%  
Hogar 7%  
Emprendedor 6%  
**Jubilado/ Pensionado 2%**

Comfandi  
Empleado 55%

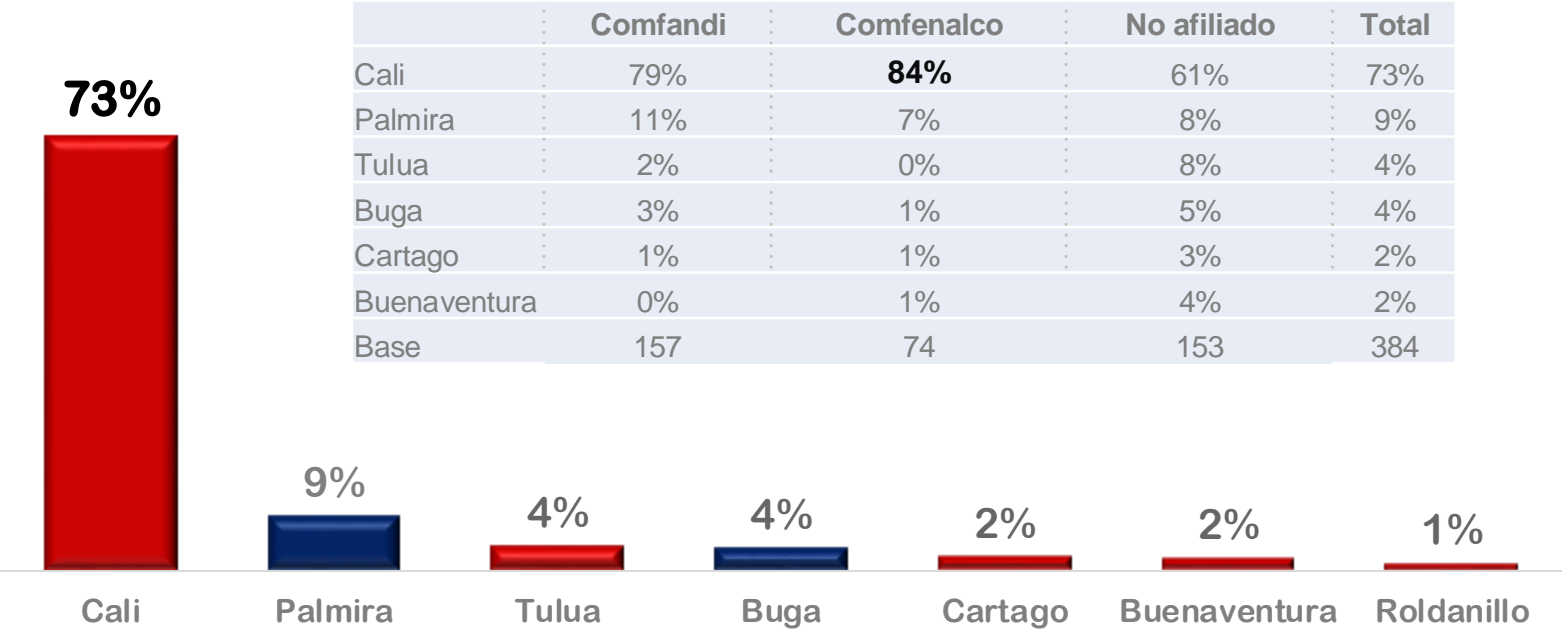
No afiliados  
Desempleado 28%

**NIVEL SOCIO ECONÓMICO**  
18% Estrato 1  
22% Estrato 2  
**33% Estrato 3**  
19% Estrato 4  
7% Estrato 5  
2% Estrato 6

No afiliados  
27% Estrato 1  
Comfenalco  
49% Estrato 3

**BASE = 384**

# MUNICIPIO DONDE VIVE



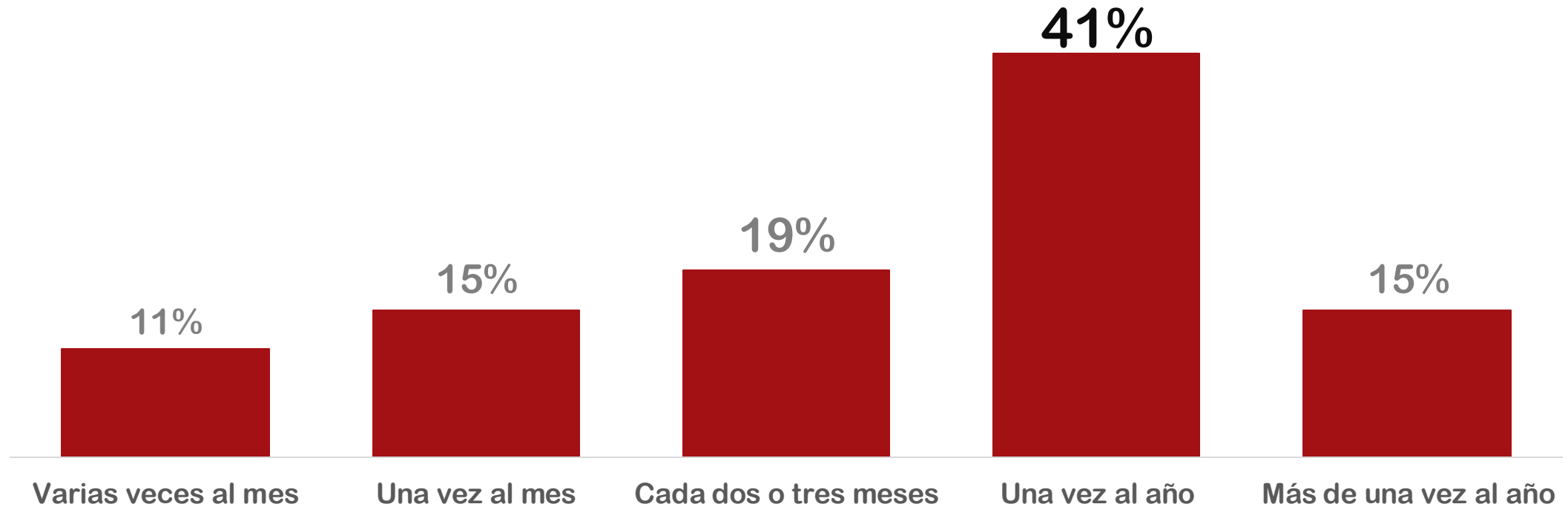
	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Cali	79%	84%	61%	73%
Palmira	11%	7%	8%	9%
Tulua	2%	0%	8%	4%
Buga	3%	1%	5%	4%
Cartago	1%	1%	3%	2%
Buenaventura	0%	1%	4%	2%
Base	157	74	153	384



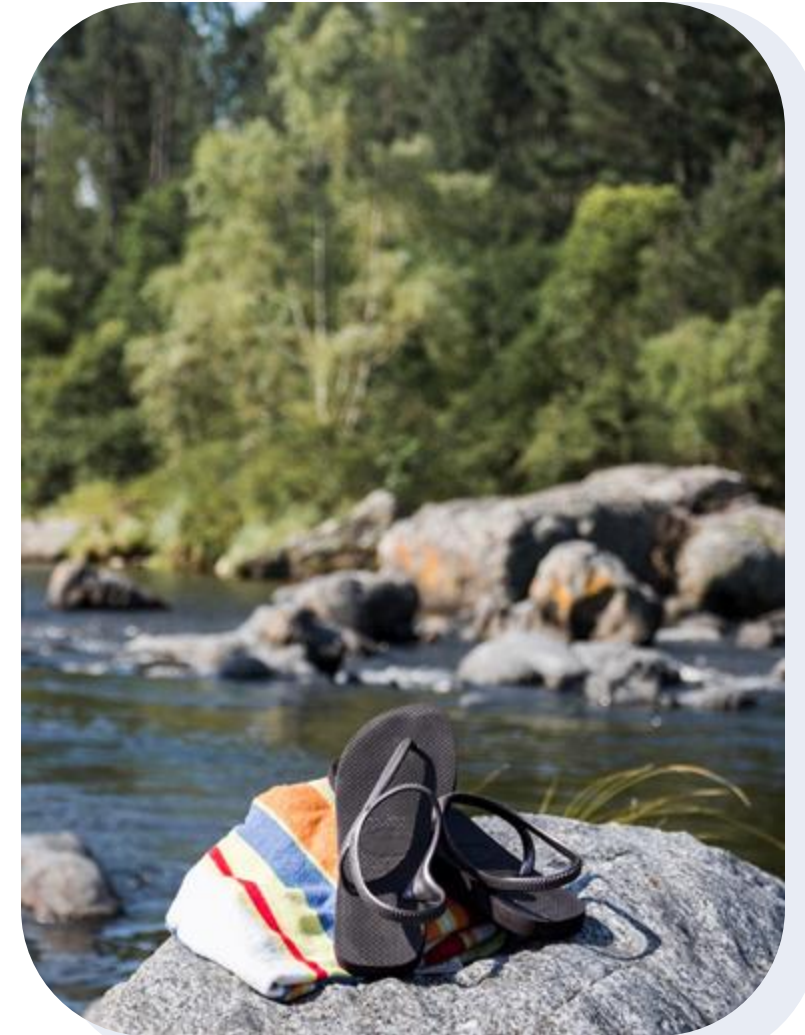
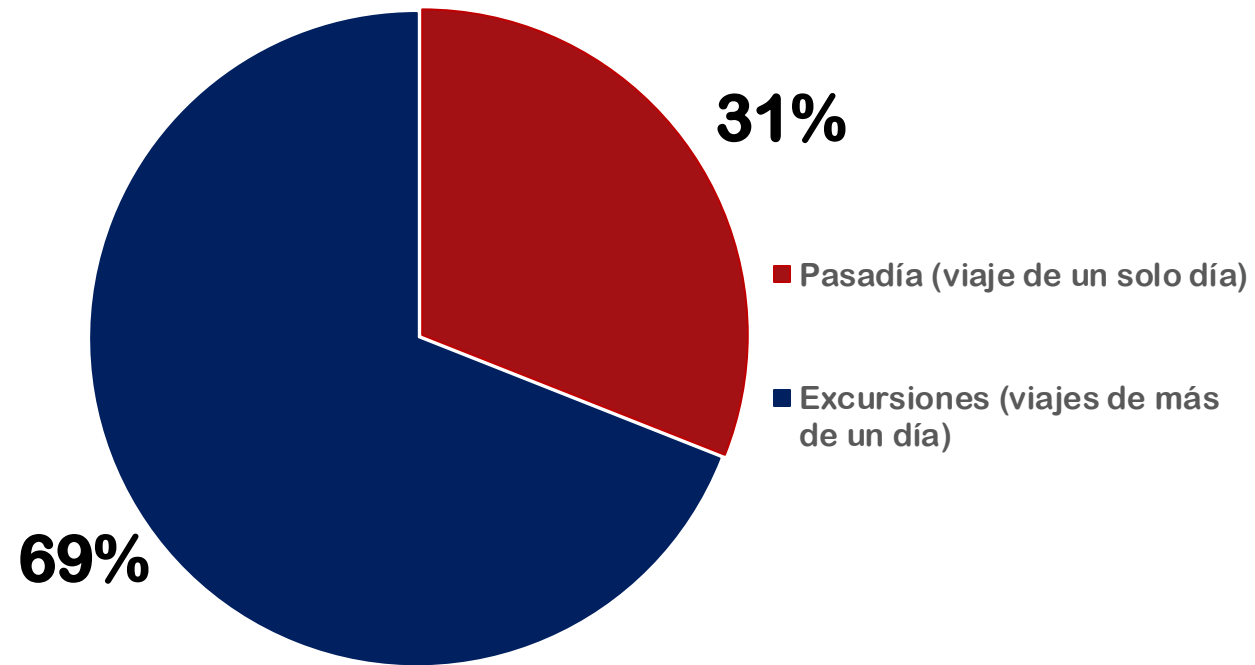


# **CONOCIMIENTO DEL USUARIO**

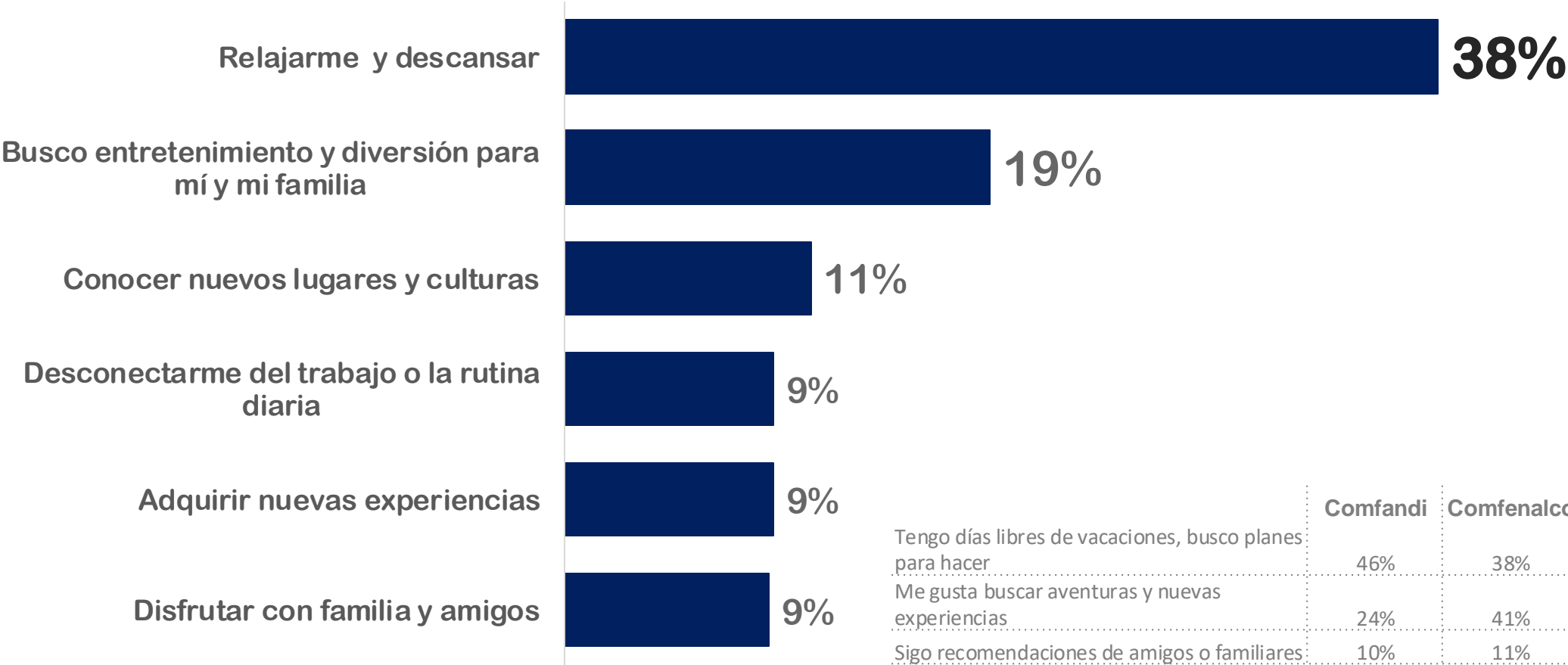
# FRECUENCIA DE VIAJES TURÍSTICOS O PASADÍAS



# DESTINO TURÍSTICO PREFERIDO



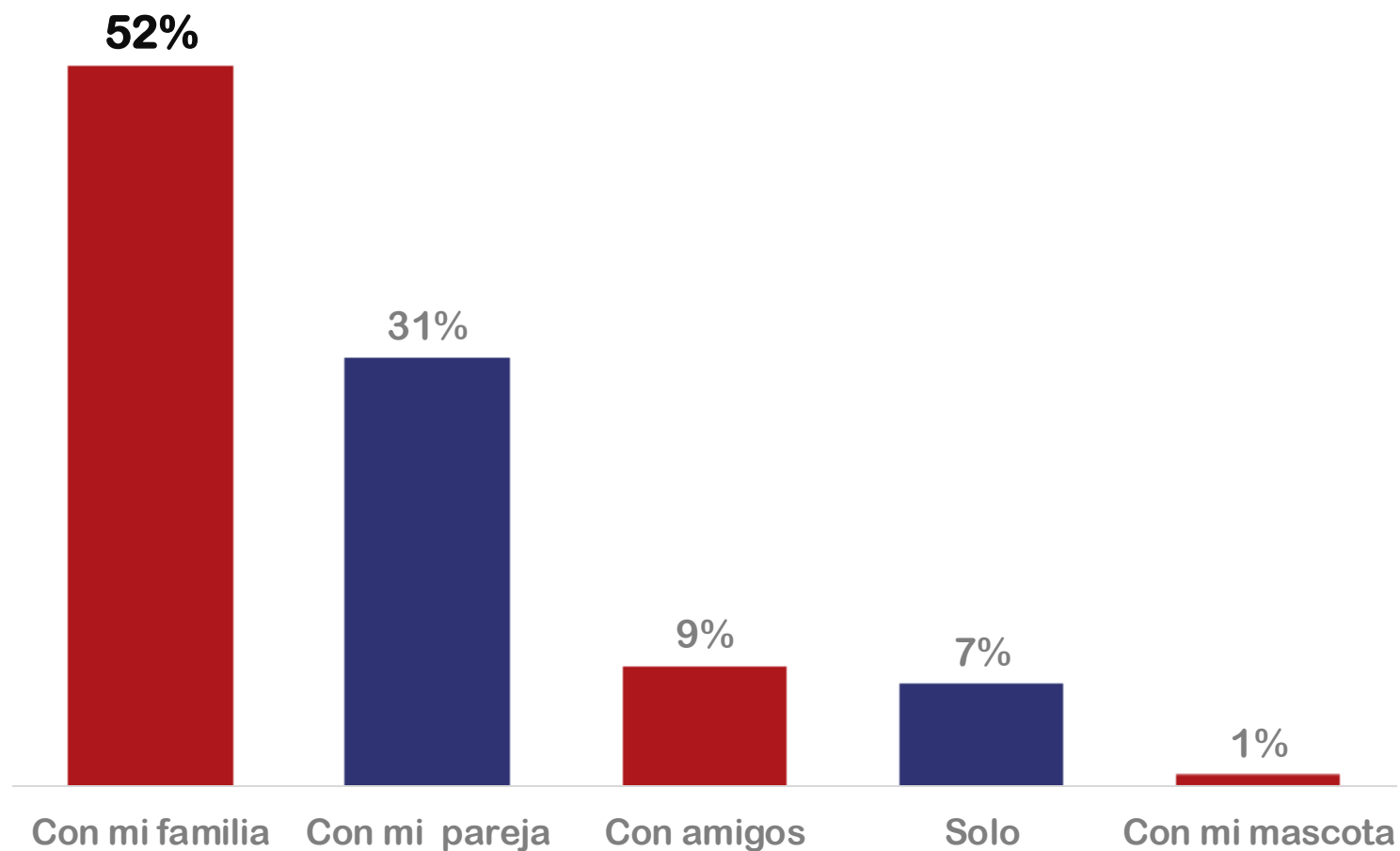
# PRINCIPAL MOTIVO PARA SALIR DE VIAJE



	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Tengo días libres de vacaciones, busco planes para hacer	46%	38%	37%	41%
Me gusta buscar aventuras y nuevas experiencias	24%	41%	34%	31%
Sigo recomendaciones de amigos o familiares	10%	11%	12%	11%
Sigo la influencia de publicidad o redes sociales	10%	3%	6%	7%
Busco repetir experiencias pasadas positivas	7%	7%	6%	7%
Base	157	74	153	384



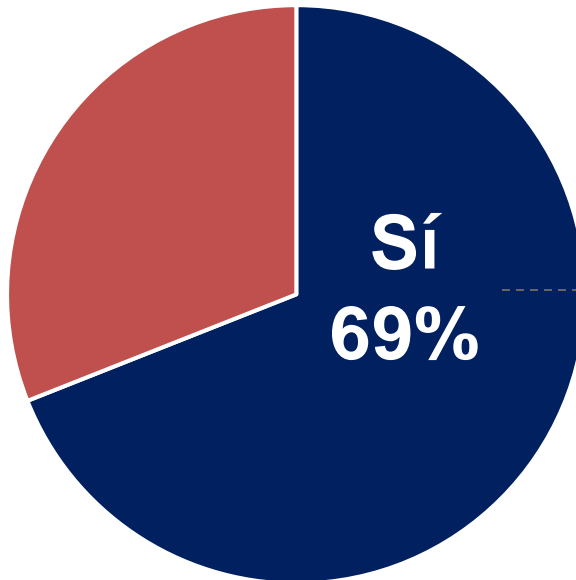
# PREFIERES HACER ESTOS VIAJES CON:



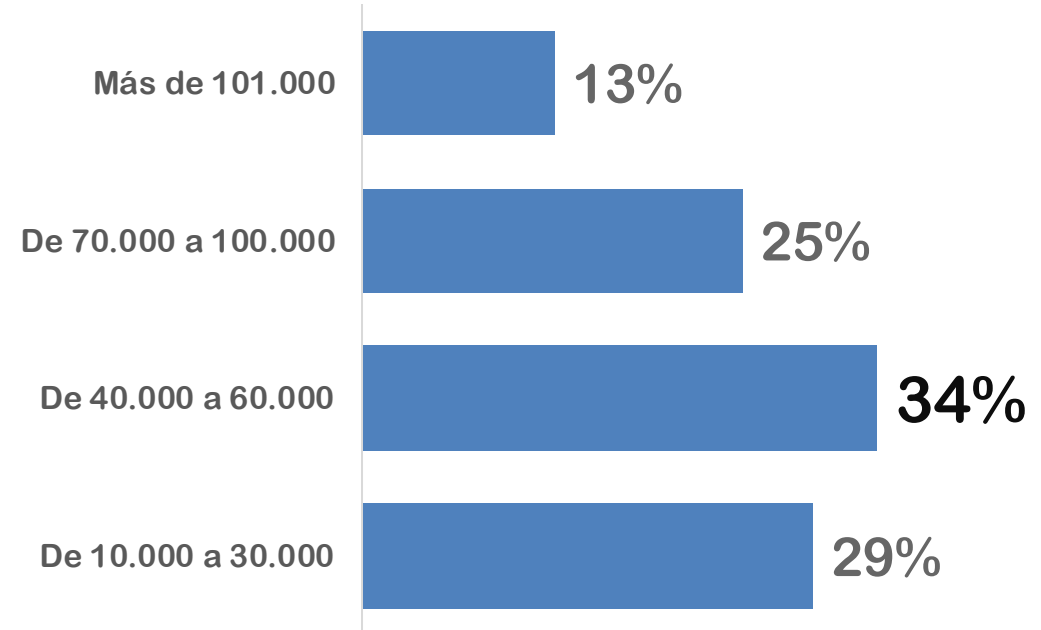
# VIAJES CON MASCOTAS



¿Pagaría por un cupo para viajar con su mascota?



¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?



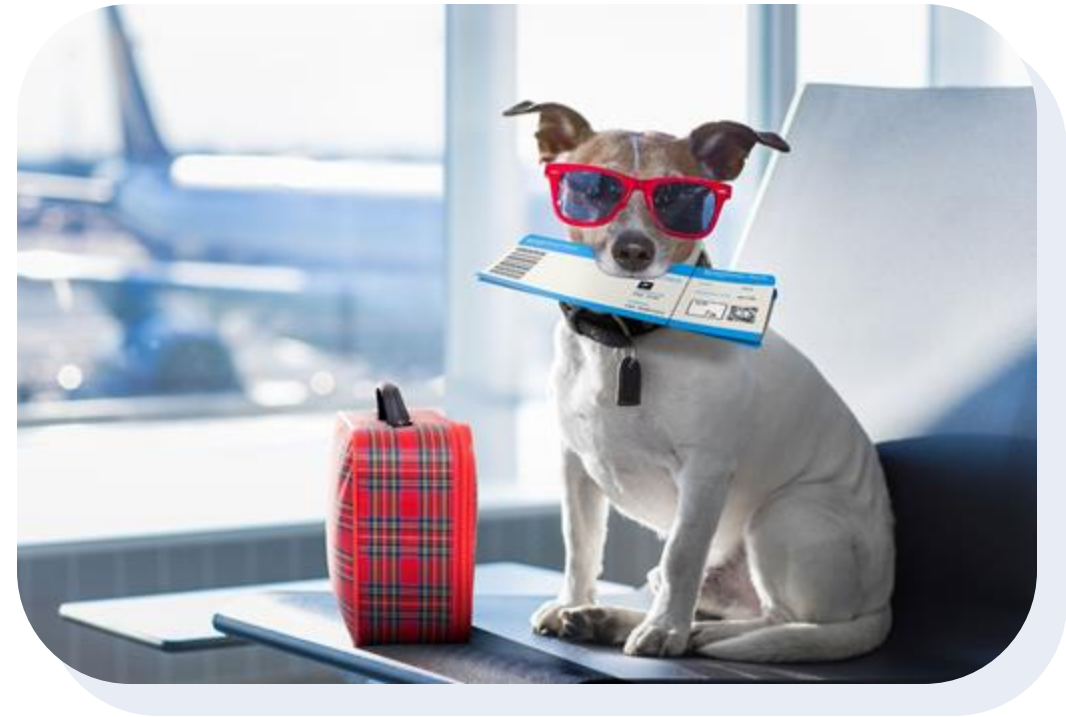
# VIAJES CON MASCOTAS



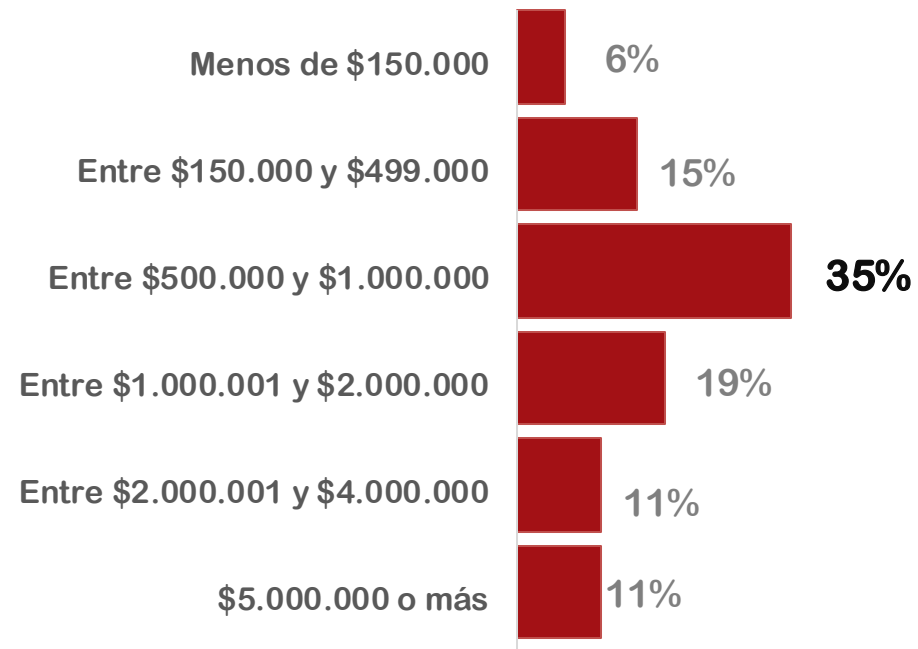
¿Le incomoda viajar con personas que llevan mascotas?

**No  
84%**

	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Sí	24%	10%	12%	16%
No	76%	91%	88%	84%
Base:	157	74	153	384

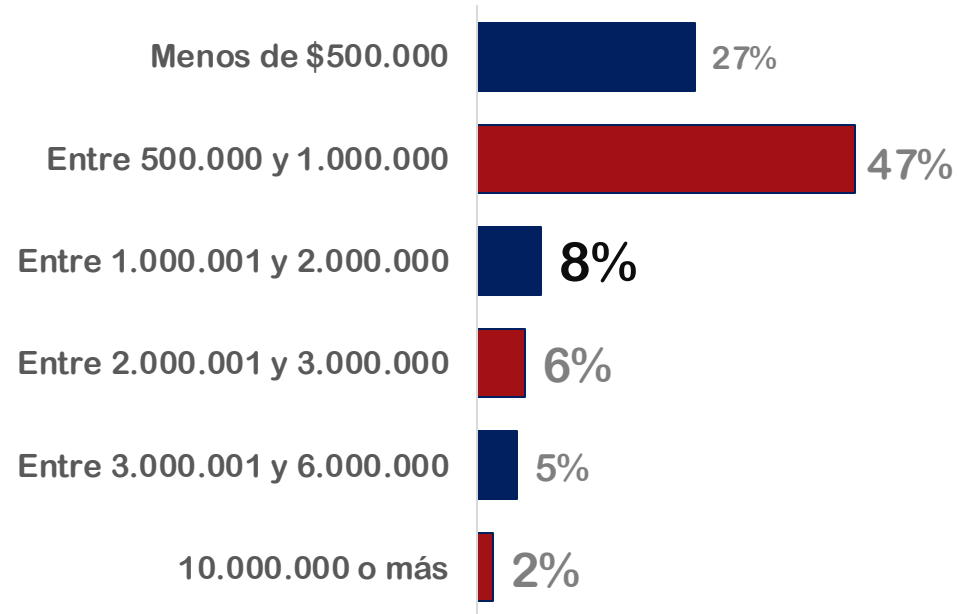


# CUÁNTO DINERO DESTINAS PARA HACER TURISMO



	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Menos de \$150.000	6%	3%	8%	6%
Entre \$150.000 y \$499.000	16%	14%	16%	15%
Entre \$500.000 y \$1.000.000	36%	34%	35%	35%
Entre \$1.000.001 y \$2.000.000	17%	26%	17%	19%
Entre \$2.000.001 y \$4.000.000	10%	16%	9%	11%
\$5.000.000 o más	13%	7%	10%	11%
Base:	157	74	153	384

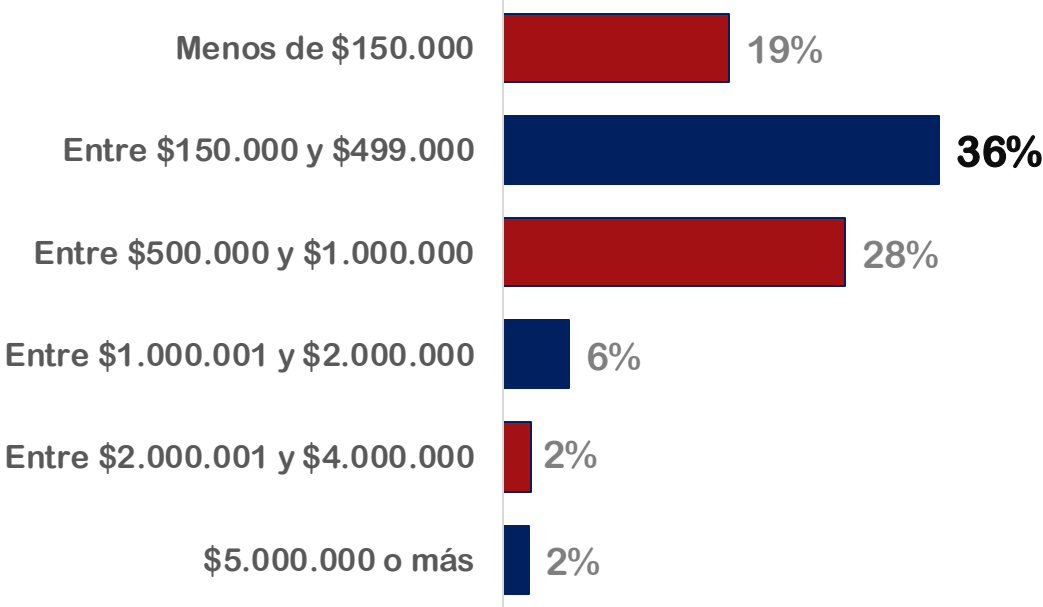
# PRESUPUESTO DISPONIBLE DESPUÉS DE GASTOS PERSONALES PARA DESTINAR EN HACER TURISMO



	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Menos de \$500.000	23%	19%	35%	27%
Entre 500.000 y 1.000.000	51%	49%	41%	47%
Entre 1.000.001 y 2.000.000	10%	8%	7%	8%
Entre 2.000.001 y 3.000.000	4%	15%	3%	6%
Entre 3.000.001 y 6.000.000	5%	5%	5%	5%
Base:	157	74	153	384



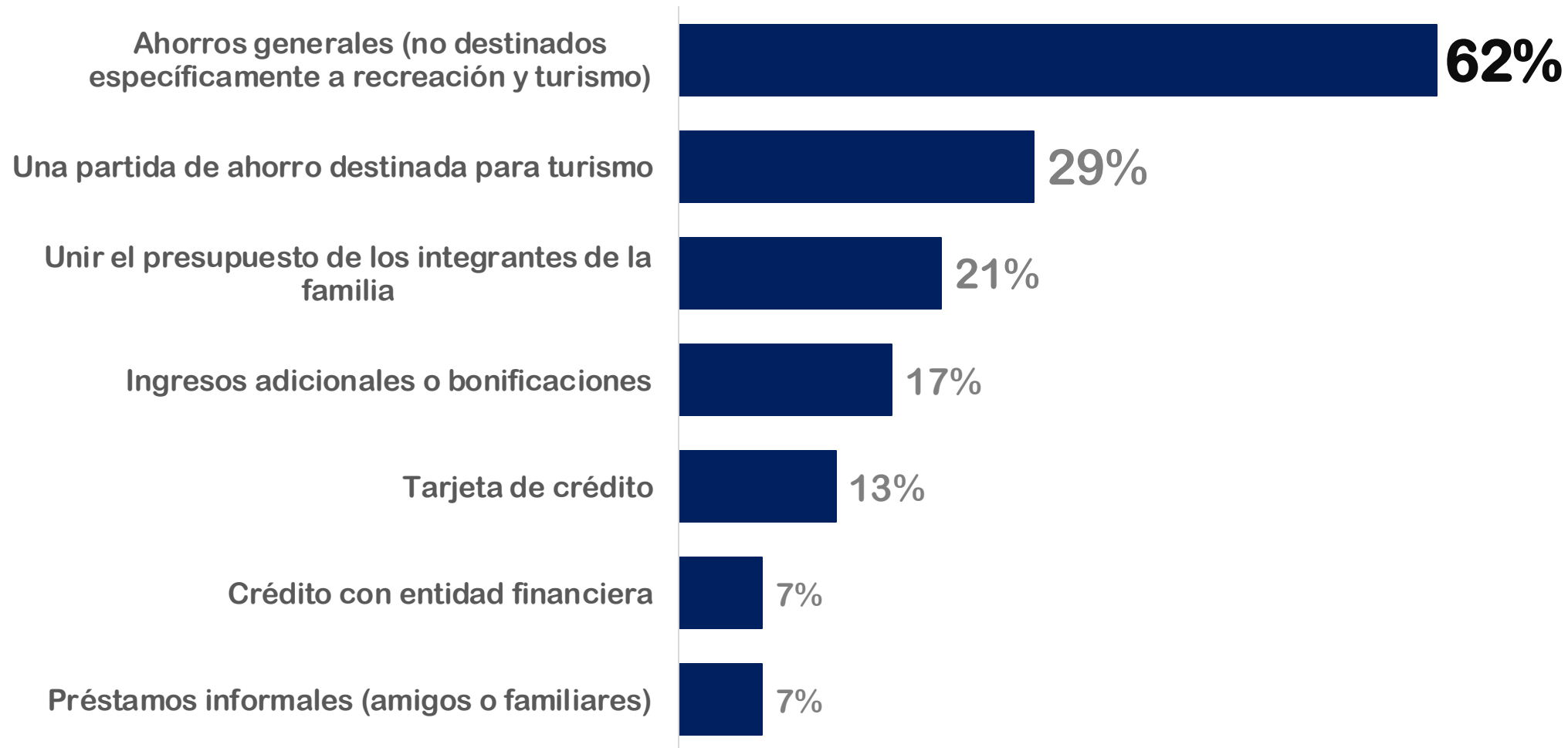
# GASTO PROMEDIO POR PERSONA EN GASTOS ADICIONALES



	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Menos de \$150.000	17%	16%	22%	19%
Entre \$150.000 y \$499.000	39%	31%	36%	36%
Entre \$500.000 y \$1.000.000	33%	32%	22%	28%
Entre \$1.000.001 y \$2.000.000	5%	11%	4%	6%
Entre \$2.000.001 y \$4.000.000	1%	3%	3%	2%
Base:	157	74	153	384



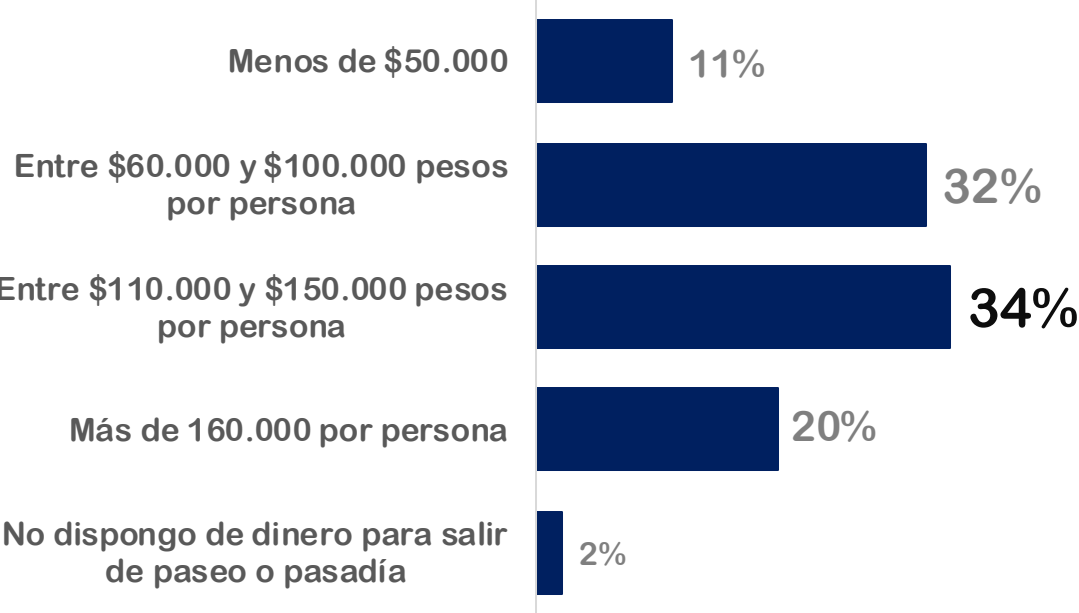
# FUENTE DE LOS RECURSOS PARA EL TURISMO



# GASTOS VACACIONALES POR PERSONA

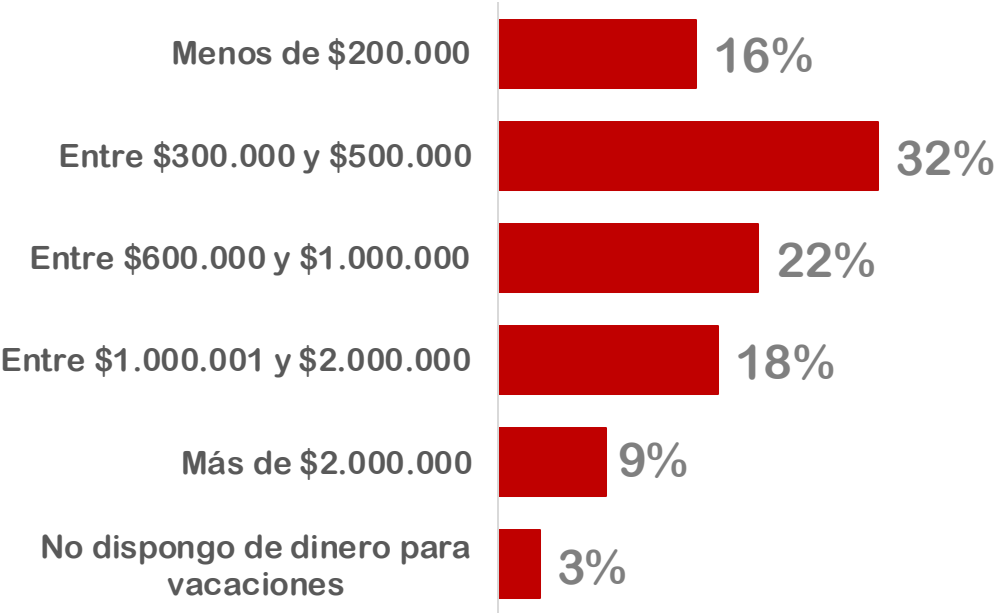


## ¿Cuánto pagaría por persona en un pasadía?



Cuanto pagaría	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Menos de \$50.000	5%	4%	21%	11%
Entre \$60.000 y \$100.000	40%	19%	31%	32%
Entre \$110.000 y \$150.000	34%	46%	29%	34%
Más de \$160.000	20%	28%	16%	20%
No dispongo de dinero para salir de paseo o pasadía	1%	3%	3%	2%
Base:	138	65	181	384

## ¿Cuánto pagaría por persona en unas vacaciones?



Cuanto pagaría	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Menos de \$200.000	13%	5%	25%	16%
Entre \$300.000 y \$500.000	33%	30%	31%	32%
Entre \$600.000 y \$1.000.000	24%	23%	18%	22%
Entre \$1.000.001 y \$2.000.000	18%	30%	13%	18%
Más de \$2.000.000	10%	10%	7%	9%
No dispongo de dinero para vacaciones	1%	3%	6%	3%
Base:	138	65	181	384

Q25 ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un pasadía por persona en promedio?  
Q26 ¿Cuánto está dispuesto a gastar en unas vacaciones por persona en promedio?

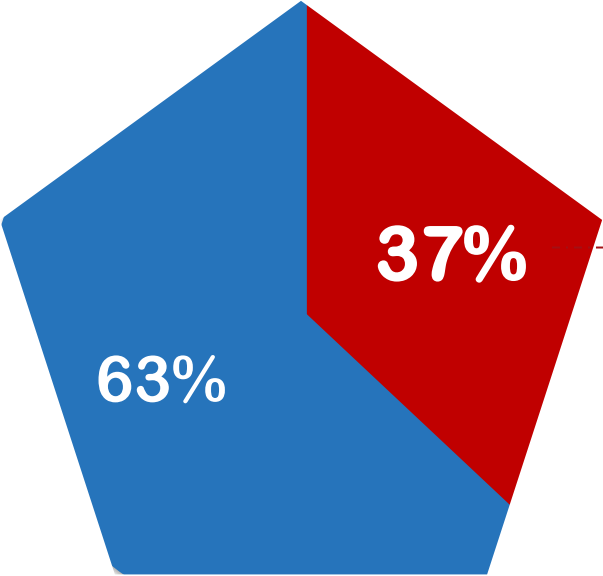
BASE = 384

# PLAN DE AHORRO FAMILIAR PARA TURISMO

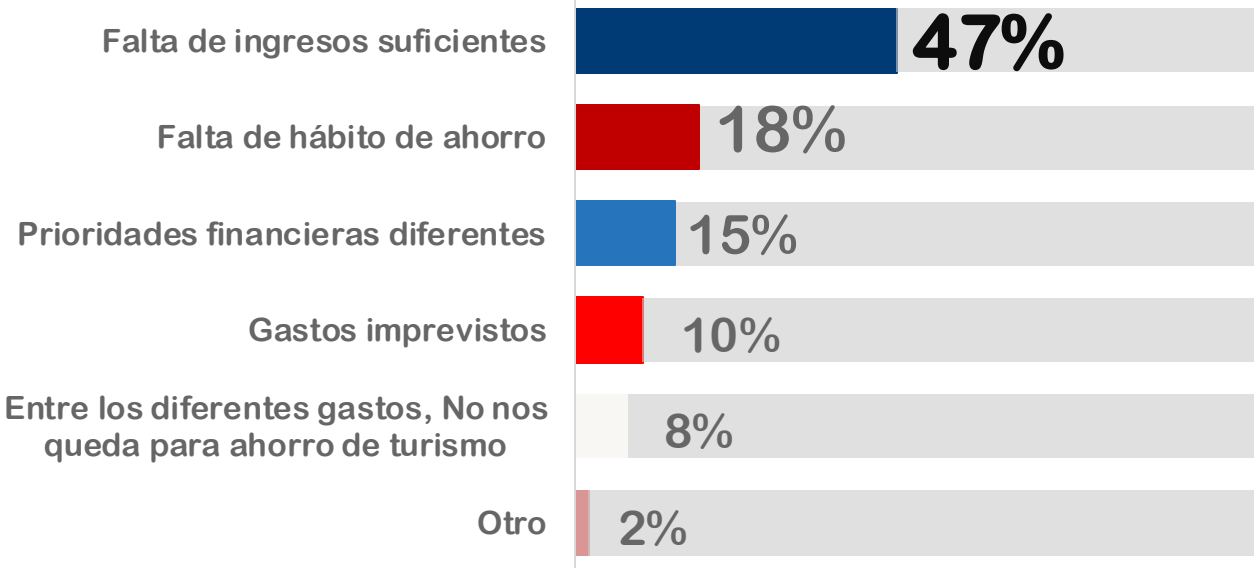


¿Cómo familia ahorra para turismo?

● No  
● Sí



¿Qué le impide ahorrar para turismo?



Motivos de no ahorro	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Falta de ingresos suficientes	44%	37%	53%	47%
Falta de hábito de ahorro	16%	22%	19%	18%
Prioridades financieras diferentes	18%	22%	10%	15%
Gastos imprevistos	11%	15%	7%	10%
Entre los diferentes gastos, No nos queda para ahorro de turismo	9%	4%	9%	8%
Base:	45	27	70	142

Q27 ¿Cuentas como familia con un ahorro de dinero específicamente para turismo?  
Q28 ¿Cuál es el principal obstáculo que enfrenta para ahorrar para turismo?

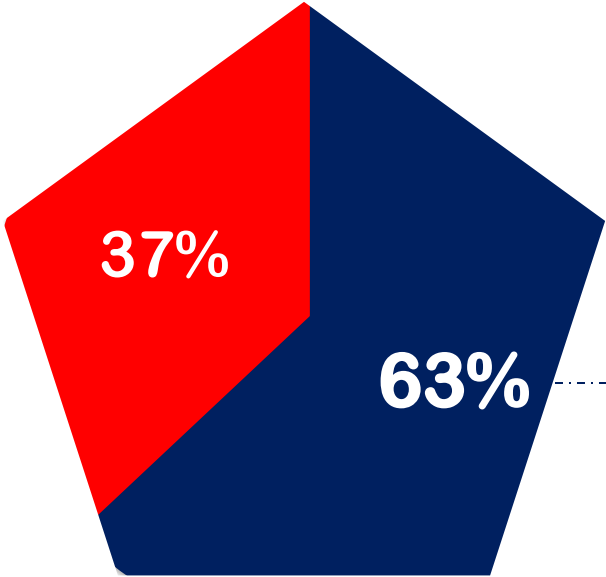
BASE = 384

# PLAN DE AHORRO FAMILIAR PARA TURISMO

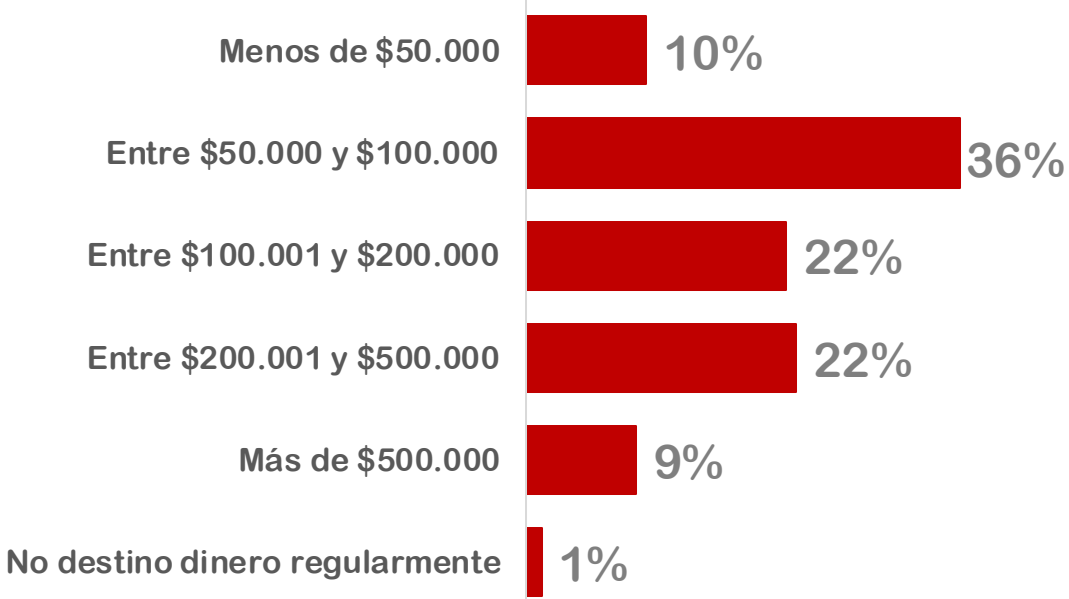


¿Cómo familia ahorra para turismo?

 No  
 Sí



¿Qué dinero destina para turismo?



Base = 242

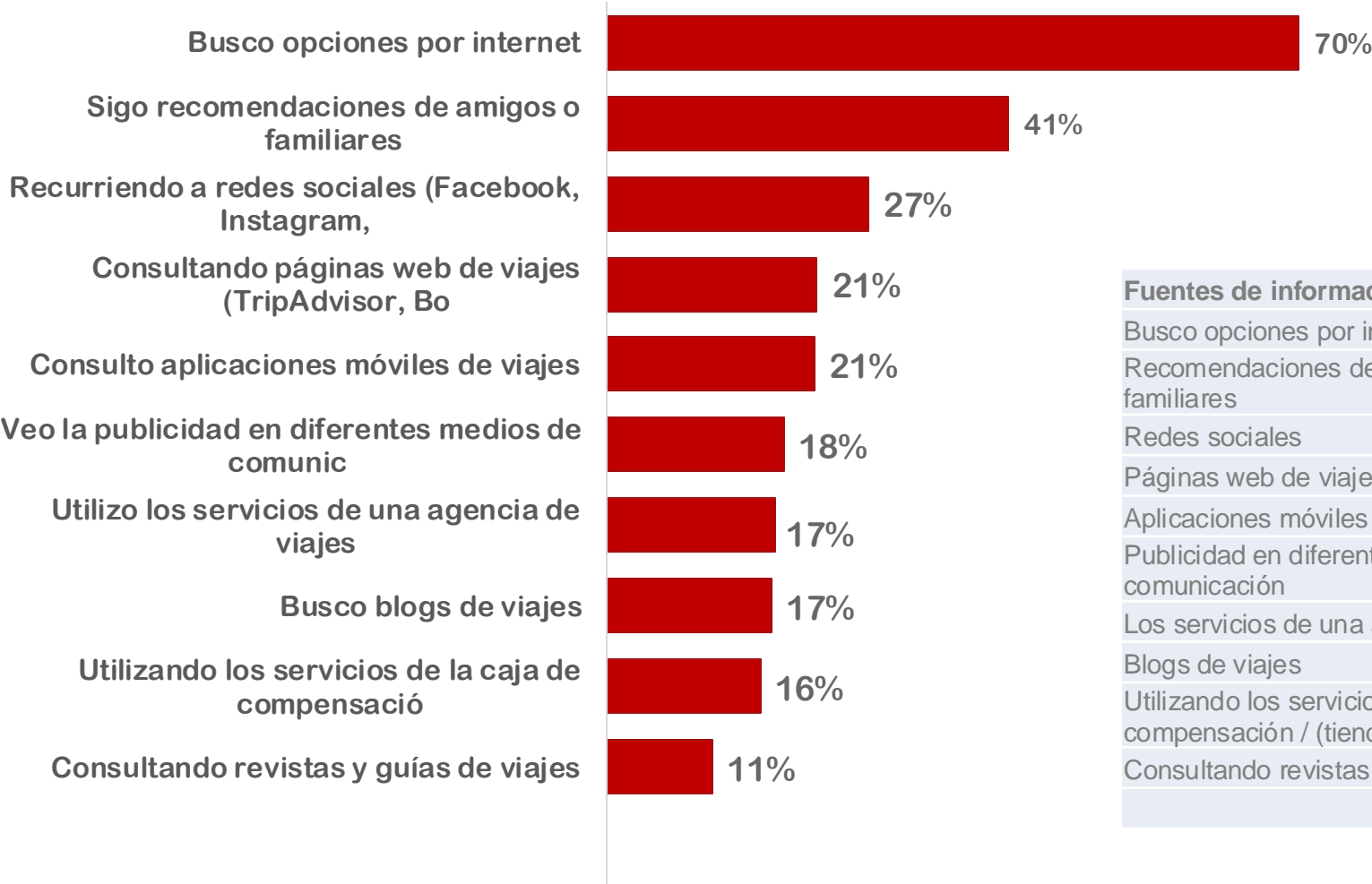
	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Menos de \$50.000	5%	6%	19%	10%
Entre \$50.000 y \$100.000	39%	30%	35%	36%
Entre \$100.001 y \$200.000	21%	32%	16%	22%
Entre \$200.001 y \$500.000	23%	23%	21%	22%
Más de \$500.000	11%	9%	7%	9%
No destino dinero regularmente	1%	0%	2%	1%
Base:	112	47	83	242

Q27 ¿Cuentas como familia con un ahorro de dinero específicamente para turismo?  
Q29 ¿Cuánto dinero destina mensualmente para el ahorro de turismo?

**BASE=384**



# FUENTES DE INFORMACIÓN USADOS PARA DECIDIR SOBRE TURISMO

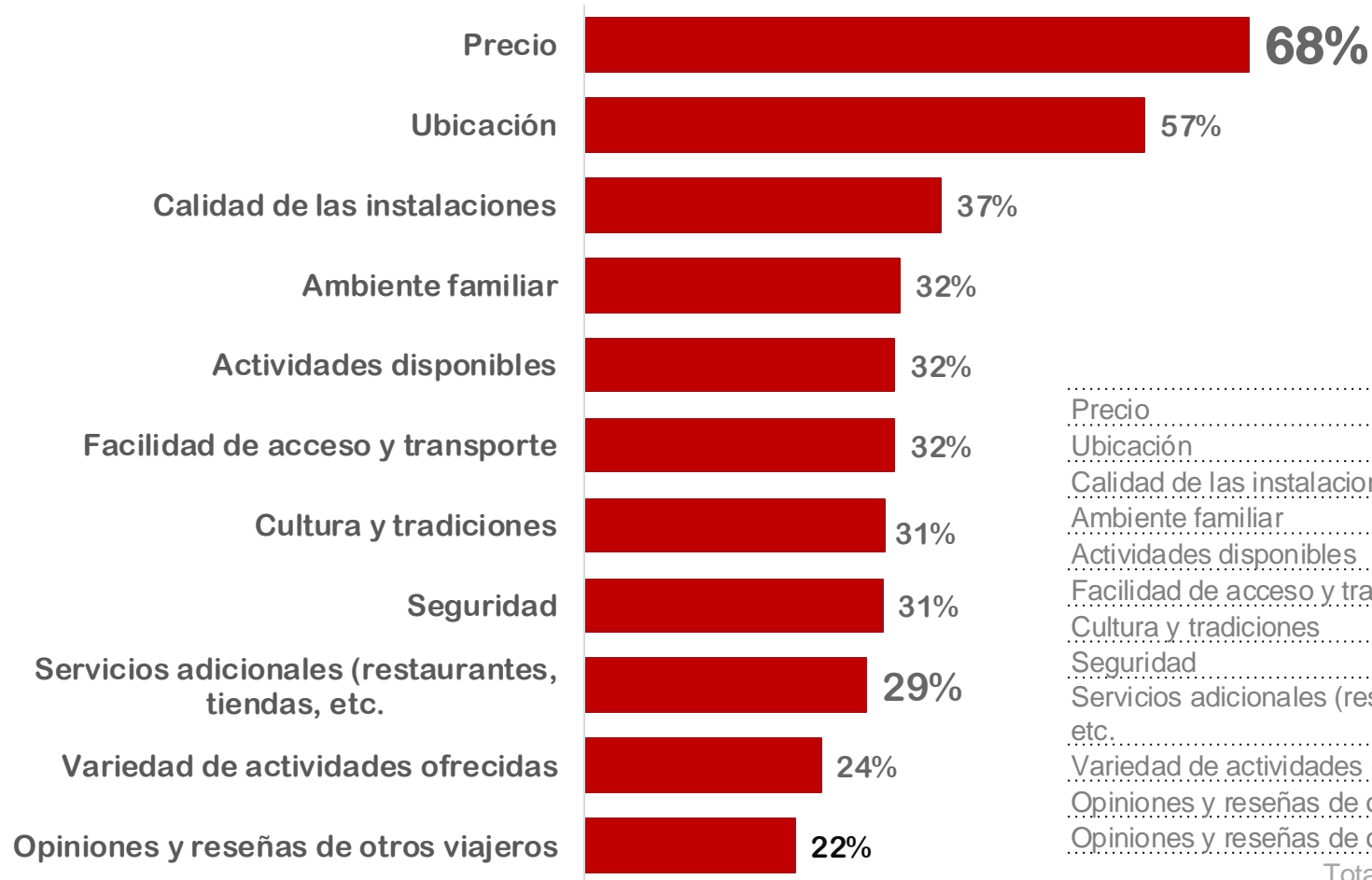


Fuentes de información	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Busco opciones por internet	69%	<b>77%</b>	69%	70%
Recomendaciones de amigos o familiares	<b>50%</b>	30%	37%	41%
Redes sociales	31%	31%	20%	27%
Páginas web de viajes	26%	19%	18%	21%
Aplicaciones móviles de viajes	<b>27%</b>	23%	14%	21%
Publicidad en diferentes medios de comunicación	22%	14%	16%	18%
Los servicios de una agencia de viajes	19%	<b>26%</b>	11%	17%
Blogs de viajes	20%	18%	13%	17%
Utilizando los servicios de la caja de compensación / (tienda virtual)	<b>26%</b>	18%	5%	16%
Consultando revistas y guías de viajes	12%	12%	9%	11%
Base:	138	65	181	384

Q30 ¿Qué fuentes de información utilizas para decidir tus destinos de viajes o pasadías?

**BASE = 384**

# FACTORES PARA DECIDIR SOBRE DESTINOS TURÍSTICOS

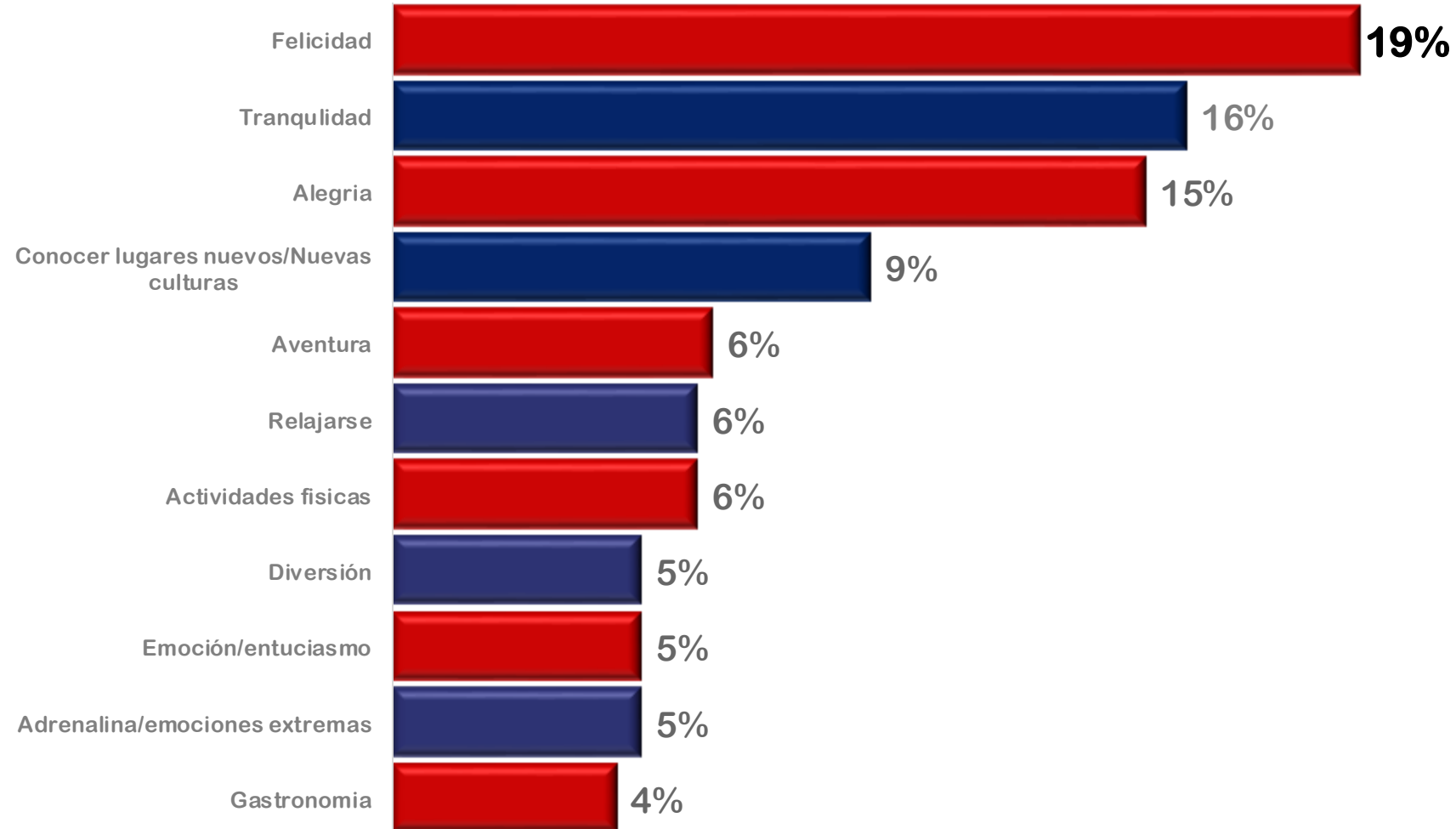


	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Precio	71%	65%	67%	68%
Ubicación	61%	51%	56%	57%
Calidad de las instalaciones	40%	39%	32%	37%
Ambiente familiar	35%	34%	29%	32%
Actividades disponibles	37%	32%	26%	32%
Facilidad de acceso y transporte	36%	31%	28%	32%
Cultura y tradiciones	40%	23%	26%	31%
Seguridad	29%	32%	31%	31%
Servicios adicionales (restaurantes, tiendas, etc.)	26%	37%	28%	29%
Variedad de actividades ofrecidas	28%	31%	17%	24%
Opiniones y reseñas de otros viajeros	23%	18%	22%	22%
Opiniones y reseñas de otros clientes	23%	23%	17%	21%
Total	157	74	153	384

Q31\_¿Qué factores consideras más importantes al elegir un destino de viaje o pasadía?

**BASE = 384**

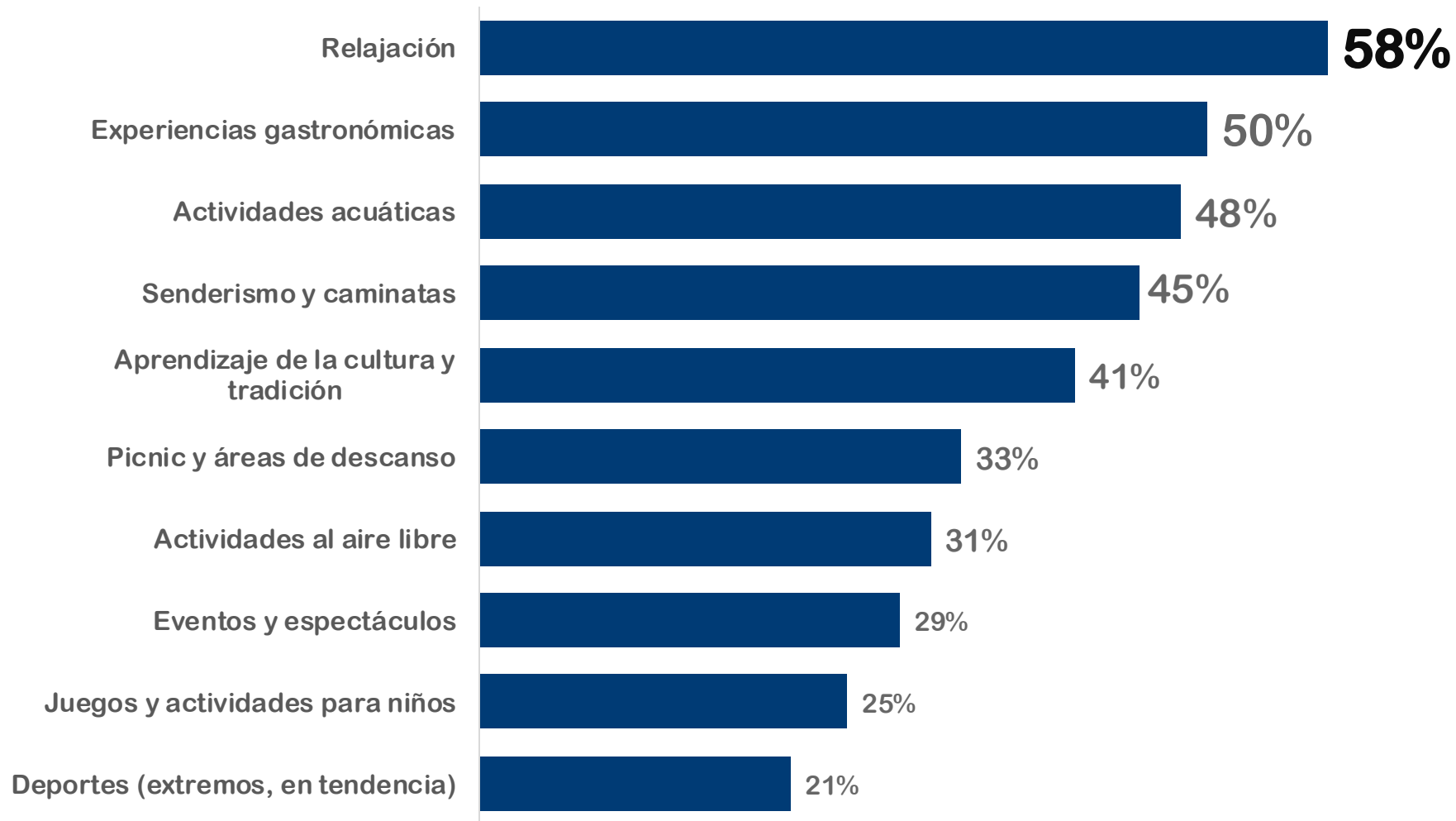
# EMOCIONES EXPERIMENTADAS EN EL VIAJE



Q32¿Qué emociones te gusta experimentar durante un viaje?

**BASE = 384**

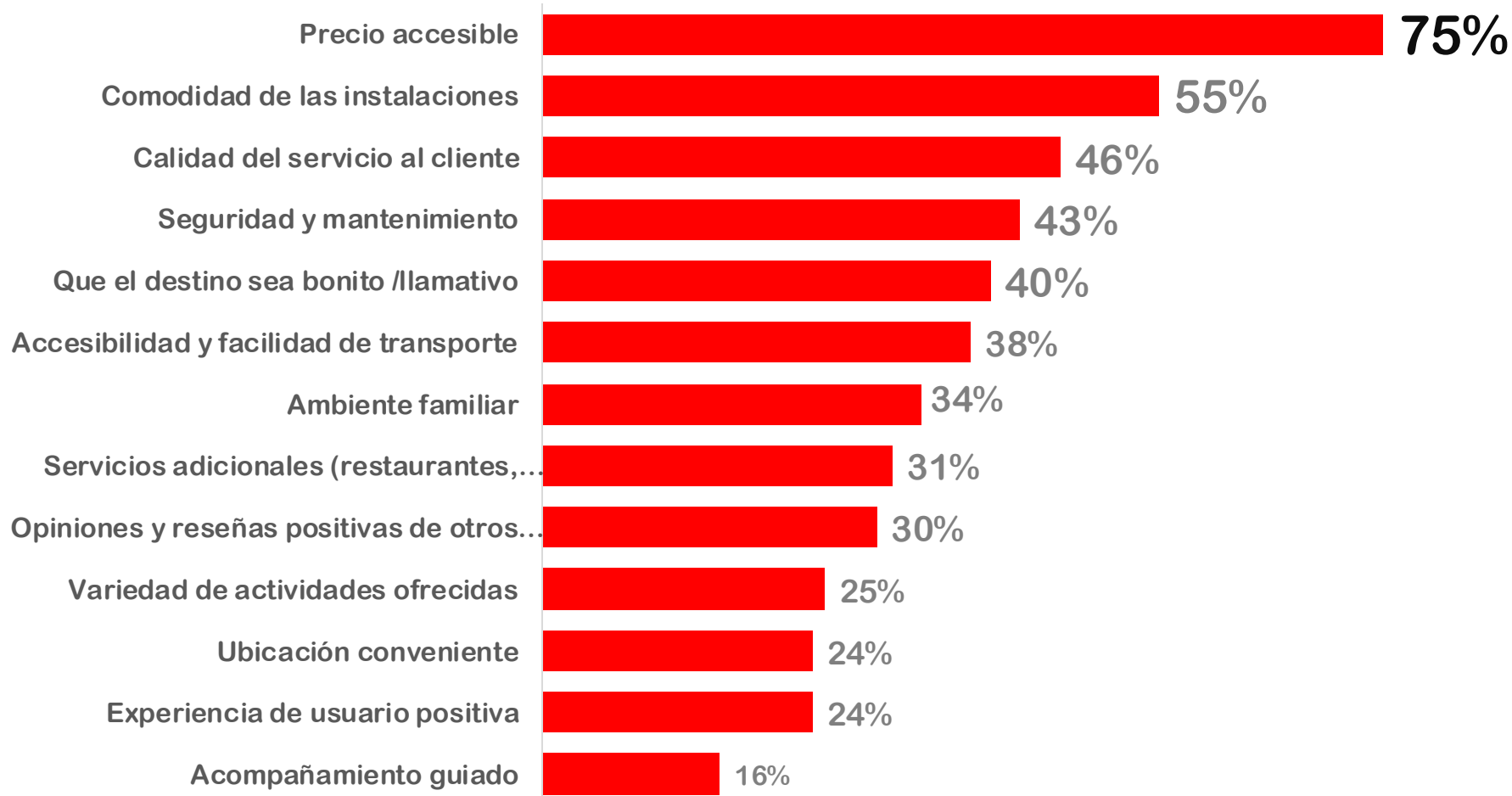
# ACTIVIDADES A REALIZAR EN LOS VIAJES TURÍSTICOS



Q33\_¿Qué tipo de actividades buscas realizar en los viajes y/o pasadías?

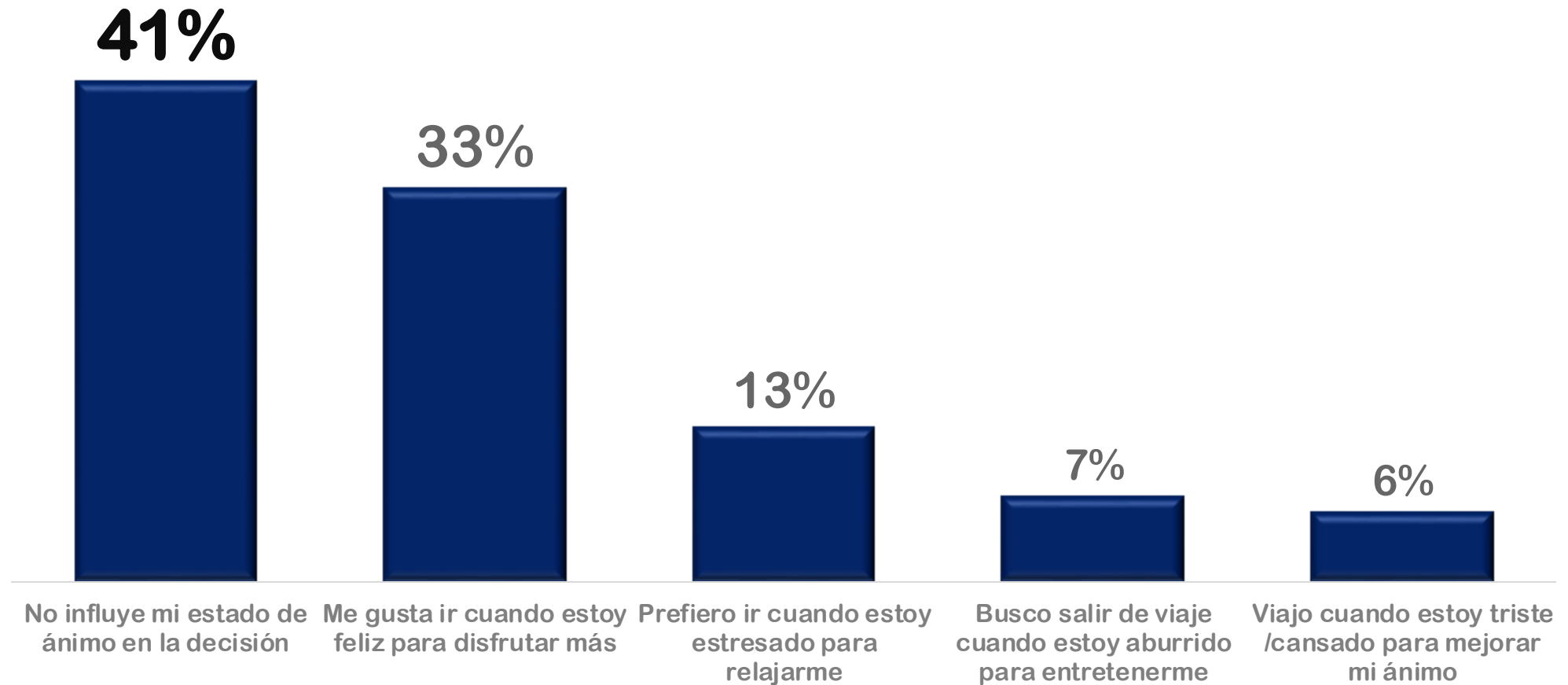
**BASE=384**

# CARACTERÍSTICAS PARA ELEGIR UN PLAN TURÍSTICO





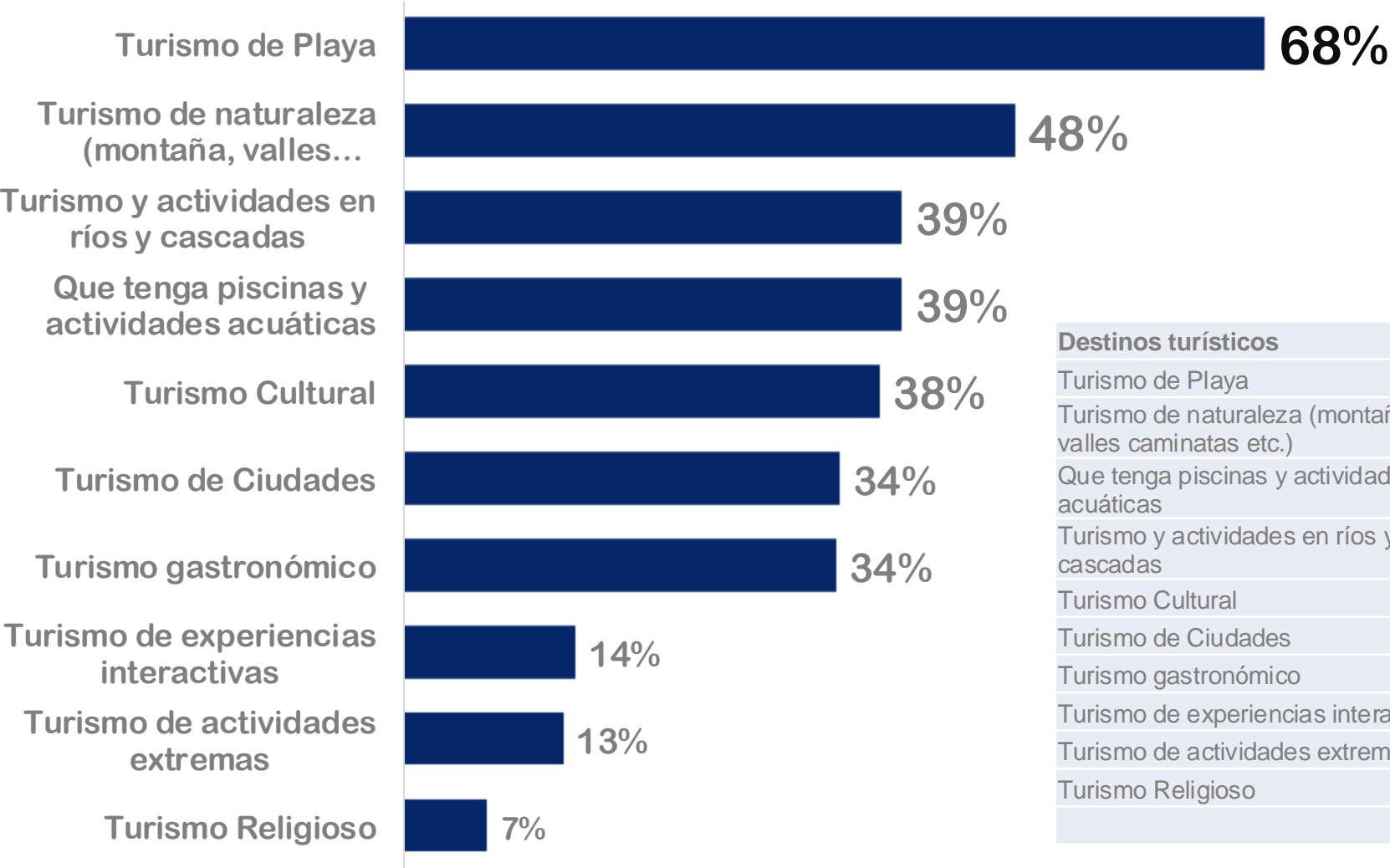
# INFLUENCIA DEL ESTADO DEL ÁNIMO EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO



Q35 ¿Cómo influye tu estado de ánimo en la elección de un plan turístico?

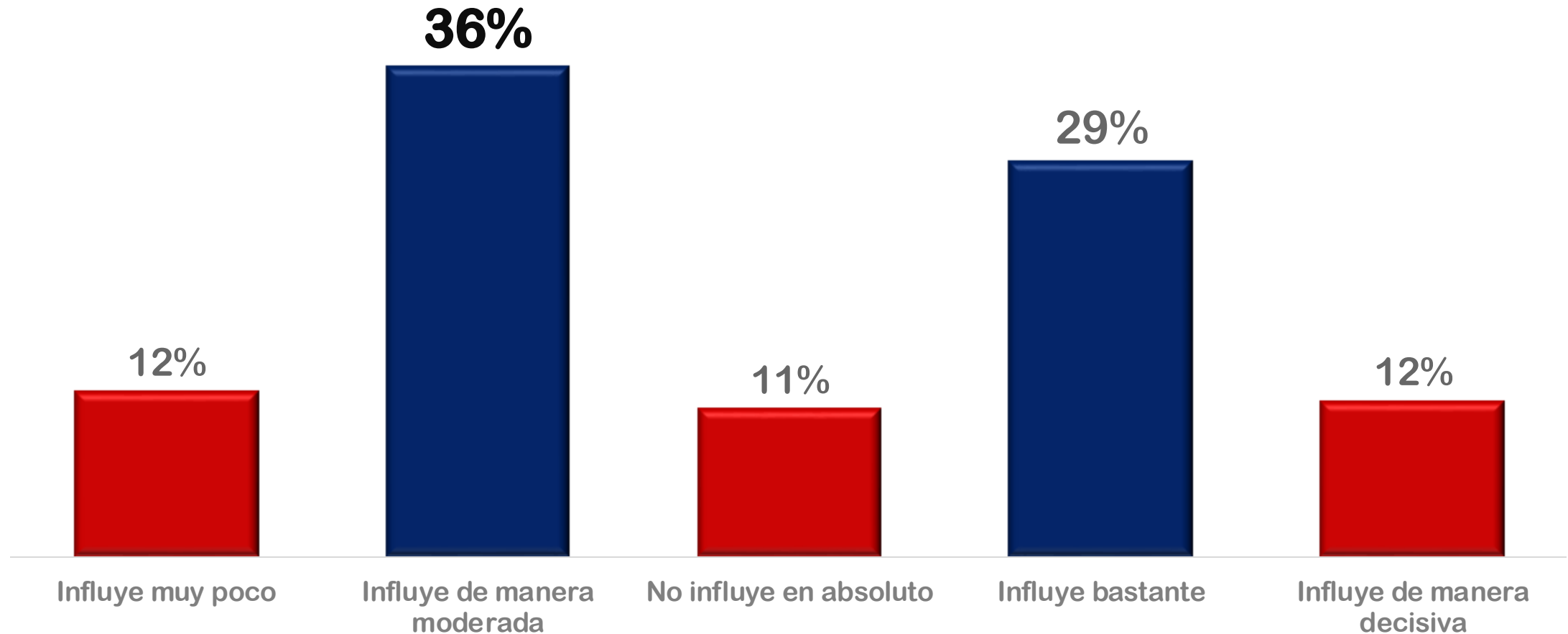
**BASE = 384**

# DESTINOS TURÍSTICOS PREFERIDOS



Destinos turísticos	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Turismo de Playa	72%	74%	61%	68%
Turismo de naturaleza (montaña, valles caminatas etc.)	55%	46%	42%	48%
Que tenga piscinas y actividades acuáticas	43%	42%	34%	39%
Turismo y actividades en ríos y cascadas	45%	35%	36%	39%
Turismo Cultural	41%	28%	38%	38%
Turismo de Ciudades	41%	31%	29%	34%
Turismo gastronómico	37%	22%	37%	34%
Turismo de experiencias interactivas	14%	20%	10%	14%
Turismo de actividades extremas	12%	16%	12%	13%
Turismo Religioso	10%	3%	5%	7%
Base:	138	65	181	384

# INFLUENCIA DE LA CULTURA Y LAS TRADICIONES SOBRE EL DESTINO TURÍSTICO



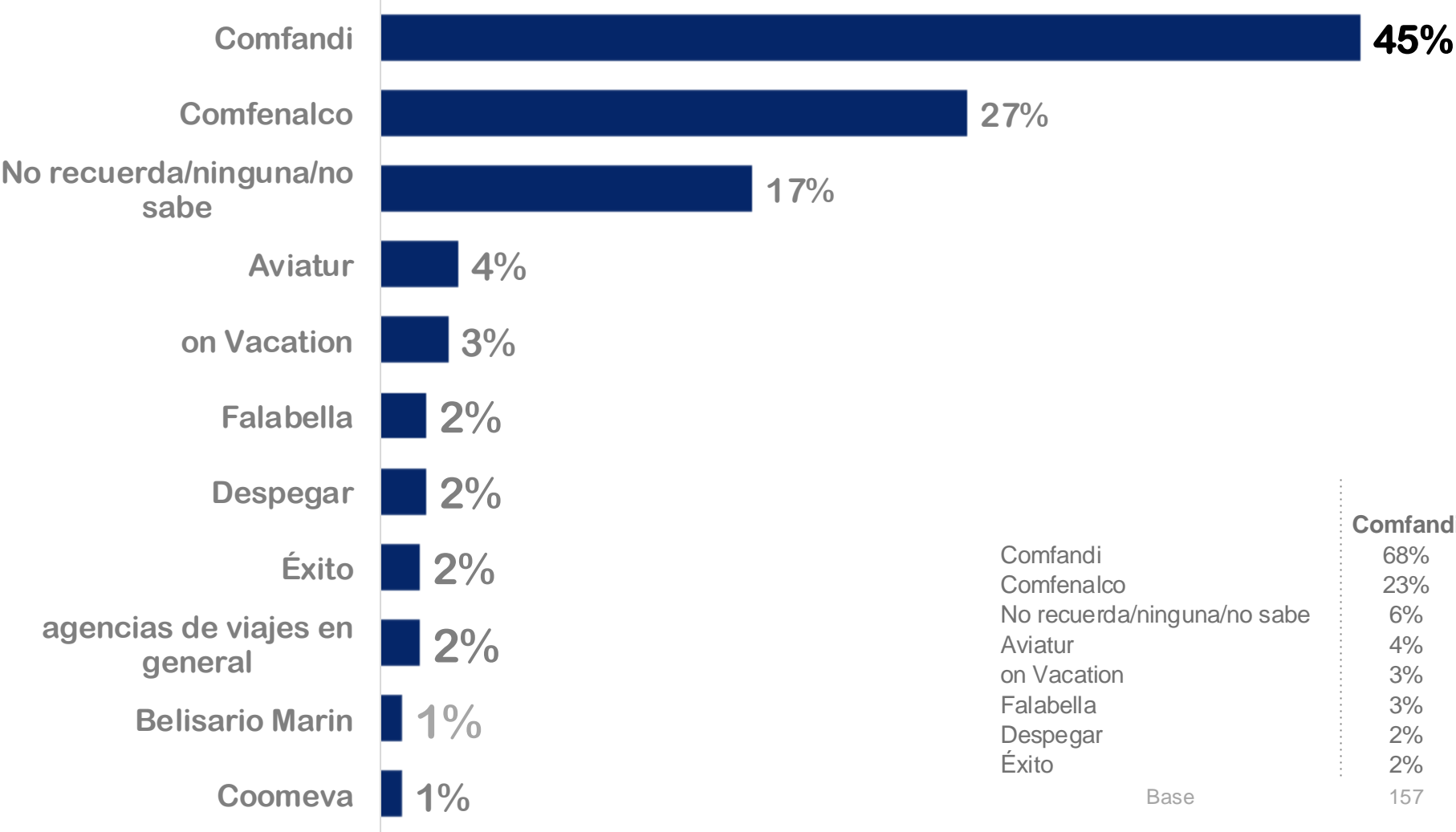
Q38 ¿Cómo influye la cultura y las tradiciones del destino en tu decisión de visitarlo?

**BASE=384**



**PREFERENCIAS**

# PRINCIPALES OPERADORES TURÍSTICOS



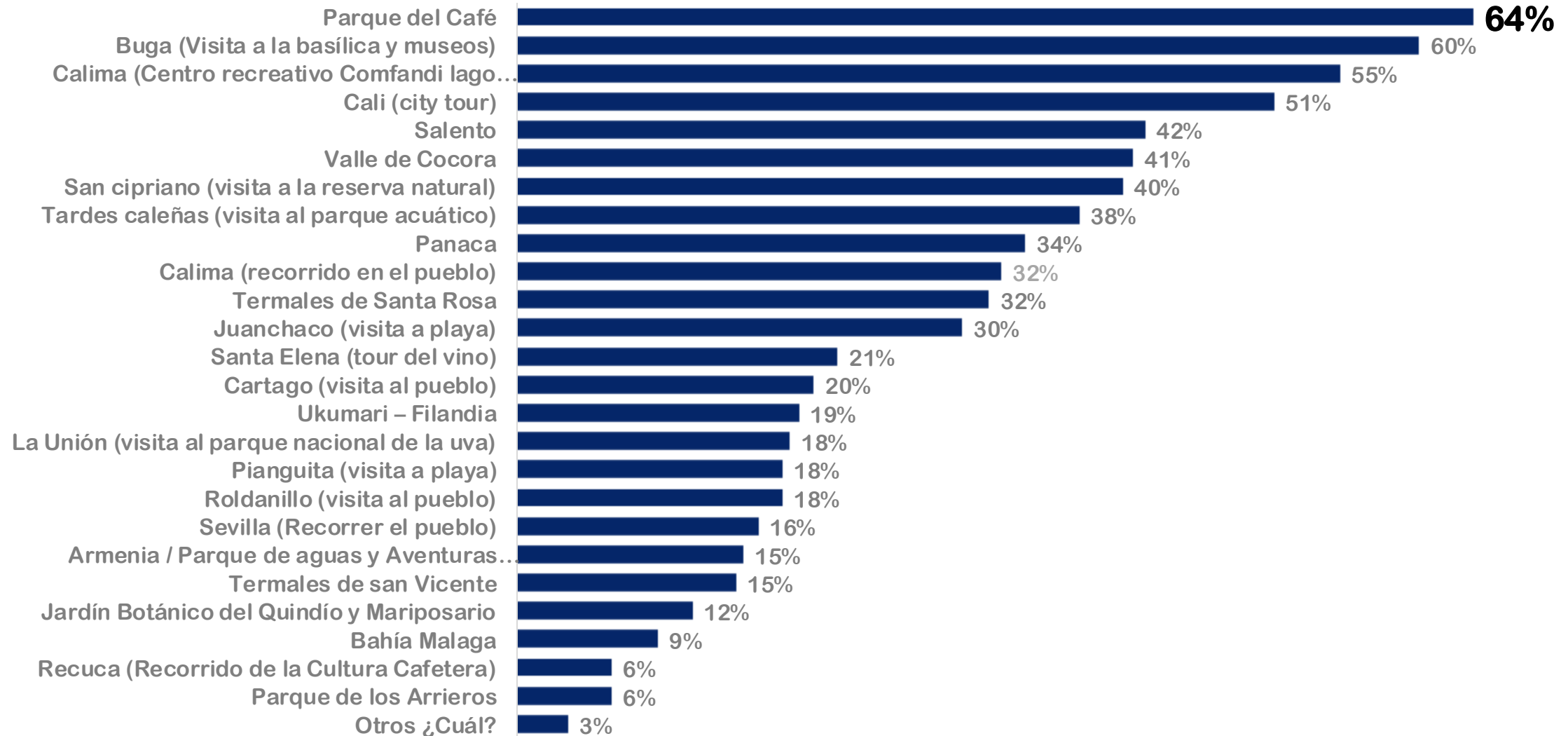
	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Comfandi	68%	27%	31%	45%
Comfenalco	23%	60%	16%	27%
No recuerda/ninguna/no sabe	6%	14%	30%	17%
Aviatur	4%	7%	2%	4%
on Vacation	3%	5%	2%	3%
Falabella	3%	4%	1%	2%
Despegar	2%	3%	2%	2%
Éxito	2%	3%	1%	2%
Base	157	74	153	384

Q39 ¿Cuáles son los principales operadores, agencias y/o cajas de compensación que tienen planes turísticos en el Valle del Cauca que conoce o ha oído nombrar?

BASE = 384



# LUGARES TURÍSTICOS CONOCIDOS



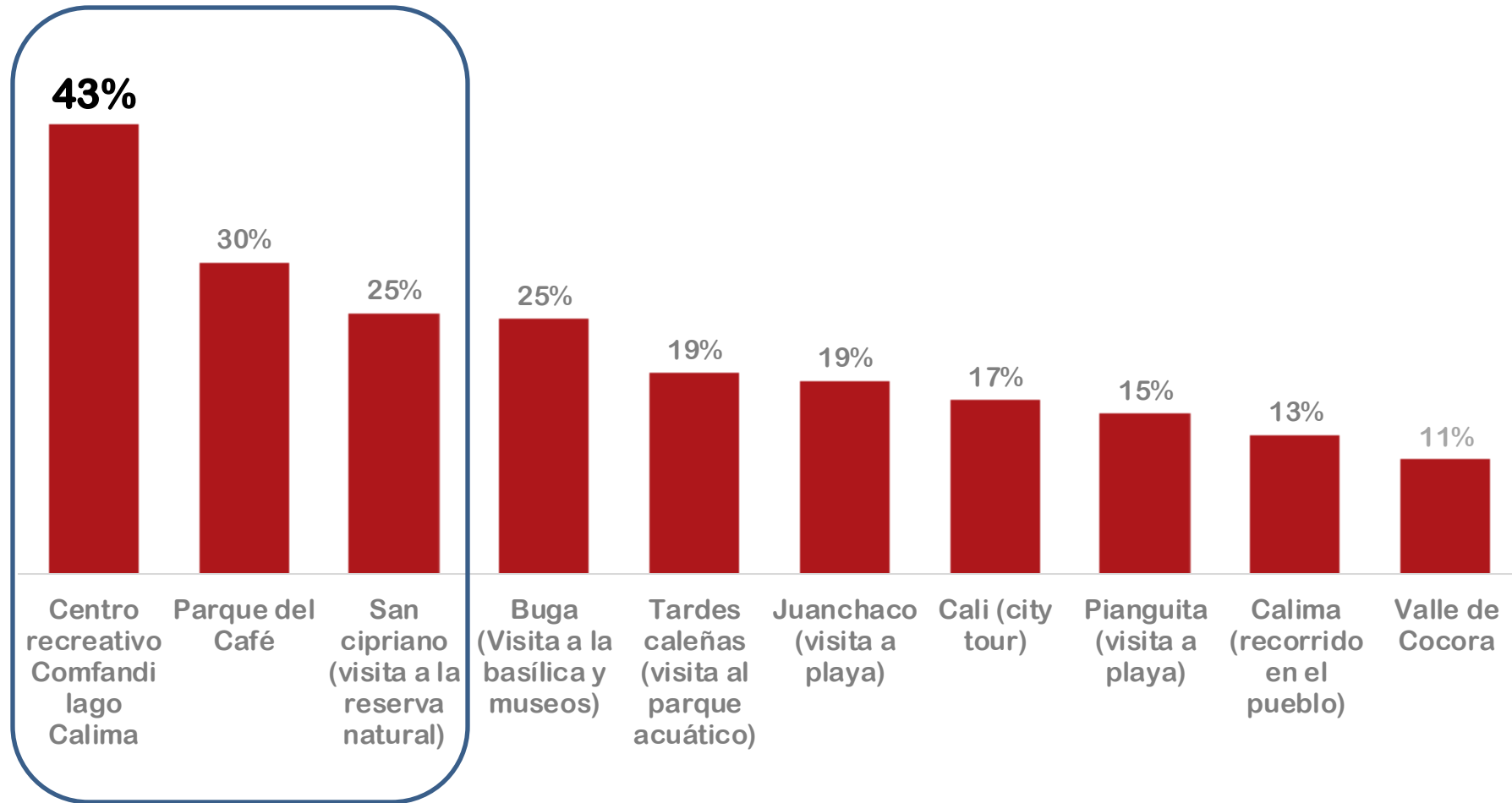
Q40\_1 ¿Cuál/es de los siguientes lugares turísticos conoces?

**BASE=384**

# LUGARES TURÍSTICOS DE PREFERENCIA



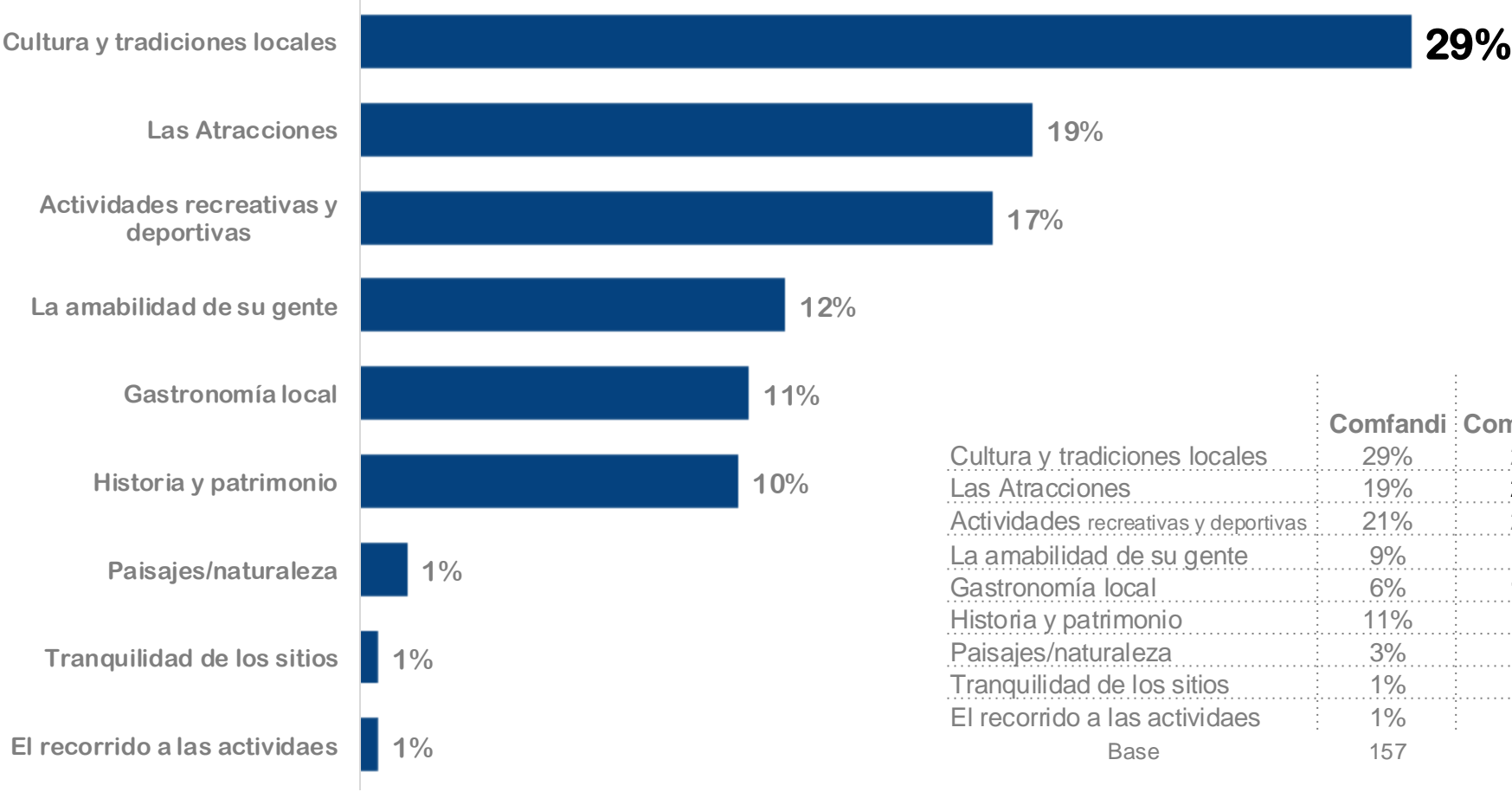
## TOP 3



Q41 Cuál/es de los siguientes lugares turísticos prefieres para ir con familia y/o amigos?

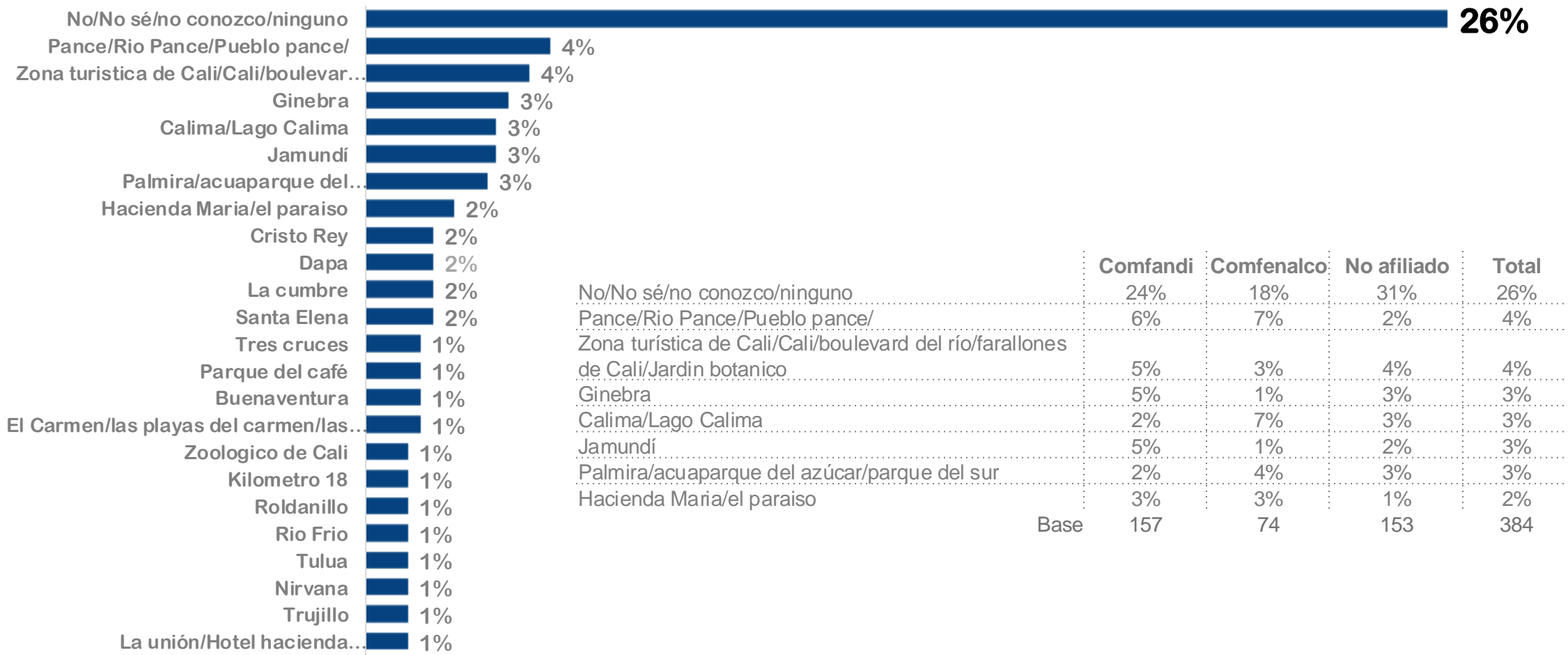
**BASE = 384**

# CARACTERÍSTICAS QUE HACEN ESPECIAL LOS LUGARES TURÍSTICOS DE PREFERENCIA



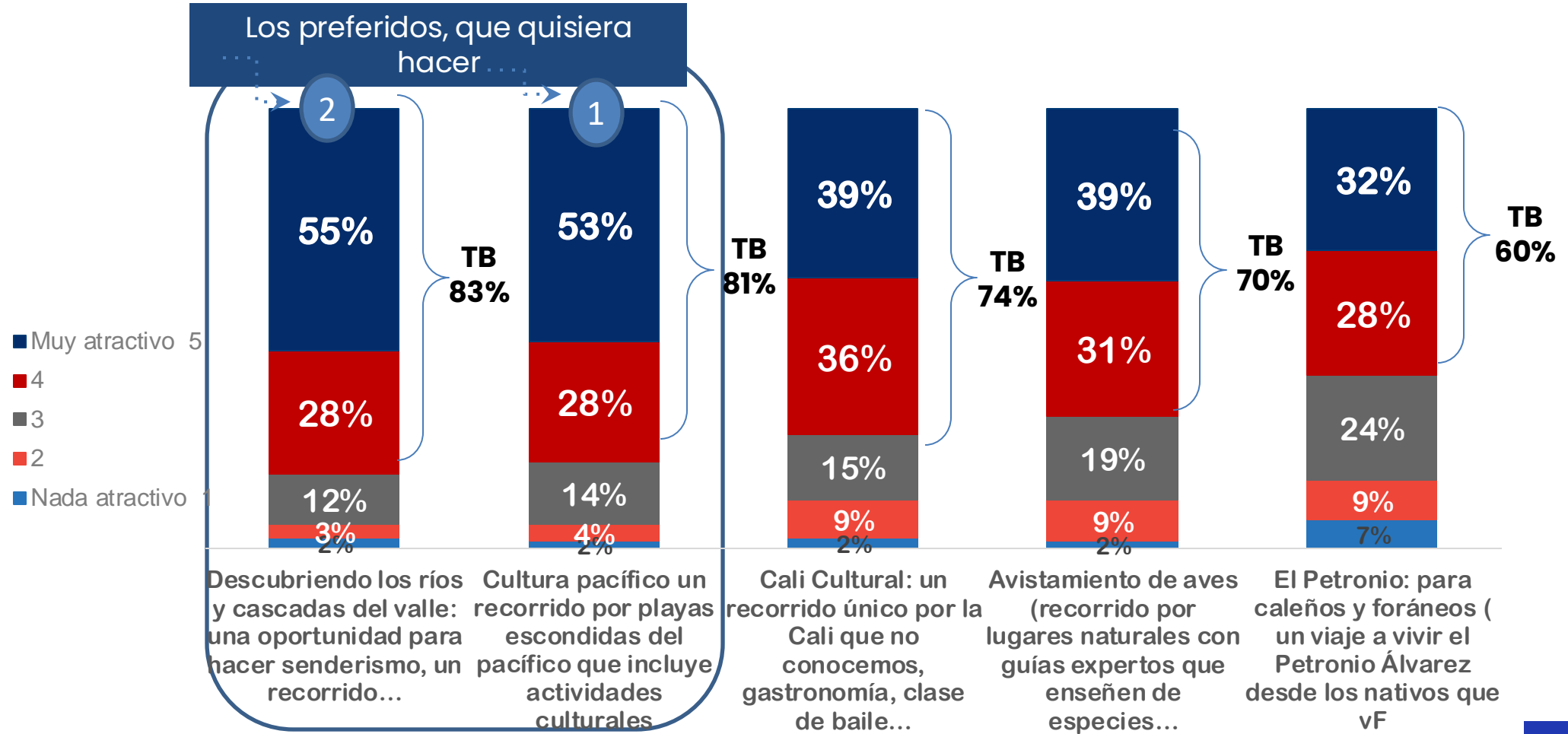
	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Cultura y tradiciones locales	29%	26%	31%	29%
Las Atracciones	19%	23%	16%	19%
Actividades recreativas y deportivas	21%	20%	12%	17%
La amabilidad de su gente	9%	5%	18%	12%
Gastronomía local	6%	18%	12%	11%
Historia y patrimonio	11%	8%	11%	10%
Paisajes/naturaleza	3%	0%	1%	1%
Tranquilidad de los sitios	1%	0%	0%	1%
El recorrido a las actividaes	1%	0%	0%	1%
Base	157	74	153	384

# LUGARES POTENCIALES A CONVERTIRSE EN ATRACCIONES TURÍSTICAS



Q43 ¿Existe algún otro lugar en el Valle del cauca o cercanías que tenga el potencial para convertirse en un lugar de atracción turística?

# QUÉ TAN ATRACTIVO LES PARECE LOS SIGUIENTES PLANES...

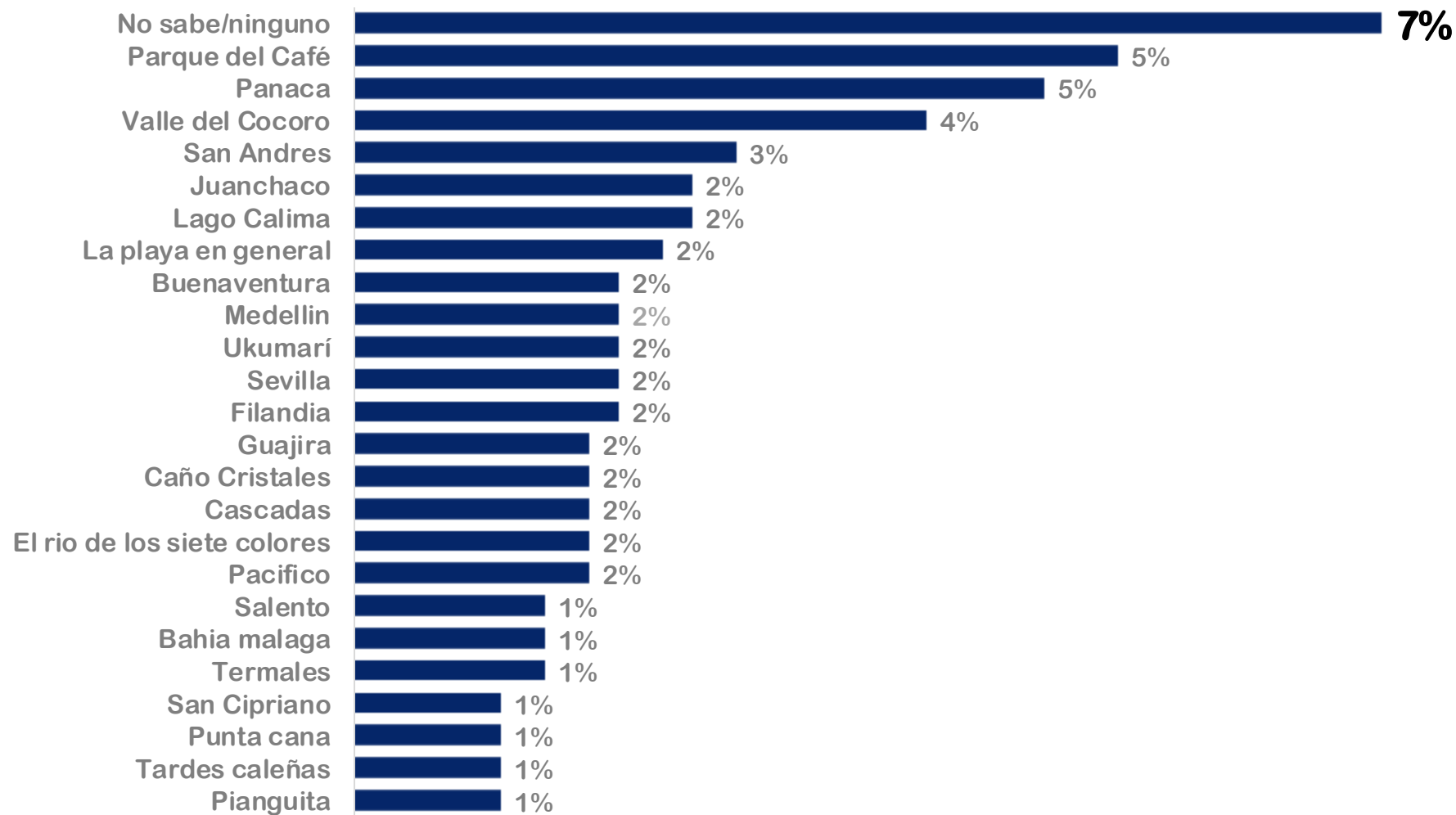


**BASE = 384**

Q44 Pensando en un plan turístico único diseñado por Comfandi qué tan atractivo resulta: (escala de 1 a 5 donde 1 es nada atractivo y 5 muy atractivo)

Q45 De la lista anterior elige tus 2 preferidos esos 2 que quisieras hacer, siendo 1 tu primera opción. - Groups - Clasificación Cultura pacífico un recorrido por playas escondidas del pacífico que incluye actividades culturales y gastronómicas (pianguera2000IME20)

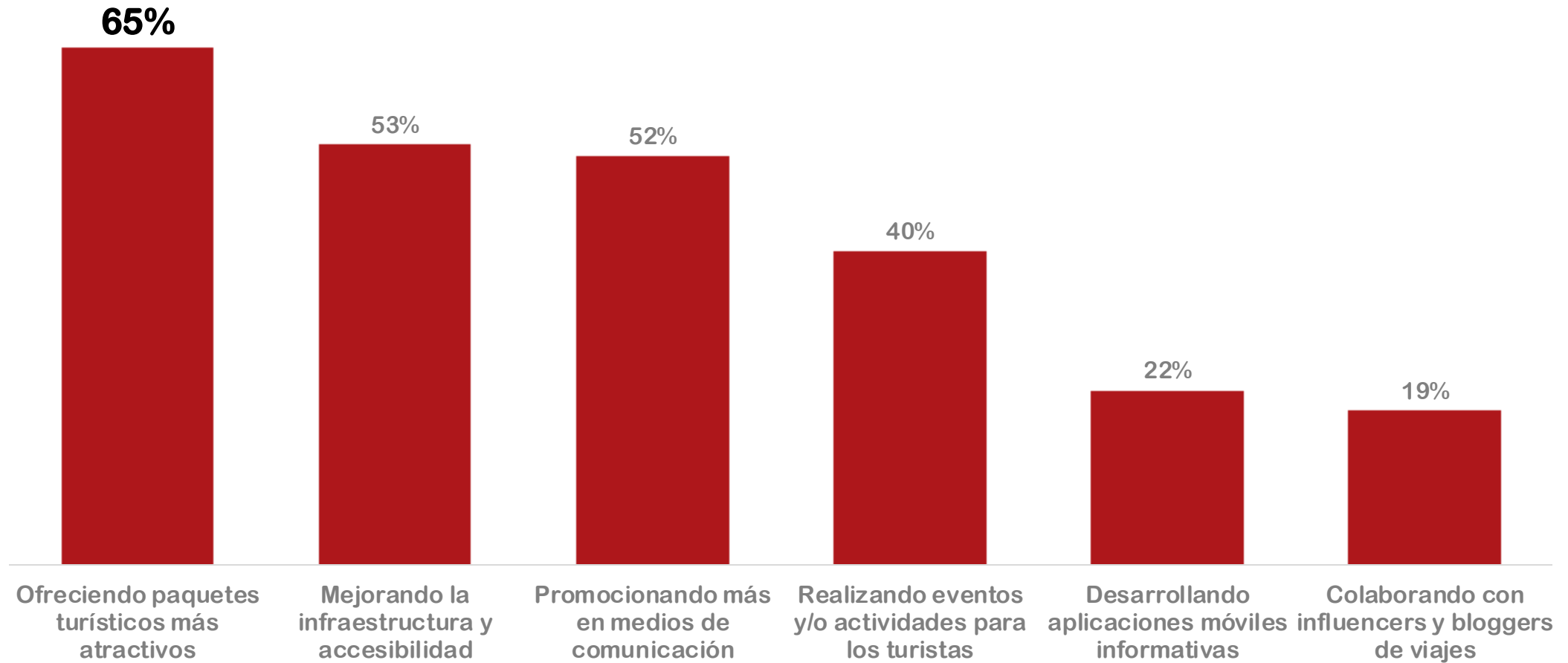
# DESTINOS EN TENDENCIA QUE LE GUSTARÍA CONOCER



Q46 ¿Qué destino que haya visto en tendencia le gustaría conocer?

**BASE=384**

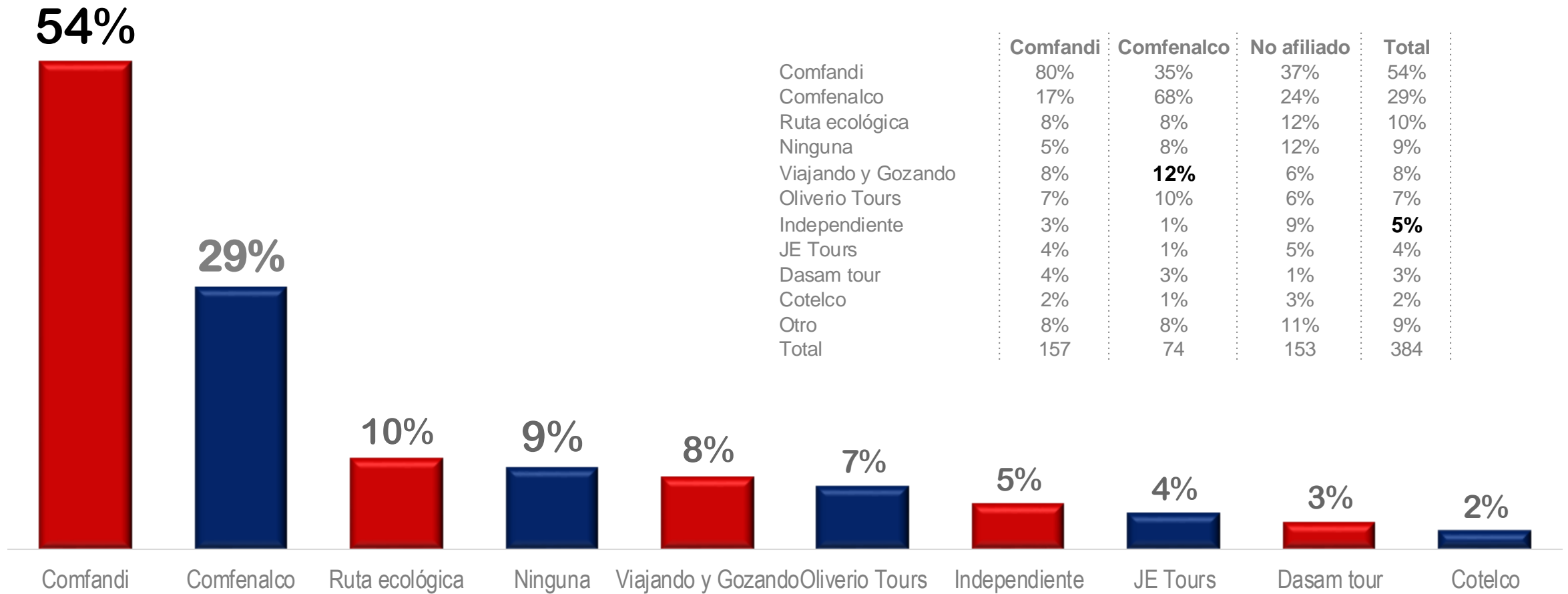
# LO QUE DEBERÍA POTENCIAR EN LOS LUGARES TENDENCIALES MENCIONADOS



Q47 ¿Cómo cree que se podrían potenciar estos lugares para generar mayor atracción turística?

**BASE = 384**

# AGENCIA O CAJA DE COMPENSACIÓN CON LA QUE VIAJAS

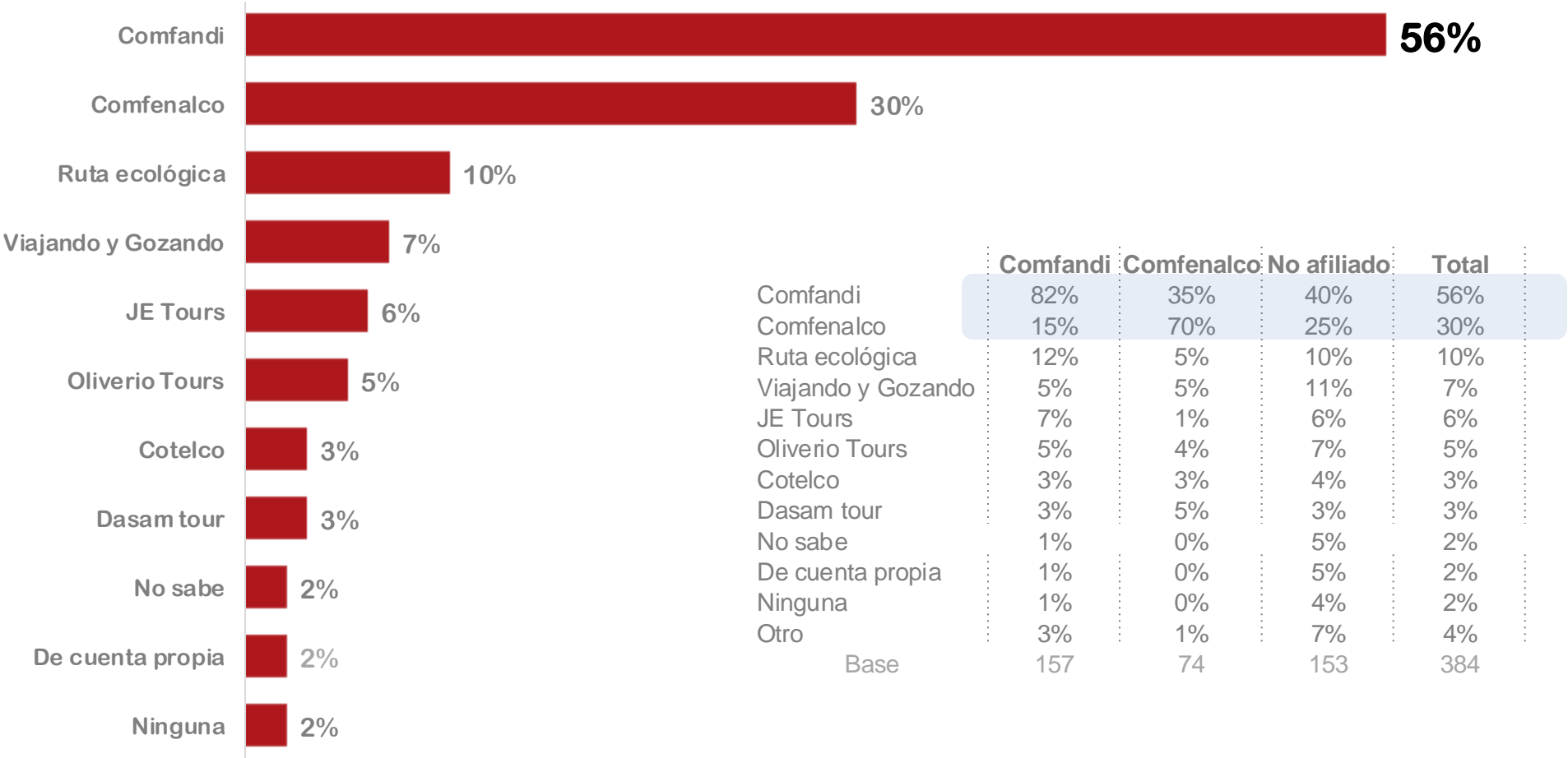


Q48\_1 ¿Con qué agencia o caja de compensación ha realizado estos viajes?

**BASE = 384**

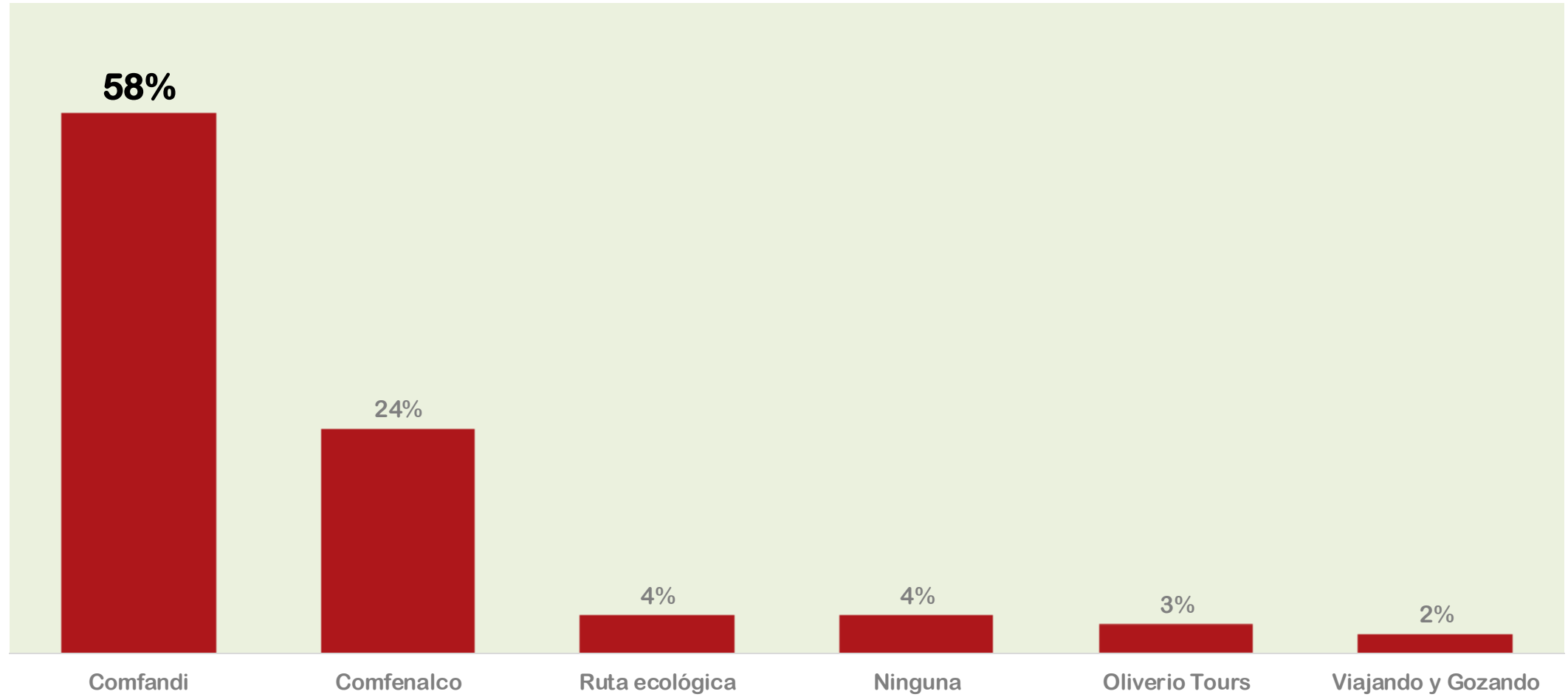


# AGENCIA O CAJA DE COMPENSACIÓN CON LA QUE PIENSA REALIZAR SU PRÓXIMO VIAJE



Q50 ¿La próxima vez que decida viajar con qué agencia o caja de compensación piensa hacerlo?

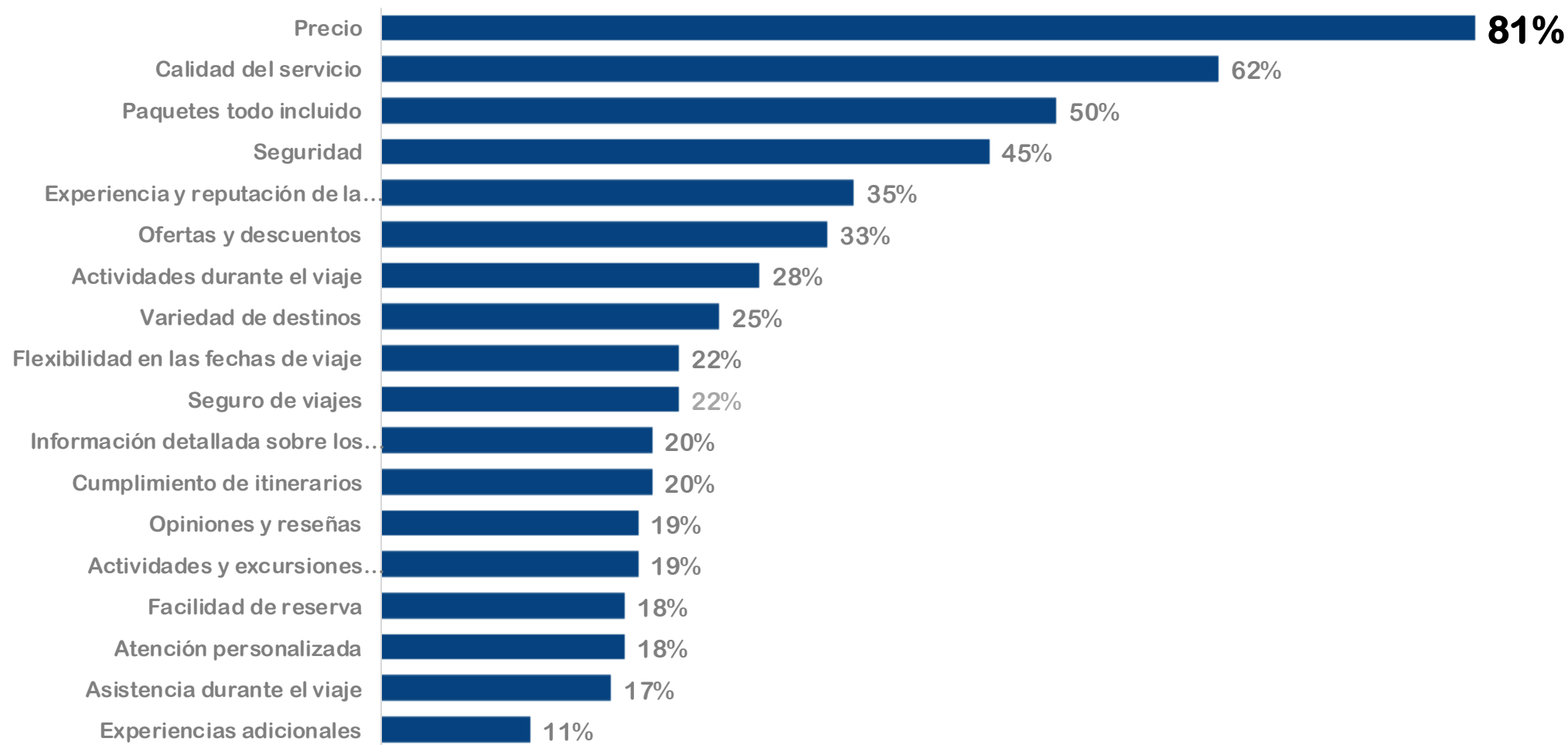
BASE = 384



Q51 ¿Cuál es la agencia o caja de compensación más cercana a su corazón??

**BASE = 384**

# FACTORES IMPORTANTES EN LA BÚSQUEDA DE OPERADORES DE TURISMO



Q52 ¿Qué factores considera más importantes cuando busca operadores turísticos, agencias o cajas de compensación para realizar sus viajes?

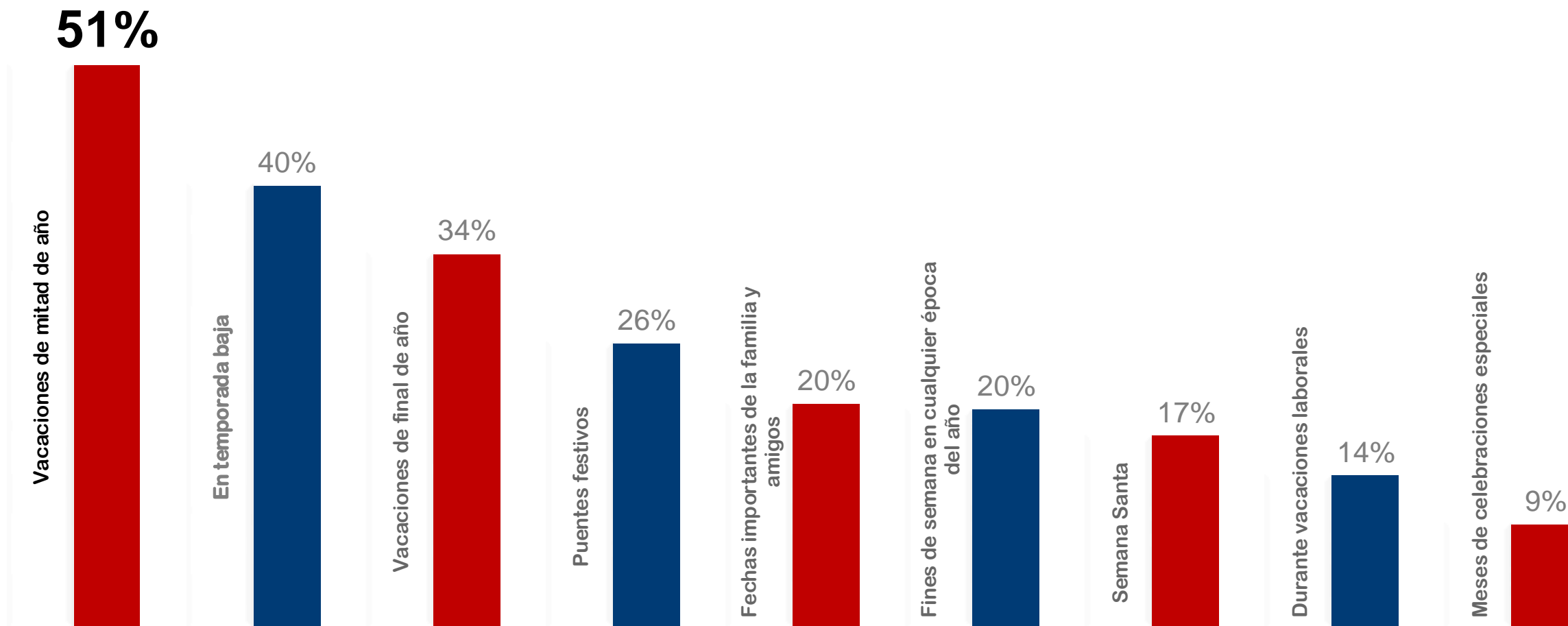
**BASE = 384**

# CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA TURÍSTICA



	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Ofrecer paquetes personalizados según los intereses del viajero	61%	61%	52%	58%
Proporcionar guías turísticos certificados	47%	42%	43%	44%
Antes del viaje otorgar la información detallada de servicio contratado y consejos sobre el destino	<b>48%</b>	39%	41%	44%
Incluir actividades exclusivas y únicas para el grupo	<b>42%</b>	30%	31%	35%
Soporte y acompañamiento durante el viaje	36%	<b>38%</b>	33%	35%
Ofrecer la posibilidad de contratar servicios extra en el destino (inflables, juegos para niños etc.)	31%	<b>37%</b>	25%	29%

# ÉPOCAS PREFERIDAS PARA VIAJAR



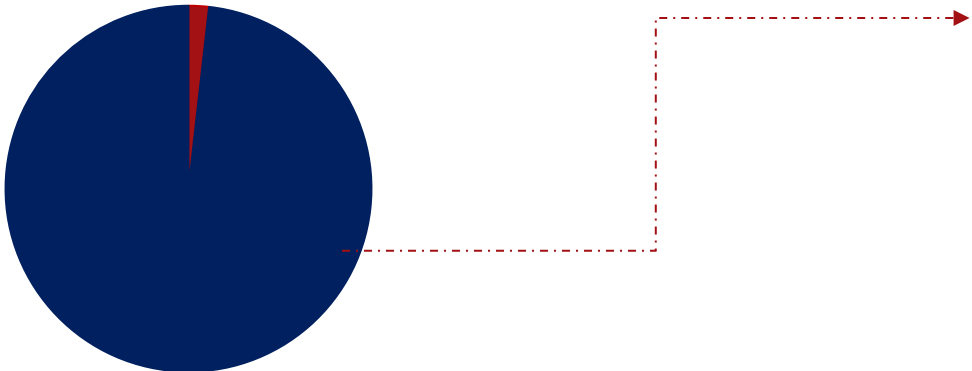
Q54 ¿En qué época del año prefieres salir de viaje? –

**BASE = 384**

# MALA EXPERIENCIA



2% Ha tenido una mala experiencia



	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Retraso, mala organización	33%	0%	25%	29%
Mala atención	33%	0%	25%	29%
Publicidad engañosa	0%	0%	25%	14%
Malos hoteles	33%	0%	0%	14%
No sabe	0%	0%	25%	14%
Base	3	0	4	7

	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Falta de Empatía del personal	21%	22%	23%	22%
Atención / servicio al cliente	23%	20%	19%	21%
Organización y logística del viaje	22%	23%	16%	20%
No incluía guía	20%	26%	16%	19%
Precio de los paquetes turísticos	16%	28%	17%	19%
Comida durante el viaje	19%	15%	14%	16%
Actividades y excursiones con costo adicional	15%	15%	14%	15%
Información insuficiente sobre los destinos	15%	8%	12%	12%
Comodidad durante el viaje	11%	12%	9%	10%
Seguridad / Protocolos claros en todo momento	10%	12%	6%	9%
Base	157	74	153	384



# **USUARIOS AFILIADOS A COMFANDI**

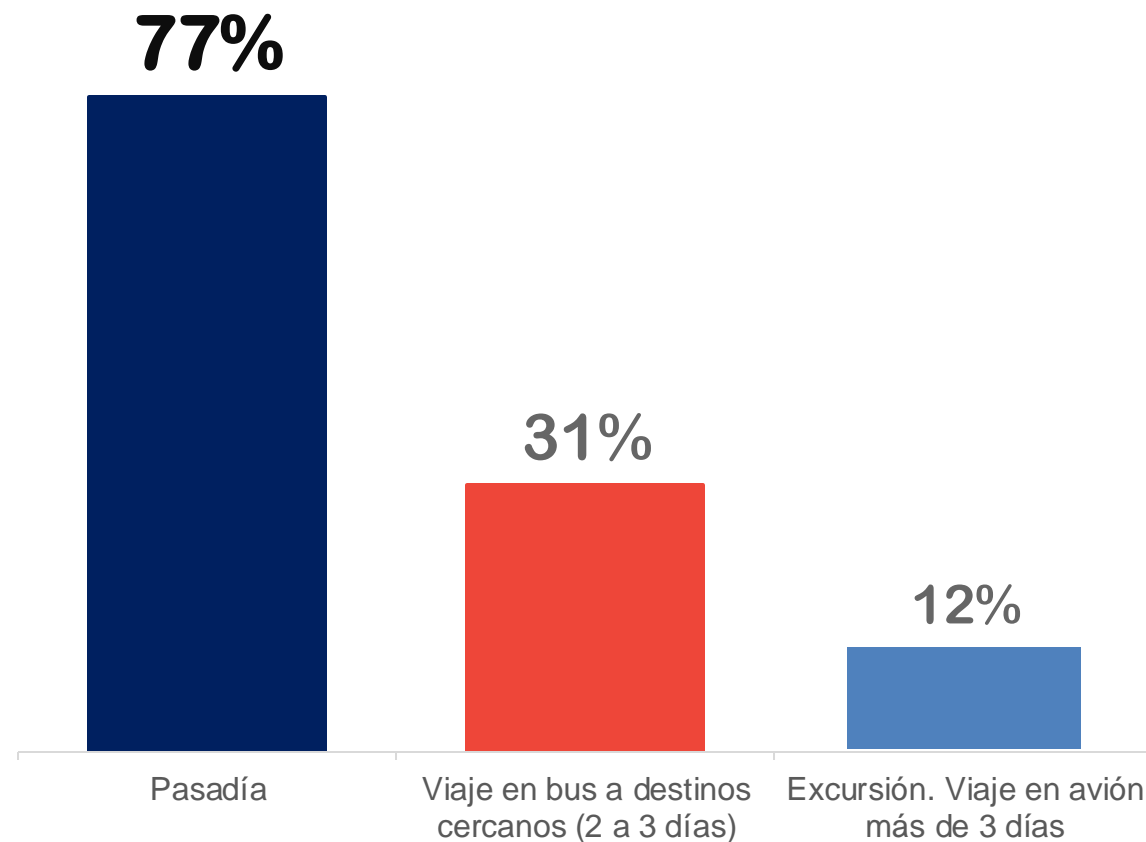
# USO DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE COMFANDI



¿Ha viajado con los servicios de turismo de Comfandi?

**Sí**  
**55%**

¿Qué tipo de viaje realizó?

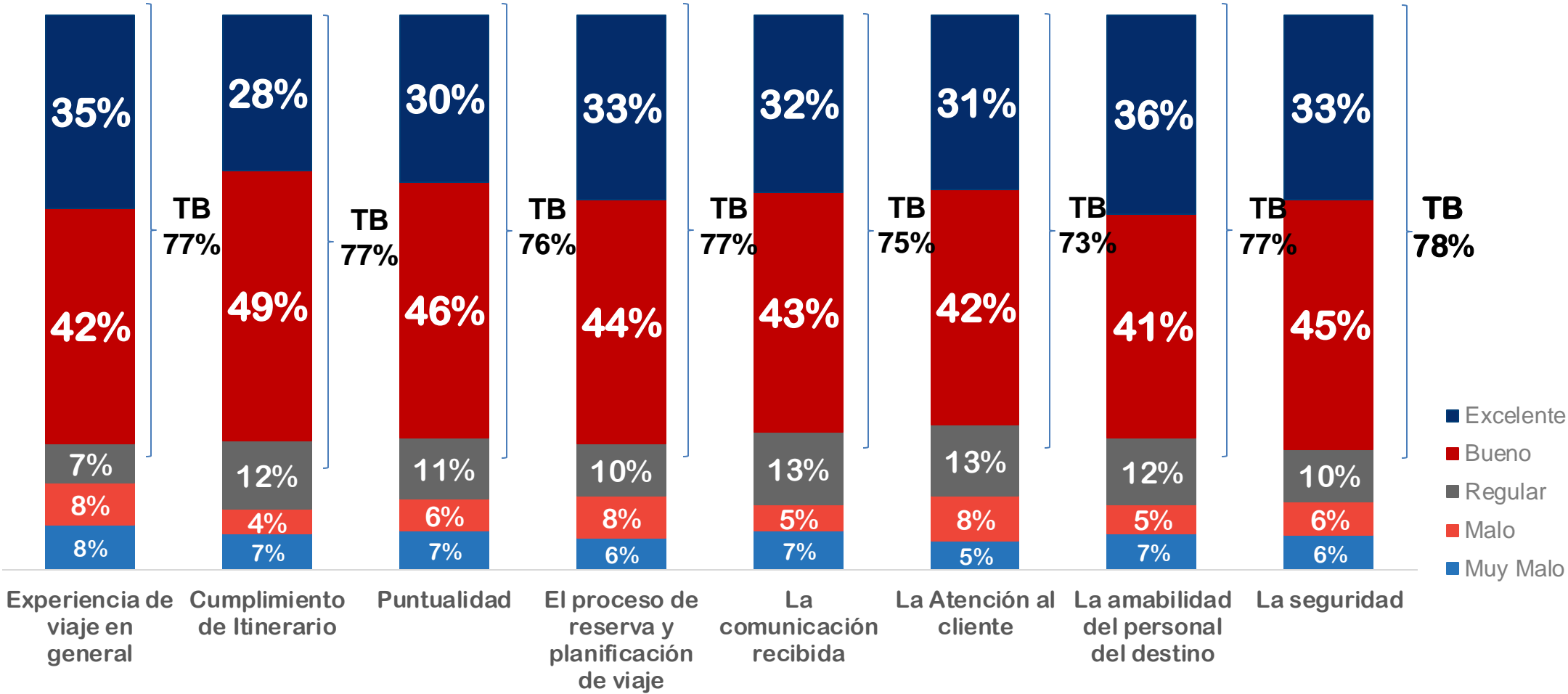


Q57 ¿Has viajado con los servicios de turismo con Comfandi?  
Q58 ¿Qué tipo de viaje has realizado con Comfandi?

**BASE = 384**



# CALIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA



Q59 ¿En una escala de 1 a 5 donde 1 es muy mala y 5 es muy buena, cómo calificarías tu?...

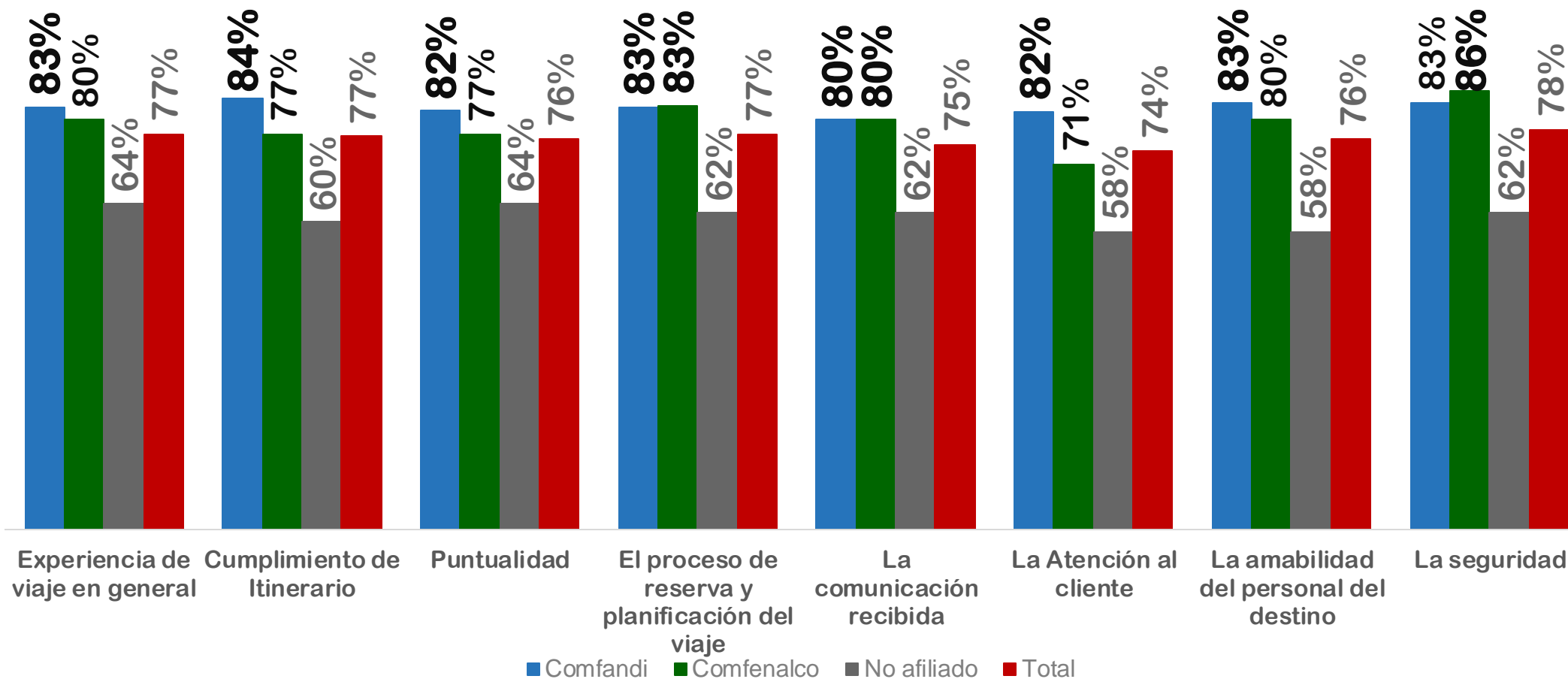
**BASE = 210**

# CALIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA



Top to Box\* por tipo de cliente

\*Top to Box = Excelente + Bueno



■ Comfandi ■ Comfenalco ■ No afiliado ■ Total

Q59 ¿En una escala de 1 a 5 donde 1 es muy mala y 5 es muy buena, cómo calificarías tu?

**BASE = 384**

# CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE COMFANDI



Sí ha viajado con los servicios de turismo de Comfandi

55%

¿Qué fue lo que más le gusto de su experiencia?



Aspectos del viaje	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
El alojamiento o instalaciones para pasar el día.	50%	51%	36%	47%
Atención / servicio al cliente	38%	51%	46%	42%
Empatía del personal	40%	34%	44%	40%
Los precios competitivos	43%	26%	38%	39%
El transporte (calidad, comodidad, estado de los buses)	38%	43%	26%	35%
La variedad de destinos ofrecidos	32%	37%	16%	29%
Precio de los paquetes turísticos	29%	34%	24%	29%
Comida durante el viaje (desayuno, almuerzo cena o refrigerios)	25%	23%	20%	23%
La logística del viaje	22%	26%	18%	21%
Comodidad durante el viaje	19%	29%	20%	21%
La información proporcionada sobre los destinos	18%	34%	16%	21%
Las actividades y excursiones incluidas	22%	29%	11%	20%
La atención personalizada	21%	29%	13%	20%
Base:	120	35	55	210

Q57 ¿Has viajado con los servicios de turismo con Comfandi  
Q60 ¿Qué es lo que más te ha gustado de las experiencias de turismo con Comfandi?

BASE = 384

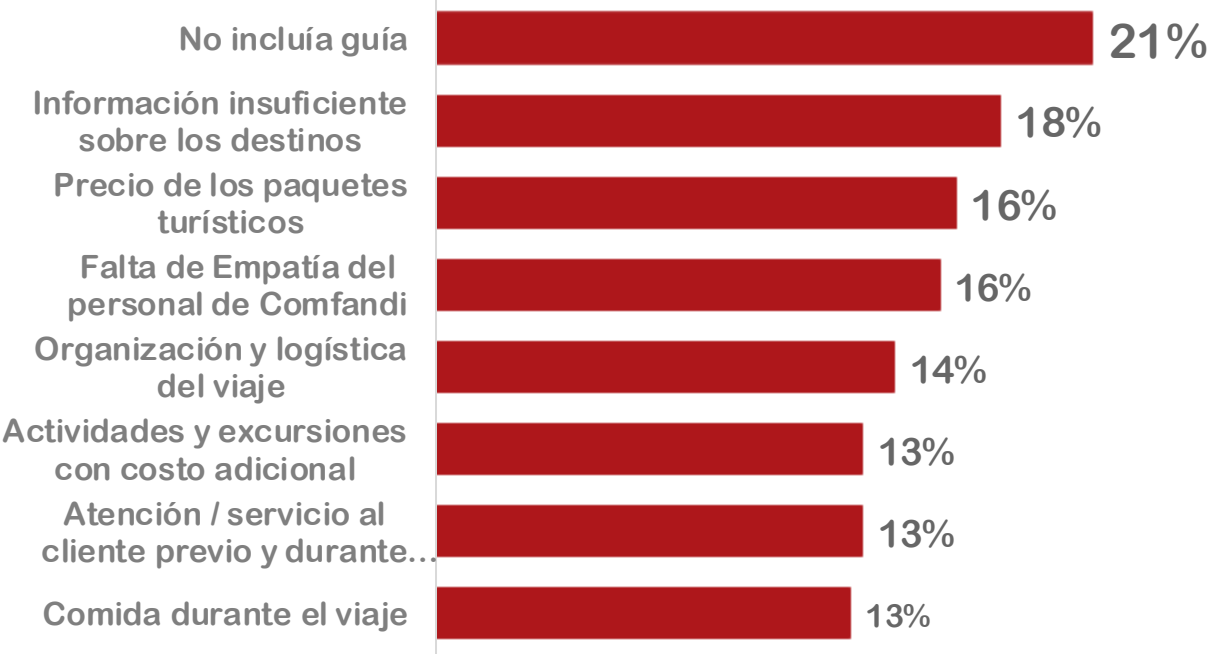
# CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE COMFANDI



Sí ha viajado con los servicios de turismo de Comfandi

55%

¿Qué fue lo que no le gusto de su experiencia?



Aspectos del viaje	Comfandi	Comfenalco	No afiliado
No incluía guía	23%	26%	11%
Información insuficiente sobre los destinos	15%	26%	18%
Precio de los paquetes turísticos	14%	23%	16%
Falta de Empatía del personal de Comfandi	13%	26%	15%
Organización y logística del viaje	16%	9%	15%
Atención / servicio al cliente previo y durante el viaje	13%	23%	9%
Actividades y excursiones con costo adicional	18%	3%	9%
Comida durante el viaje (desayuno, almuerzo cena o refrigerios)	12%	9%	18%
Variedad de destinos ofrecidos	13%	11%	7%
Comodidad durante el viaje	9%	9%	9%
Actividades y excursiones incluidas	8%	6%	7%
Alojamiento / instalaciones al llegar.	8%	3%	7%
Ninguno	8%	0%	9%
El conductor del bus (modo de conducción, velocidad, seguridad)	5%	9%	9%
Seguridad / Protocolos claros en todo momento	5%	3%	9%
Transporte (calidad, comodidad, estado de los buses)	3%	11%	6%
Falta de capacitación /profesionalismo del guía	5%	9%	2%

Q57 ¿Has viajado con los servicios de turismo con Comfandi  
Q61 ¿Qué es lo que menos te ha gustado de las experiencias de turismo con Comfandi?

BASE = 384

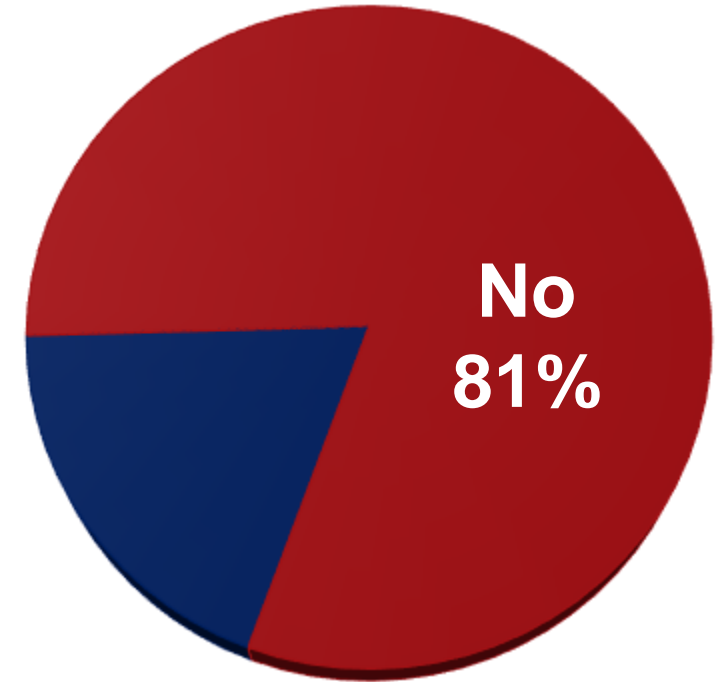
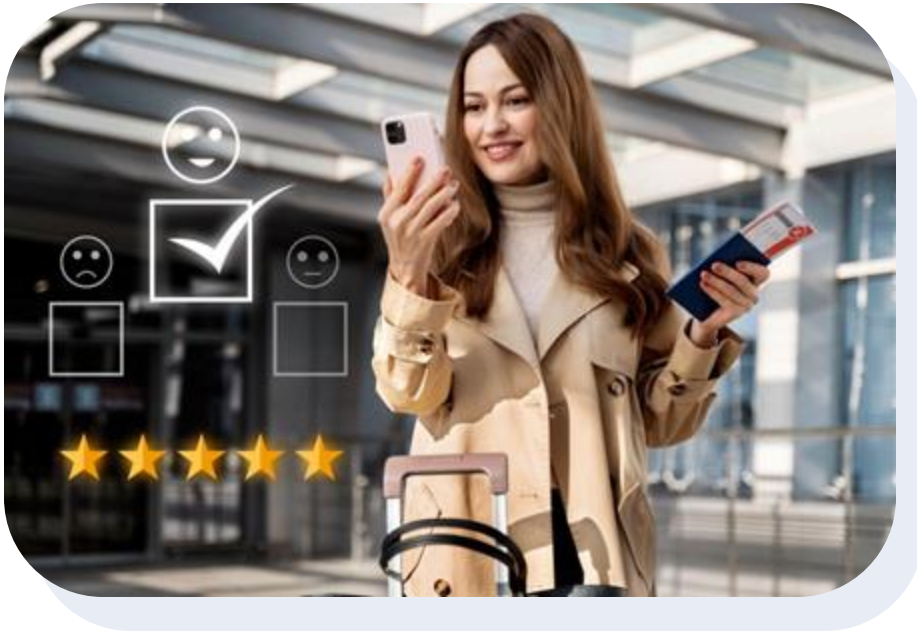
# CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE COMFANDI



Sí ha viajado con los servicios de turismo de Comfandi

55%

¿Cambiaría algo de su experiencia?



Q57 ¿Has viajado con los servicios de turismo con Comfandi  
Q62 ¿Hay algún aspecto específico de las experiencias de turismo de Comfandi que cambiarías?

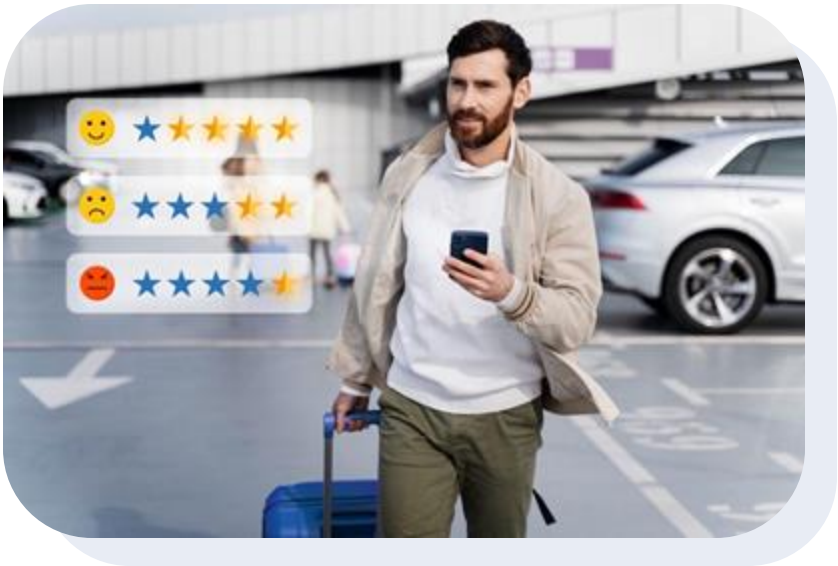
**BASE = 384**

# CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE COMFANDI

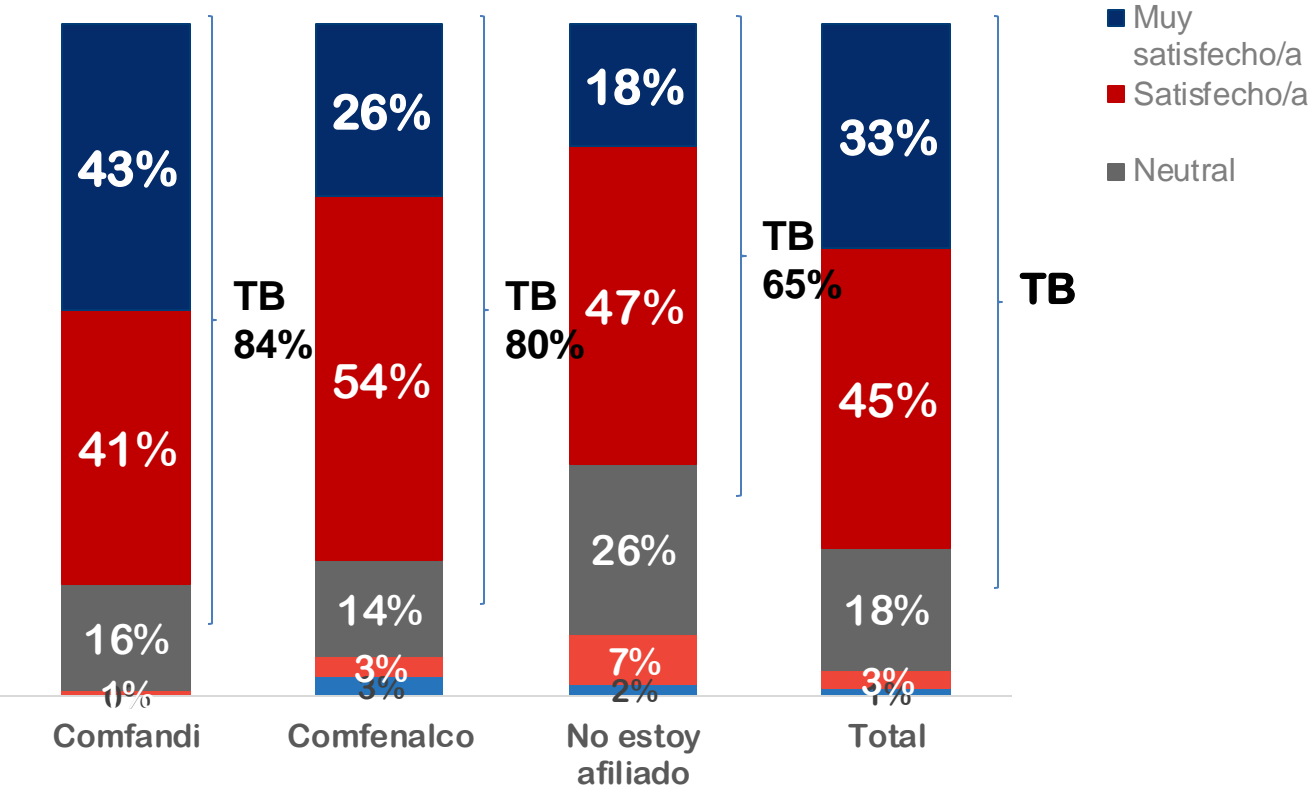


Sí ha viajado con los servicios de turismo de Comfandi

55%



¿Qué tan satisfecho está con el servicio de turismo de Comfandi?



Q57 ¿Has viajado con los servicios de turismo con Comfandi  
Q63 ¿ En una escala de 1 a 5 donde 1 es nada satisfecho y 5 muy satisfecho ¿Qué tan satisfecho/a estás con la relación calidad-precio de las ofertas de turismo de Comfandi?

BASE = 210

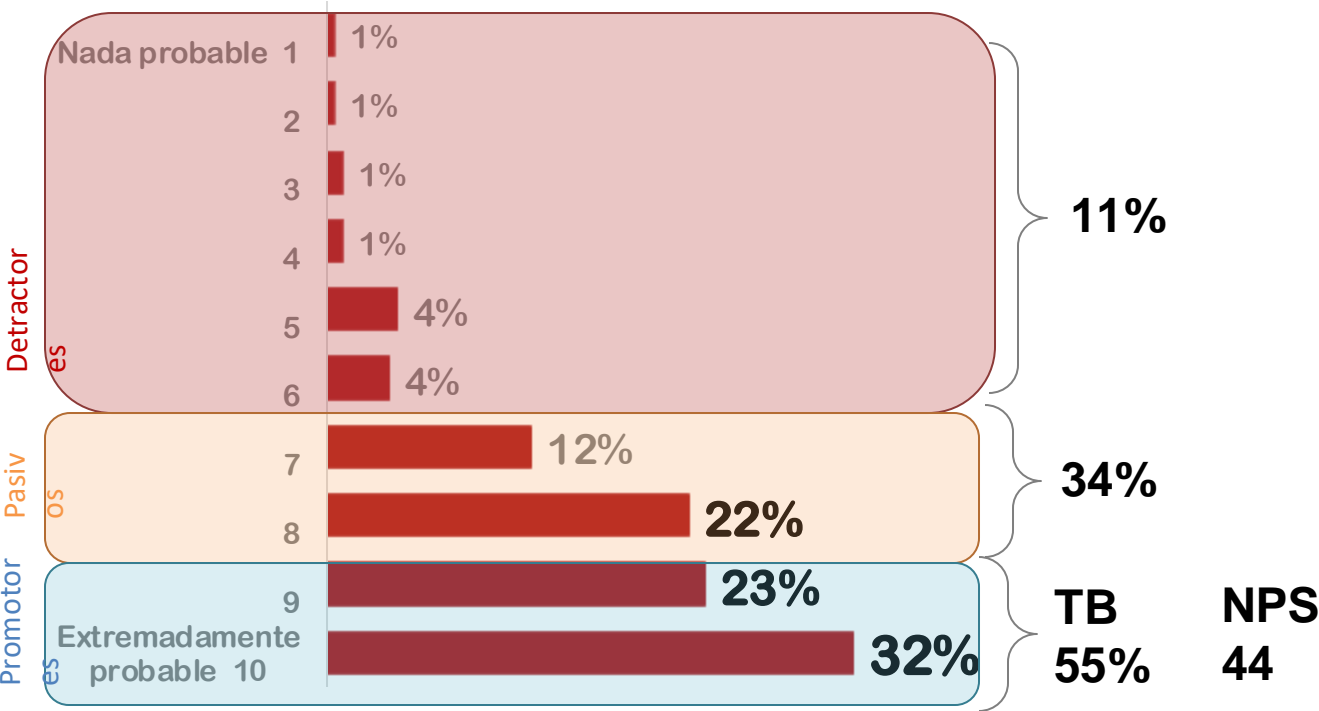
# RECOMENDACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE COMFANDI



Probabilidad de recomendar turismo de Comfandi a amigos y/o familiares?

Sí ha viajado con los servicios de turismo de Comfandi

55%



Aspectos del viaje	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Nada probable 1	0%	3%	0%	1%
2	0%	0%	2%	1%
3	0%	0%	4%	1%
4	0%	3%	2%	1%
5	2%	6%	9%	4%
6	3%	0%	9%	4%
7	13%	14%	11%	12%
8	23%	20%	22%	22%
9	23%	31%	16%	23%
Extremadamente probable 10	38%	23%	26%	32%
TB	61%	54%	42%	55%
NPS	57	43	17	44
Base:	120	35	55	210

# POR QUÉ NO ADQUIERE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE COMFANDI



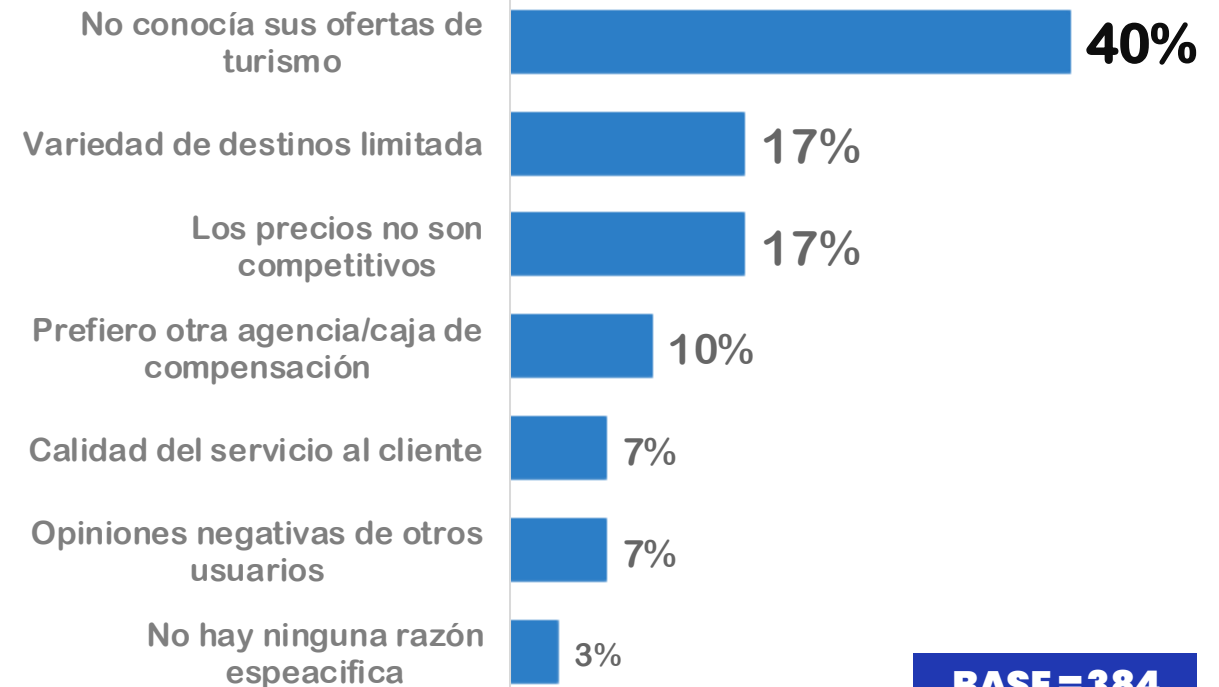
No ha viajado con los servicios de turismo de Comfandi **45%**

Nunca ha considerado los servicios turísticos de Comfandi **8%**

## ¿Por qué no adquiere los servicios turísticos de Comfandi?



## ¿Por qué nunca ha considerado los servicios turísticos de Comfandi?



Q65 ¿Qué te ha detenido de adquirir experiencias de turismo con Comfandi?

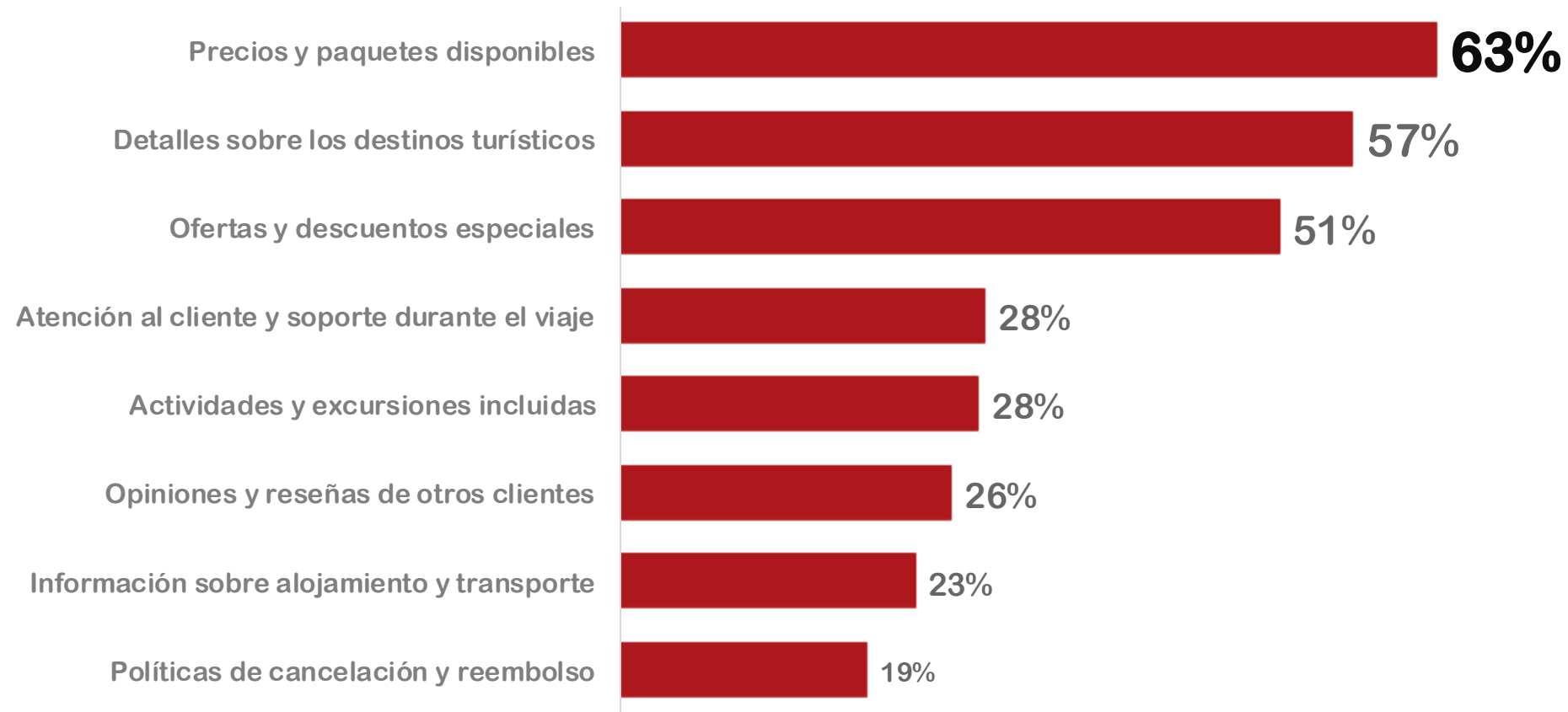
**BASE = 384**



# INFORMACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE COMFANDI



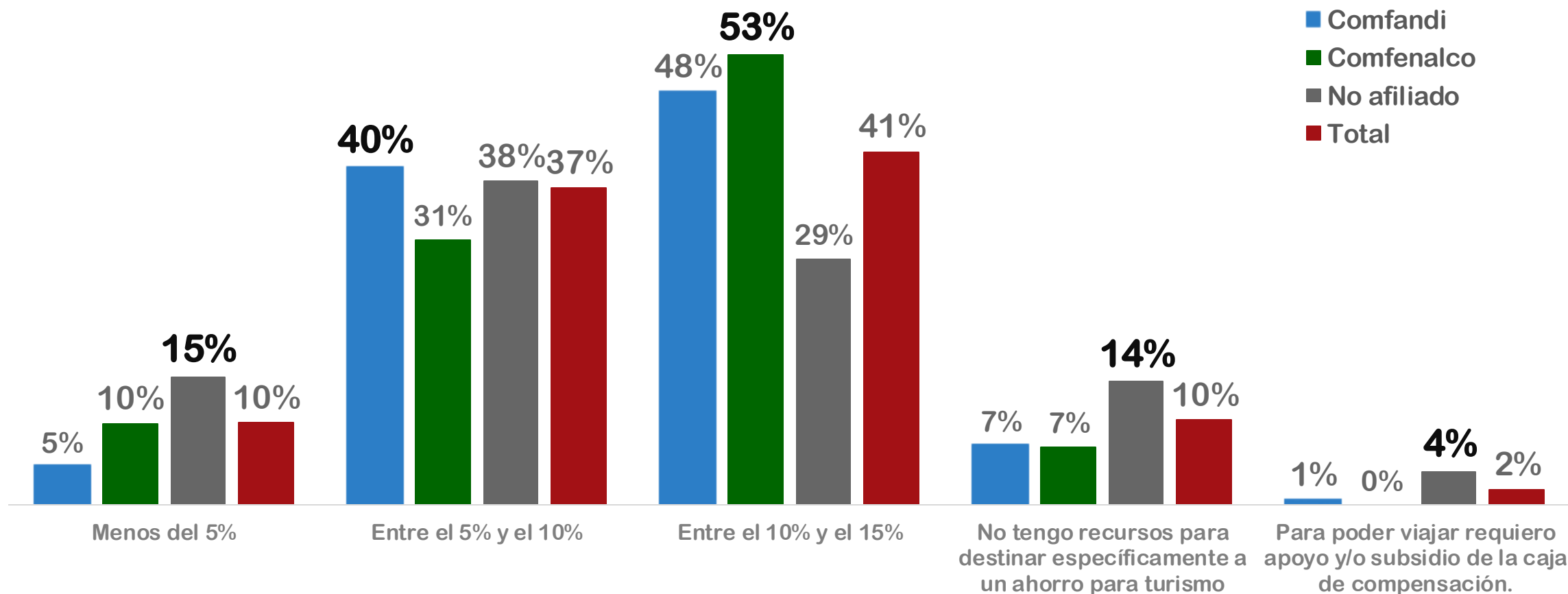
¿Qué información le gustaría recibir sobre los servicios turísticos de Comfandi?



# PRESUPUESTO DESTINADO PARA TURISMO



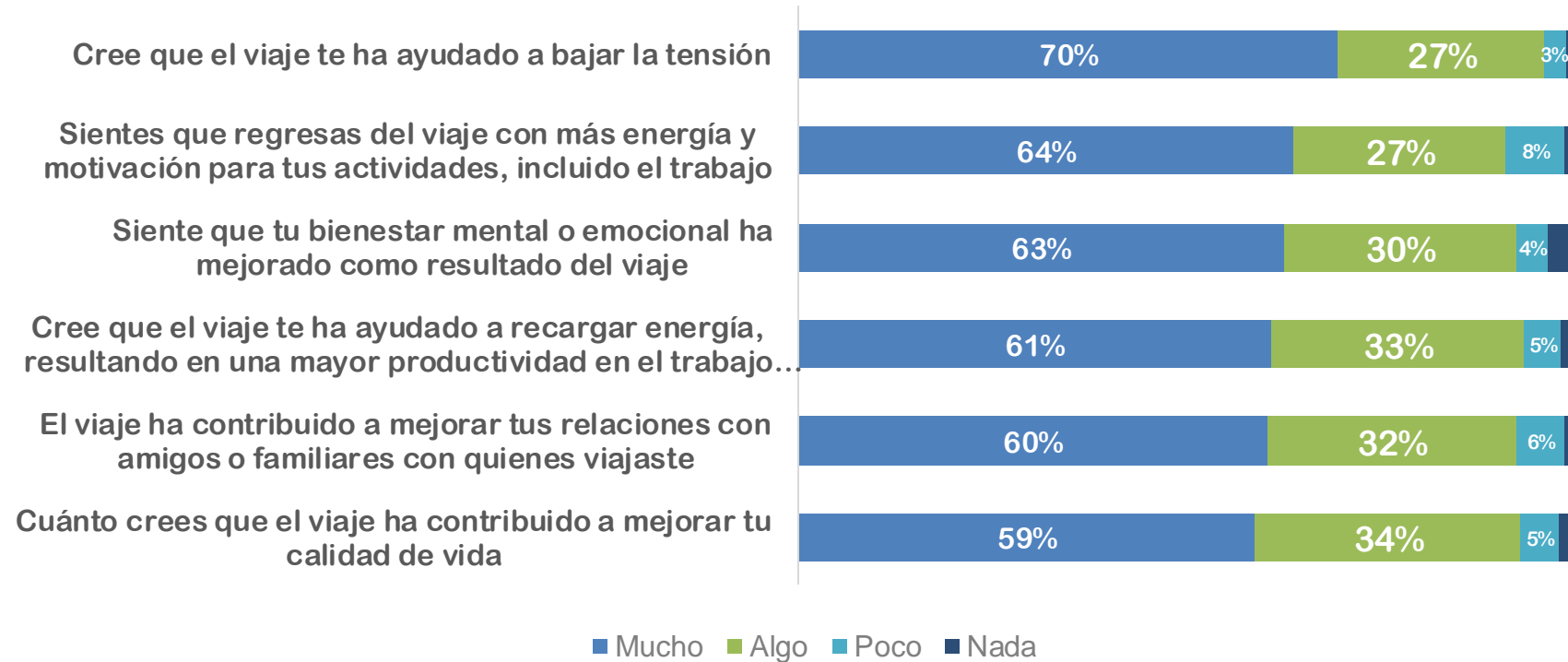
¿Qué porcentaje de su ingreso mensual podría destinar para turismo?





# **IMPACTO EN CALIDAD DE VIDA Y PRODUCTIVIDAD**

# IMPACTO DEL VIAJE PARA SU CALIDAD DE VIDA, SALUD MENTAL Y LA DE SU FAMILIA



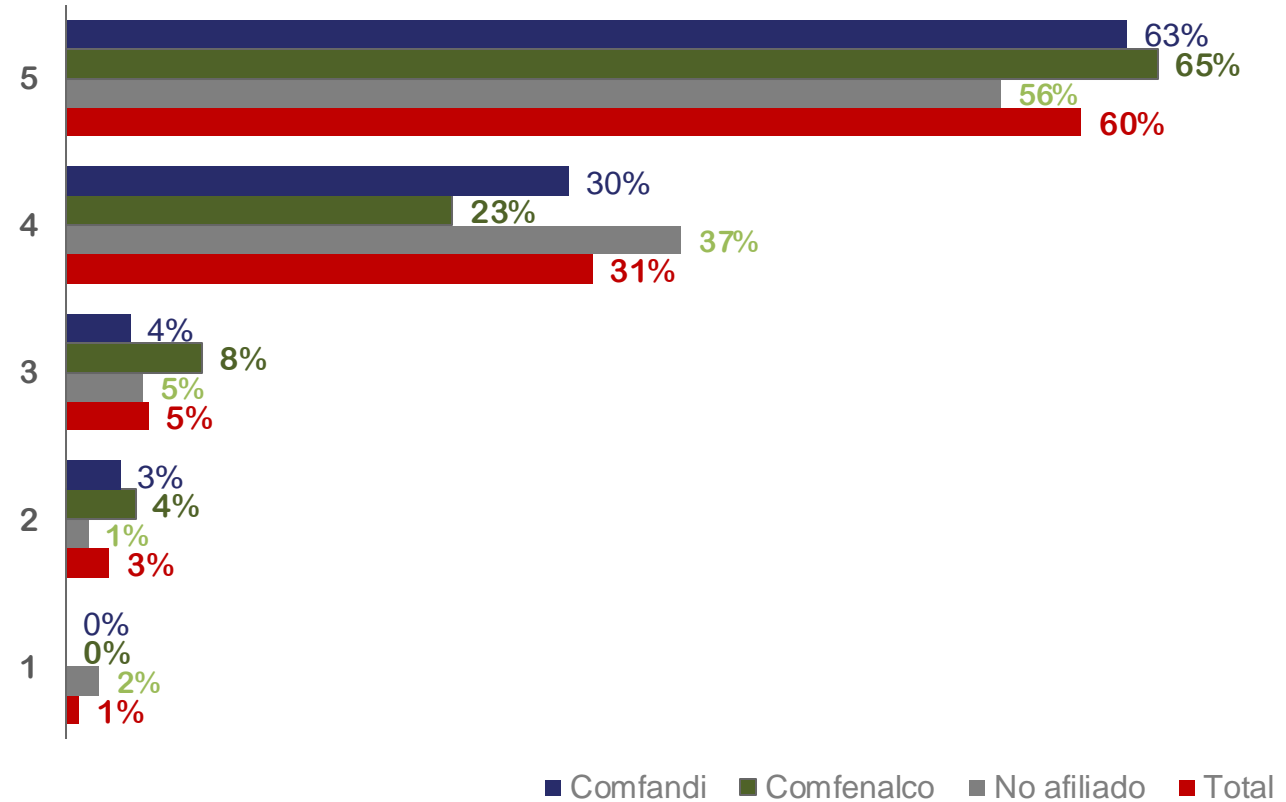
# IMPACTO DEL VIAJE PARA SU CALIDAD DE VIDA, SALUD MENTAL Y LA DE SU FAMILIA



## QUIENES AFIRMARON QUE FUE MUCHO EL IMPACTO



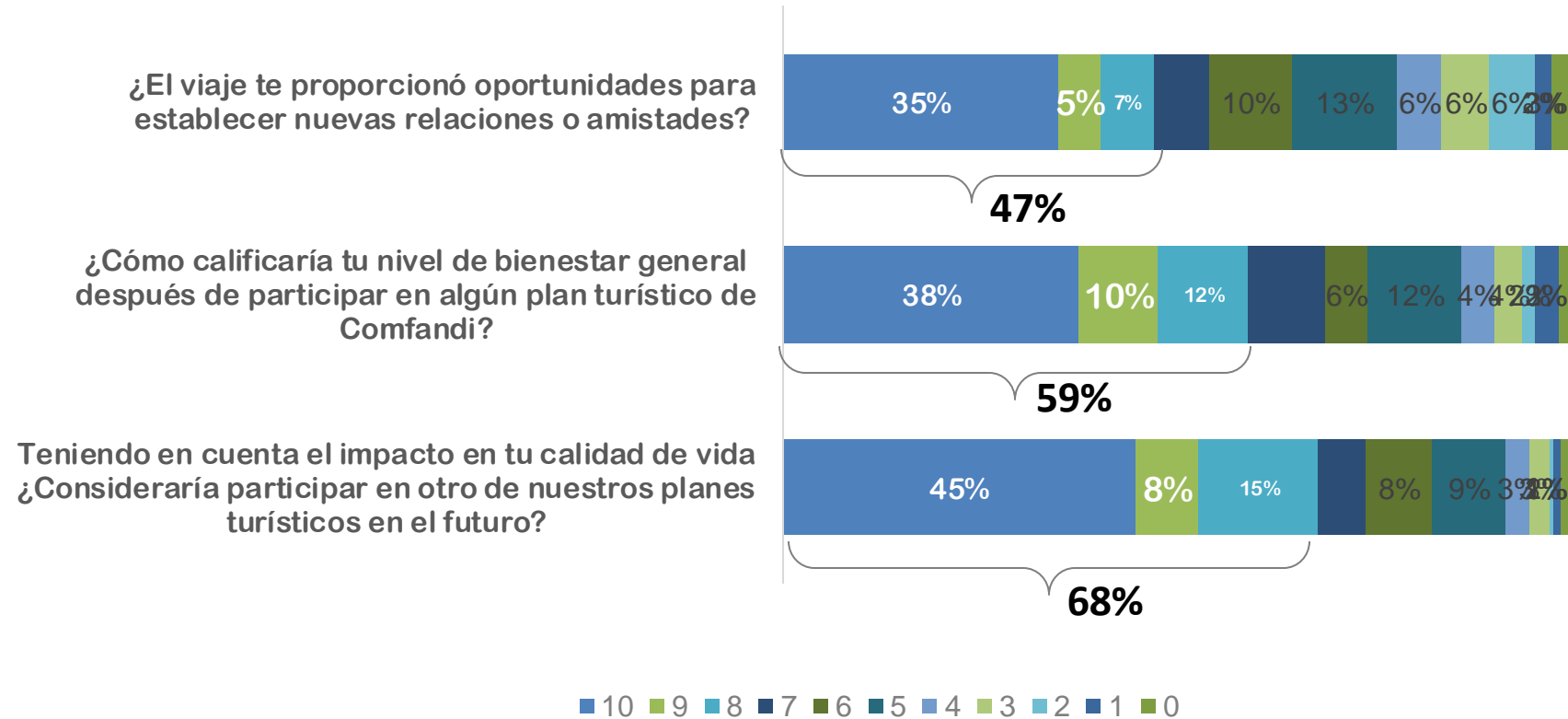
# CÓMO CALIFICAS EL NIVEL DE FELICIDAD GENERAL EN COMPARACIÓN CON EL ESTADO EMOCIONAL ANTES DEL VIAJE



Pensando en el impacto del viaje para su calidad de vida, salud mental y la de su familia Usar grilla?

**BASE = 384**

# IMPACTO DEL VIAJE PARA SU CALIDAD DE VIDA, SALUD MENTAL Y LA DE SU FAMILIA



# IMPACTO DEL VIAJE PARA SU CALIDAD DE VIDA, SALUD MENTAL Y LA DE SU FAMILIA



QUIENES CALIFICARON CON 8, 9 O 10 LOS SIGUIENTES ASPECTOS







# **COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD**

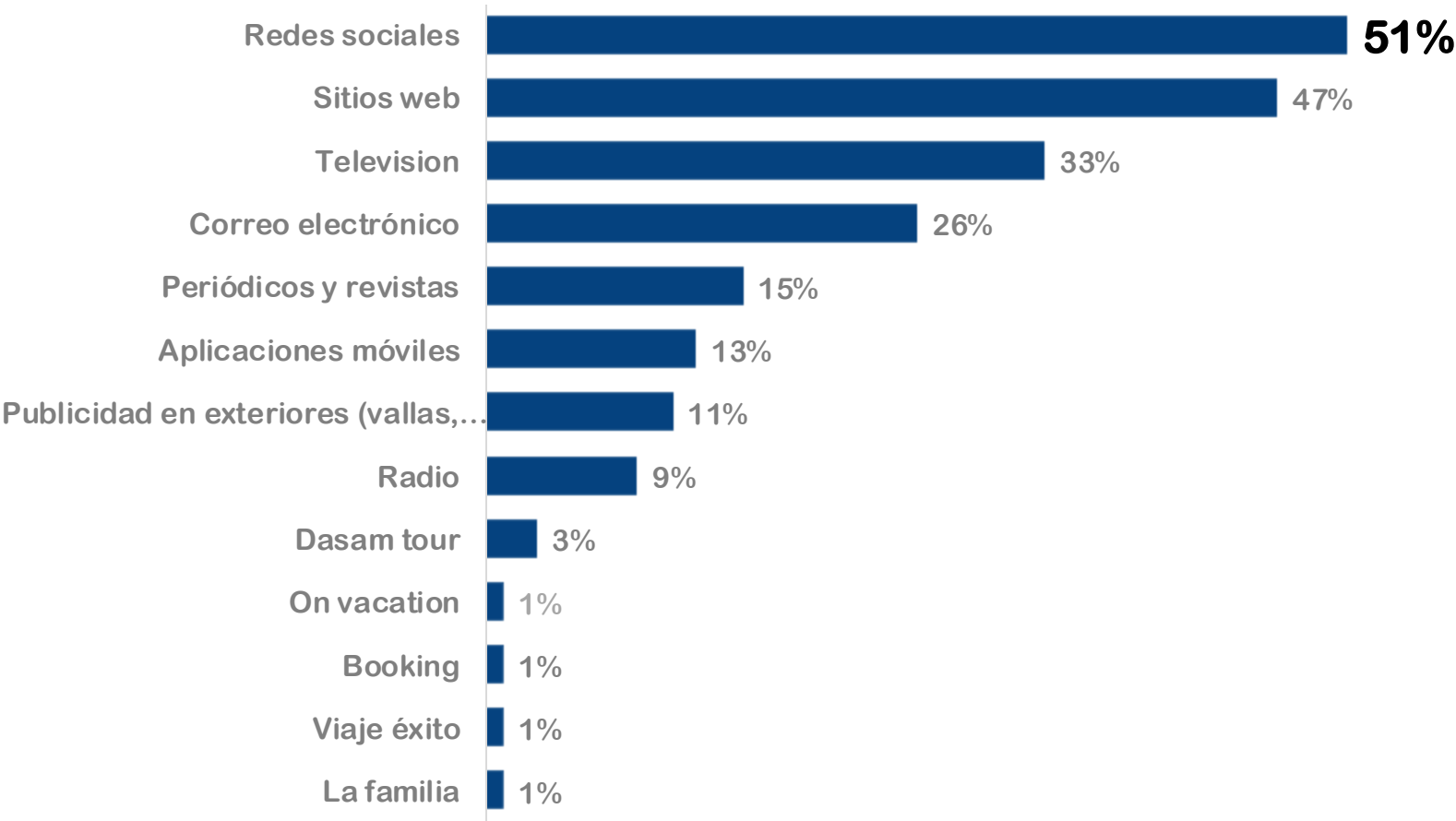
# CONOCIMIENTO SOBRE PUBLICIDAD DEL TURISMO DE COMFANDI



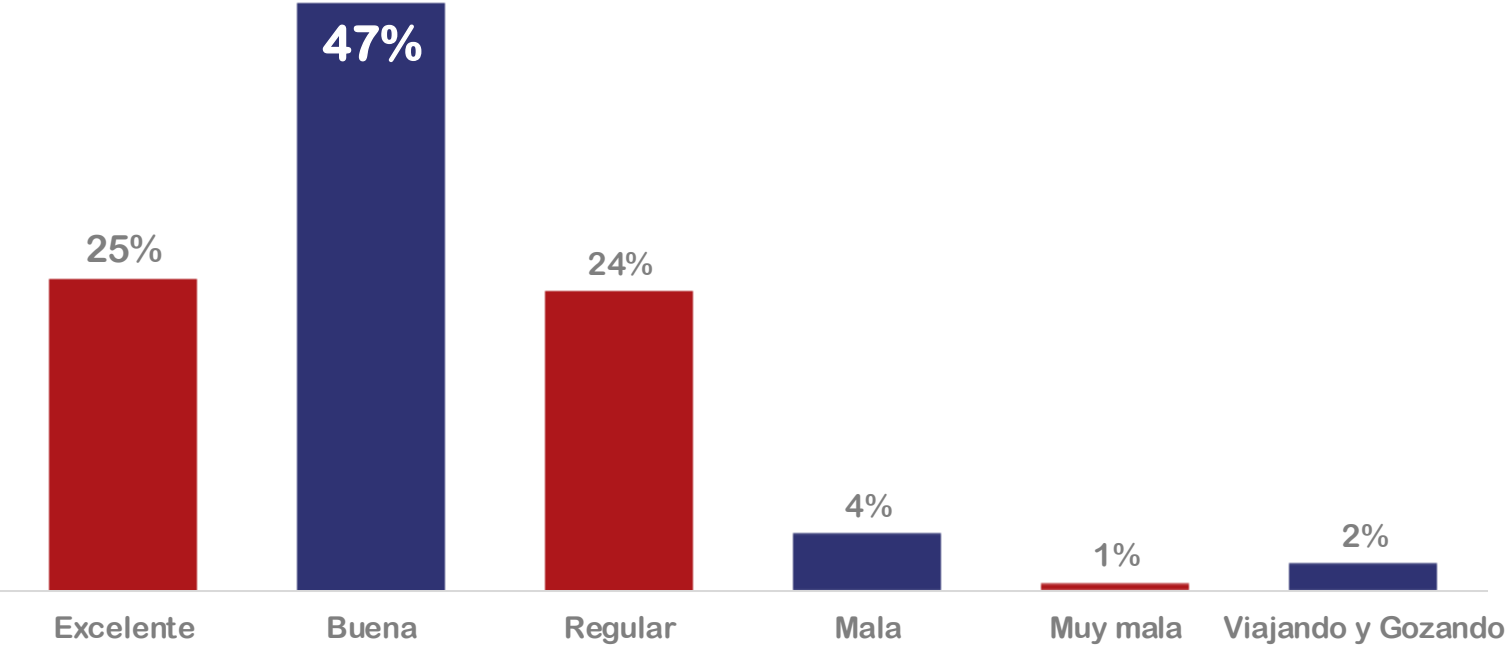
No han visto publicidad o comunicación sobre la oferta de turismo de Comfandi

63%

	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Sí	48%	38%	26%	38%
No	52%	62%	74%	63%
Base:	157	74	153	384



# OPINIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DE COMFANDI

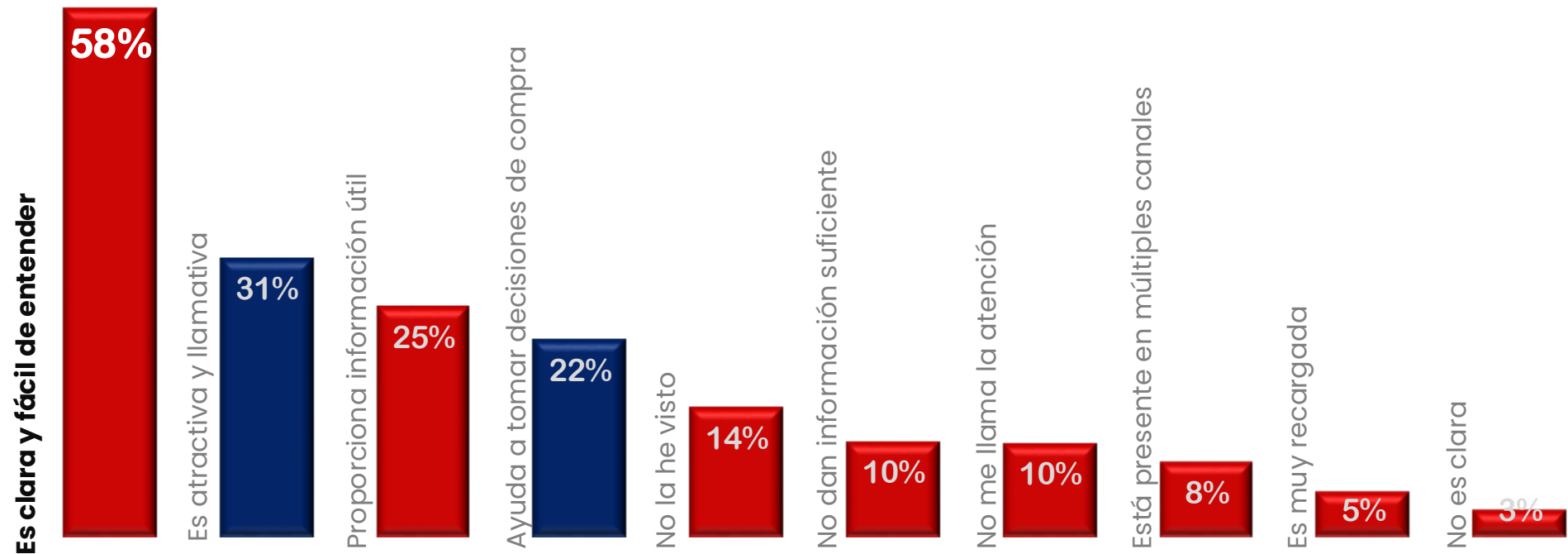


	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Excelente	31%	20%	20%	25%
Buena	50%	49%	43%	47%
Regular	17%	28%	29%	24%
Mala	2%	3%	8%	4%
Muy mala	1%	0%	1%	1%
Base:	157	74	153	384

Q71 ¿Qué opinas de la comunicación y publicidad de la marca Comfandi en general?

BASE = 384

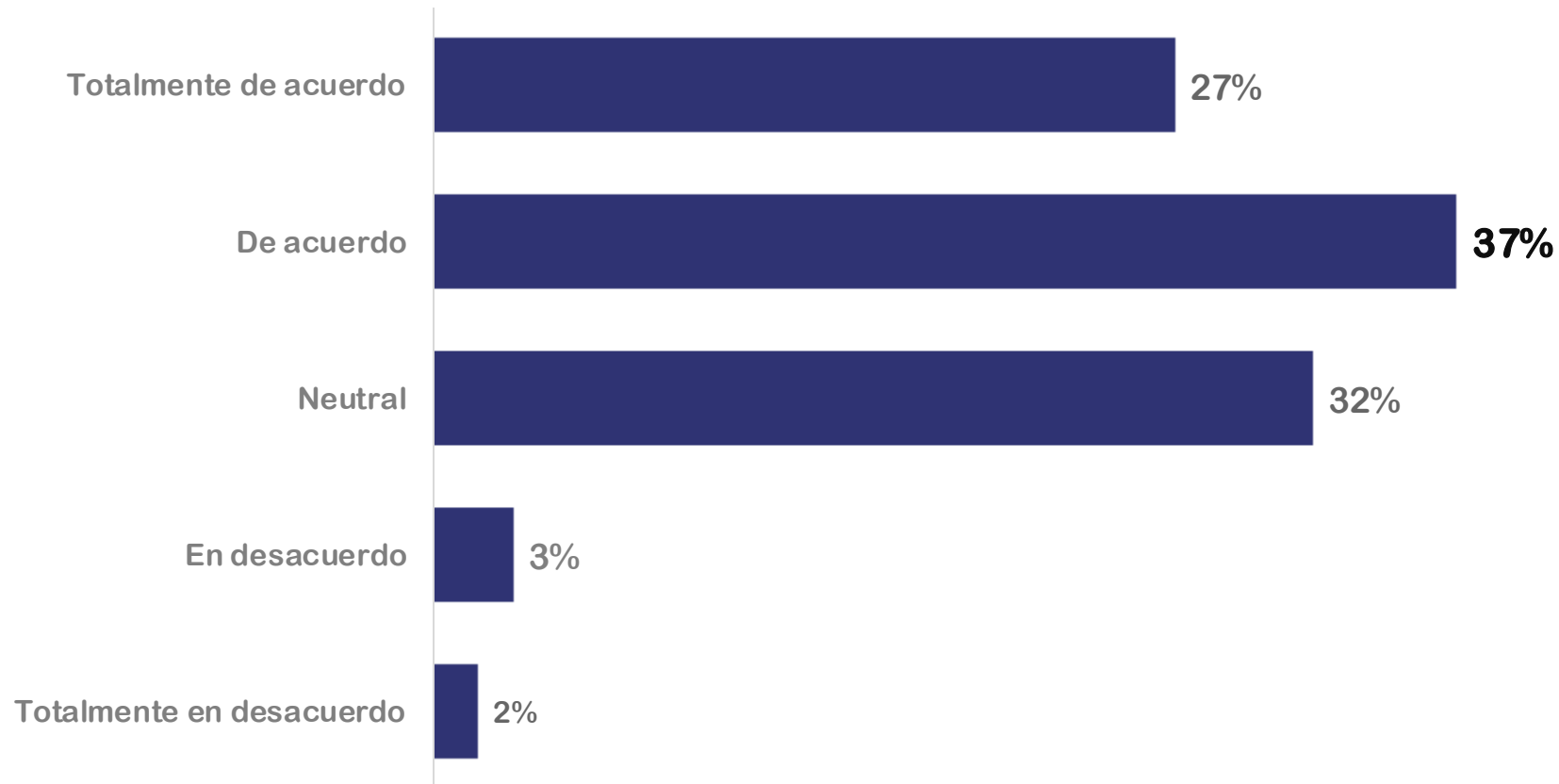
# OPINIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DE COMFANDI EN GENERAL



Q72 ¿Qué opinas de la comunicación y publicidad de la marca Comfandi en general?

**BASE = 384**

# LA PUBLICIDAD REFLEJA LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS



Q73 ¿Sientes que la publicidad de la marca refleja adecuadamente la calidad de los servicios turísticos de Comfandi?

**BASE = 384**

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN

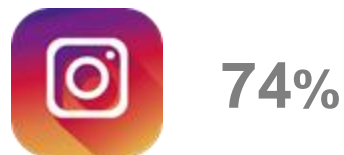


## Medios de comunicación de mayor uso:

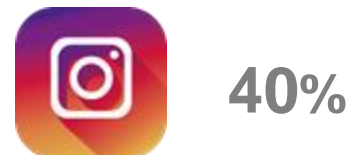


Otros 1%

## Redes sociales activas:



## ¿Dónde busca opciones sobre turismo?:



**BASE = 384**

Q10 De los siguientes medios de comunicación ¿Cuál utiliza con mayor frecuencia?

Q11 ¿En cuál/es redes sociales tiene cuenta activa?

Q12 ¿En qué lugares, páginas web o redes sociales utiliza para buscar opciones de viajes y para hacer compras de planes turísticos?

# LO QUE QUIERE ENCONTRAR EN LA PUBLICIDAD



Q74 ¿Qué te gustaría encontrar en la publicidad y/o comunicación de Comfandi?

**BASE = 384**

# EVALUACIÓN DE LAS PIEZAS DE LA PUBLICIDAD DE TURISMO



¿Hay algo en las piezas de turismo o publicidad que te haga desconfiar o dudar de los servicios?



	Comfandi	Comfenalco	No afiliado	Total
Falta de información detallada	41%	49%	48%	46%
Precios poco claros o confusos	34%	31%	35%	34%
Ausencia de testimonios de clientes	29%	27%	26%	27%
Opiniones negativas de otros clientes	29%	27%	24%	27%
Promesas exageradas o poco realistas	22%	15%	22%	21%
Fotografías y videos de baja calidad	17%	12%	16%	16%
Mala reputación de la agencia en redes sociales o sitios web	15%	15%	11%	14%
Falta de certificaciones o reconocimientos	15%	7%	13%	13%
A Nada(20)/no la ha visto(4)/No aplica(1)	8%	5%	5%	7%
Base:	157	74	153	384



# SELECCIÓN DE VARIABLES CON MAYOR PESO EN EL BIENESTAR DE LOS USUARIOS DE TURISMO





# 01

## OBJETIVO Y METODOLOGÍA







# OBJETIVO



Encontrar las variables que impactan mayormente al bienestar o calidad de vida del individuo al usar los servicios de turismo.



# METODOLOGÍA

## SELECCIÓN DE VARIABLES:

Las variables a evaluar son las correspondientes a la batería de preguntas relacionada con el impacto del turismo en la calidad de vida y productividad.

- a. ¿Siente que tu bienestar mental o emocional ha mejorado como resultado del viaje? (Mucho, Algo, Poco, Nada)
- b. ¿Cuánto crees que el viaje ha contribuido a mejorar tu calidad de vida? (Mucho, Algo, Poco, Nada)
- c. ¿Sientes que regresas del viaje con más energía y motivación para tus actividades diarias, incluido el trabajo? (Mucho, Algo, Poco, Nada)
- d. ¿Cree que el viaje te ha ayudado a recargar energías, resultando en una mayor productividad en el trabajo o en tus actividades diarias? (Mucho, Algo, Poco, Nada)
- e. ¿Cree que el viaje te ha ayudado a bajar la tensión /estrés diario? (Mucho, Algo, Poco, Nada)
- f. ¿El viaje ha contribuido a mejorar tus relaciones con amigos o familiares con quienes viajaste? (Mucho, Algo, Poco, Nada)
- g. En comparación con tu estado emocional antes del viaje, ¿cómo calificaría su nivel de felicidad general? (Más feliz, Igual, Menos feliz) Usar emojis
- h. ¿El viaje te proporcionó oportunidades para establecer nuevas relaciones o amistades? (si 5 no 1 ) Poner termómetro móvil
- i. ¿Cómo calificaría tu nivel de bienestar general después de participar en algún plan turístico de Comfandi ? Escala del 1 al 5 (1 es muy malo y 5 excelente) Poner termómetro móvil
- j. Teniendo en cuenta el impacto en tu calidad de vida ¿Consideraría participar en otro de nuestros planes turísticos en el futuro? (Definitivamente sí, Probablemente sí, Probablemente no, Definitivamente no) Poner termómetro móvil



# METODOLOGÍA



## ANÁLISIS DE FACTORES

Como la cantidad de variables es grande comparada con el tamaño de muestra, para determinar que variables se relacionan entre si y evitar multicolinealidad en la selección de variables independientes, se realiza análisis factorial para tener un primer acercamiento a las variables con mayor desempeño



## ARBOLES DECISIÓN

Esta técnica ayudará a determinar cuales son las variables que tienen mayor incidencia en el bienestar general del individuo.



# 02

## RESULTADOS







# ANÁLISIS FACTORIAL

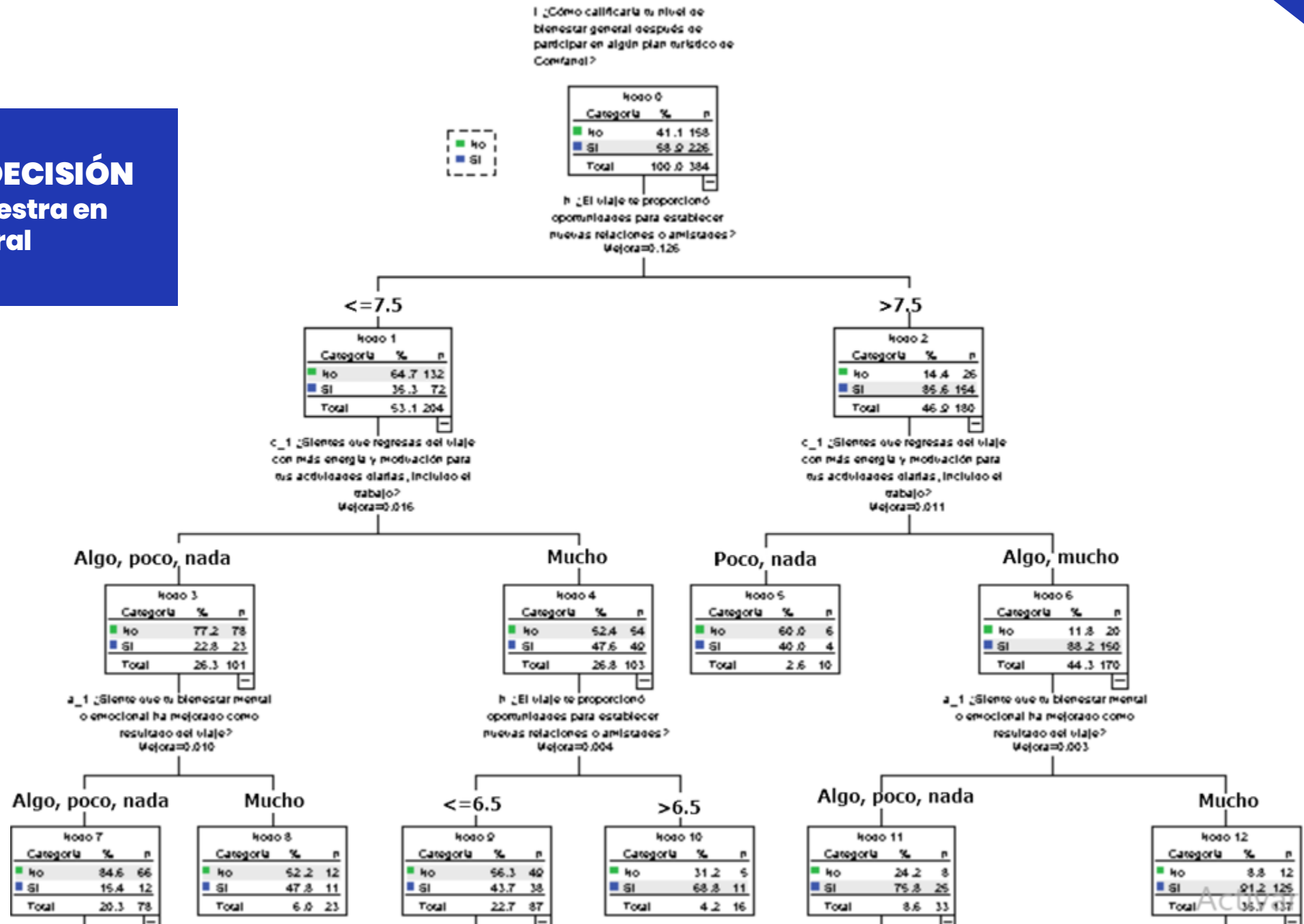
Matriz de componente rotado<sup>a</sup>

	Componente			
	Trabajo y Cotidianidad	Impacto en calidad de vida o bienestar	Percepcion de Mejora	Nuevas relaciones interpersonales
d_1 ¿Cree que el viaje te ha ayudado a recargar energías, resultando en una mayor productividad en el trabajo o en tus actividades diarias?	.873			
c_1 ¿Sientes que regresas del viaje con más energía y motivación para tus actividades diarias, incluido el trabajo?	.829			
e_1 ¿Cree que el viaje te ha ayudado a bajar la tensión /estrés diario?	.664			
j Teniendo en cuenta el impacto en tu calidad de vida ¿Consideraría participar en otro de nuestros planes turísticos en el futuro?		.902		
i ¿Cómo calificaría tu nivel de bienestar general después de participar en algún plan turístico __?		.847		
a_1 ¿Siente que tu bienestar mental o emocional ha mejorado como resultado del viaje?			.875	
b_1 ¿Cuánto crees que el viaje ha contribuido a mejorar tu calidad de vida?			.765	
h ¿El viaje te proporcionó oportunidades para establecer nuevas relaciones o amistades?				.829



# ÁRBOL DE DECISIÓN

## Para la muestra en General







¿Dirías que tu nivel de bienestar general después de participar en algún plan turístico de Comfandi fue bueno o excelente?

## ÁRBOL DE DECISIÓN Para la muestra en General

Nodo 0		
Categoría	%	n
No	41.1	158
Si	58.9	226
Total	100.0	384

H¿El viaje te proporcionó oportunidades para establecer nuevas relaciones o amistades?

Nodo 0		
Categoría	%	n
No	41.1	158
Si	58.9	226
Total	100.0	384

Nodo 1		
Categoría	%	n
No	64.7	132
Si	35.3	72
Total	53.1	204

C¿Sientes que regresas del viaje con más energía y motivación para tus actividades diarias, incluido el trabajo?

Nodo 2		
Categoría	%	n
No	14.4	26
Si	85.6	154
Total	46.9	180

C¿Sientes que regresas del viaje con más energía y motivación para tus actividades diarias, incluido el trabajo?

Nodo 2		
Categoría	%	n
No	14.4	26
Si	85.6	154
Total	46.9	180

Algo, poco, nada

Nodo 3		
Categoría	%	n
No	77.2	78
Si	22.8	23
Total	26.3	101

Mucho

Nodo 4		
Categoría	%	n
No	52.4	54
Si	47.6	49
Total	26.8	103

Poco, nada

Nodo 5		
Categoría	%	n
No	60.0	6
Si	40.0	4
Total	2.6	10

Algo, mucho

Nodo 6		
Categoría	%	n
No	11.8	20
Si	88.2	150
Total	44.3	170

Nodo 6		
Categoría	%	n
No	11.8	20
Si	88.2	150
Total	44.3	170

A¿Siente que tu bienestar mental o emocional ha mejorado como resultado del viaje?

H¿El viaje te proporcionó oportunidades para establecer nuevas relaciones o amistades?

A¿Siente que tu bienestar mental o emocional ha mejorado como resultado del viaje?

Algo, poco, nada

Nodo 7		
Categoría	%	n
No	84.6	66
Si	15.4	12
Total	20.3	78

Mucho

Nodo 8		
Categoría	%	n
No	52.2	12
Si	47.8	11
Total	6.0	23

<=6.5

Nodo 9		
Categoría	%	n
No	56.3	40
Si	43.7	38
Total	22.7	87

>6.5

Nodo 10		
Categoría	%	n
No	31.2	5
Si	68.8	11
Total	4.2	16

Algo, poco, nada

Nodo 11		
Categoría	%	n
No	24.2	8
Si	75.8	25
Total	8.6	33

Mucho

Nodo 12		
Categoría	%	n
No	8.8	12
Si	91.2	125
Total	35.7	137

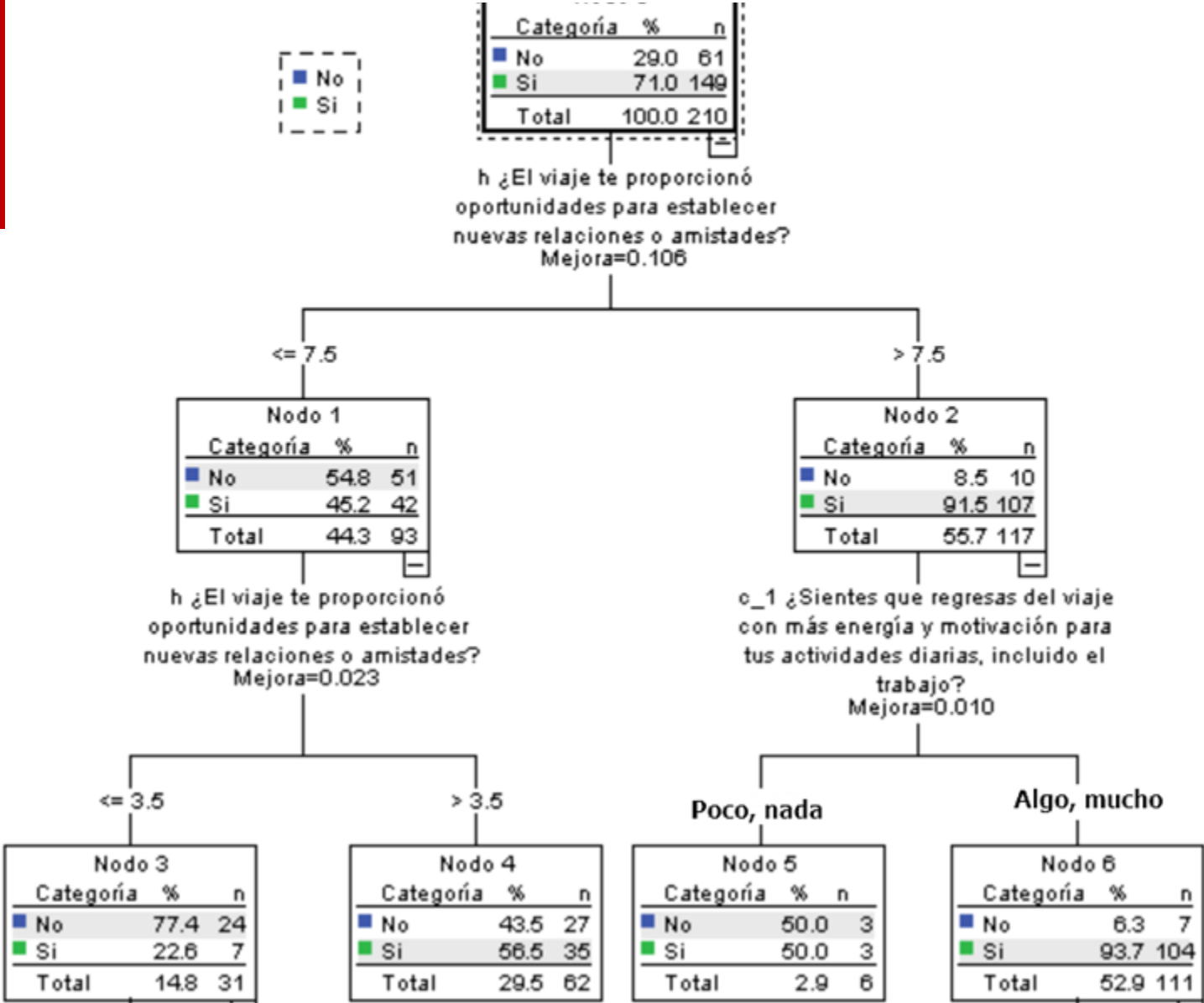
Nodo 12		
Categoría	%	n
No	8.8	12
Si	91.2	125
Total	35.7	137



¿Dirías que tu nivel de bienestar general después de participar en algún plan turístico en Comfandi fue bueno o excelente?

**ÁRBOL DE DECISIÓN**  
Para usuarios de  
Comfandi

Para los usuarios de Comfandi, las variables siguen siendo las mismas, sin embargo el tamaño de muestra limita la integración de nuevas variables





# APRENDIZAJES

## FACTORES

- Se crean 4 componentes que agrupan variables similares a saber:
  1. **Trabajo y cotidianidad:** contiene la siguientes variables D.¿Cree que el viaje te ha ayudado a recargar energías, resultando en una mayor productividad en el trabajo o en tus actividades diarias?. C. ¿Sientes que regresas del viaje con más energía y motivación para tus actividades diarias, incluido el trabajo? E. ¿Cree que el viaje te ha ayudado a bajar la tensión /estrés diario?
  2. **Impacto en calidad de vida o bienestar:** Contiene las siguientes variablesJ. Teniendo en cuenta el impacto en tu calidad de vida ¿Consideraría participar en otro de nuestros planes turísticos en el futuro?. i ¿Cómo calificaría su nivel de bienestar general después de participar en algún plan turístico ?
  3. **Percepción de mejorar:** a. ¿Siente que tu bienestar mental o emocional ha mejorado como resultado del viaje?, b\_1 ¿Cuánto crees que el viaje ha contribuido a mejorar tu calidad de vida?
  4. **Nuevas relaciones interpersonales:** h ¿El viaje te proporcionó oportunidades para establecer nuevas relaciones o amistades?
- La variables del impacto en calidad de vida o bienestar, serán candidatas para ser las variables dependientes del modelo. Tienen alta correlación se escogerá aquella que genere el mejor modelo
- Las variables de las componentes restantes serán trabajadas como variables independientes, teniendo cuidado de no correr modelos que contengan más de una variable de cada componente para evitar problemas de multicolinealidad.

## ÁRBOL DE DECISIÓN

Después de correr varios modelos, el modelo que más se ajusta a los datos es:

La calificación del nivel de bienestar después de participar en un plan de turismo, explicada principalmente y en orden estricto por las variables obtenidas de las preguntas: ¿El viaje te proporcionó oportunidades para establecer nuevas relaciones o amistades?, ¿Sientes que regresas del viaje con más energía y motivación para tus actividades diarias, incluido el trabajo?, ¿Siente que tu bienestar mental o emocional ha mejorado como resultado del viaje?,

Al correr el mismo modelo solo para los usuarios de Comfandi, se encuentran las mismas variables relevantes con excepción de la variable relacionada con el bienestar mental y emocional. Se debe acotar que los ajustes del modelo son menores debido a la disminución de la muestra.

Es importante también resaltar que para este último modelo los indicadores de bienestar son más altos.



# GRACIAS



Investigamos



Analizamos



Evaluamos