



camaraarmenia.org.co

OBSERVATORIO DE TURISMO

TEMPORADA

Diciembre 2021 - Enero 2022

Renovar es bueno
Transformarse
es **+**

CONEXIÓN



PRESIDENTE DE JUNTA DIRECTIVA

Ángela María Londoño Mejía

VICEPRESIDENTE DE JUNTA DIRECTIVA

Esperanza Ramírez Osorio

PRESIDENTE EJECUTIVO

Rodrigo Estrada Reveiz

MIEMBROS PRINCIPALES DE JUNTA

Jean Paul García Pulido

Yolanda Londoño Valencia

Fanny Stella Valencia Buitrago

Jesús Armando Bedoya Rodríguez

Lucena Bustamante González

DESIGNADO DE GOBIERNO

Luis Bernardo Gallo Campuzano

SUPLENTE DE JUNTA DIRECTIVA

Gustavo Alberto Patiño Castaño

Cielo Méndez Pérez

Patricia Serna Botero

Nubia Arias Galvis

Fernando Jaramillo Ospina

Diego Suárez Mejía

Jaime Andrés Moreno Motta

Lina María Aguilar Téllez

ELABORÓ

Área de Estudios e Investigaciones

DIRECTOR

Jimmy Franco Arias

PROFESIONAL DE INVESTIGACIÓN

Francisco José Ocampo Giraldo

Julian David Castaño Sotelo

www.camaraarmenia.org.co

(estudios e investigaciones)

Cra. 14 No. 23-15 Piso 3 – tel: (57-6)7412300 ext: 153

FICHA TÉCNICA

1. CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA

Los días 28,29,30 y 31 de diciembre de 2021 y 7,8,9 y 10 de enero de 2022, se recolectó información, a través de encuestas presenciales, de 1348 turistas que visitaron el departamento del Quindío con el fin de realizar una caracterización general y analizar la dinámica del turismo que presentó la temporada.

2. CONTEO VEHICULAR

Para este análisis, se realizó un conteo en cuatro municipios del departamento, los días 28, 29, 30 y 31 de diciembre de 2021 y 7,8,9 y 10 de enero de 2022; con el fin de establecer una cantidad aproximada del número de vehículos que llegaron a los municipios estudiados (Salento, Filandia Buenavista y Pijao)

3. PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Para este estudio se recolectó información los días 3,4,5,6 y 7 de enero de 2022, a través de encuestas telefónicas, obteniendo respuesta de 580 prestadores de servicios de turismo, logrando identificar la percepción del comportamiento de las ventas y la percepción de la seguridad que tuvieron en esta temporada.

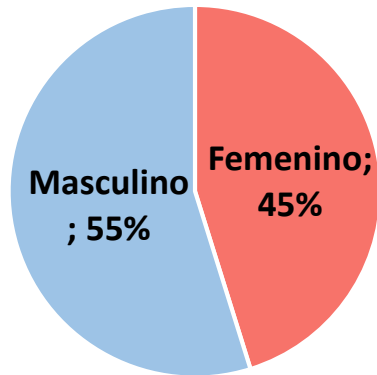
Tabla de contenido

1. CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA	7
Gráfico 1. Comparativo histórico de la procedencia de los turistas.	8
Gráfico 2. Procedencia de turistas extranjeros	9
Gráfico 3. Procedencia de turistas nacionales.	10
Gráfico 4. Respuestas ante la pregunta “¿Cómo califica las mejoras viales del túnel de línea?” ..	11
Gráfico 6. Respuestas ante la pregunta ¿Cuántas veces ha visitado el departamento del Quindío?	11
Gráfico 5. Estrato socioeconómico de los encuestados	11
Gráfico 7. Motivos que influyeron en la visita al departamento del Quindío.....	12
Gráfico 8. Tipo de transporte utilizado para llegar al Quindío.....	13
Gráfico 9. Grupo de viaje.....	13
Punto 10. ¿Cuántas personas incluyéndose usted, realizaron juntos el viaje?	14
Gráfico 11. Fuentes de información por medio de las cuales se enteró del destino.....	14
Gráfico 12. Respuestas ante la pregunta “¿El viaje al Paisaje Cultural Cafetero hizo parte de un paquete/plan turístico o excursión?”	15
Gráfico 13. Se hospedó en el departamento del Quindío.....	15
Gráfico 14. Respuestas ante la pregunta “¿Cuántas noches se hospedó?	16
Gráfico 15. Participación de municipios entre los turistas que se hospedaron	17
Gráfica 16. Número de municipios en los que se hospedaron los encuestados	17
Gráfico 17. Tipo de hospedaje	18
Gráfico 18. Medio de pago.....	18
Tabla 1. Municipios visitados	19
Gráfico 19. Principales motivos para escoger el municipio a visitar.....	19
Gráfico 20. Respuestas ante la pregunta “¿Ha consumido o piensa consumir algún producto a base de café durante su estadía en el departamento?”	20
Gráfico 21. Tipo de productos a base de café consumidos.....	20
Gráfico 22. Lugar para el consumo de producto a base de café.....	21
Gráfico 23 Respuestas ante la pregunta “¿Cómo califica la calidad de los productos a base de café en la región?”	21
Gráfico 24. Motivo por el cual no consume café	22
Gráfico 25. Respuestas ante la pregunta “¿Consumió alimentos preparados en establecimientos comerciales dentro del departamento durante su estadía?”	22
Gráfico 26. Grado de satisfacción con los alimentos consumidos y los establecimientos	23

Gráfico 27. ¿Compró o piensa comprar artesanías en el departamento?	23
Gráfico 28. Respuesta ante la pregunta “¿Usted o alguna persona de su grupo de viaje fueron víctimas de algún acto delictivo durante su visita?”	24
Gráfico 29. ¿Volvería a visitar el Quindío?	24
2. CONTEO VEHÍCULAR	26
Gráfico 30. Flujo vehicular en el municipio de Salento	26
Gráfico 31. Tipo de vehículos que ingresaron a Salento el día de mayor flujo vehicular	26
Tabla 2. Comparativo Salento	27
Gráfico 32. Flujo vehicular en el valle de Cocora	27
Gráfico 33. Tipo de vehículos que ingresaron a Cocora el día de mayor flujo vehicular	28
Tabla 3. Comparativo Valle de Cocora	28
Gráfico 34. Flujo vehicular en el municipio de Filandia	29
Gráfico 35. Tipo de vehículos que ingresaron a Filandia el día de mayor flujo vehicular	29
Tabla 4. Comparativo Filandia	30
Gráfico 36. Flujo vehicular en el municipio de Buenavista	30
Gráfico 37. Tipo de vehículos que ingresaron a Buenavista el día de mayor flujo vehicular	31
Tabla 5. Comparativo Buenavista	31
Gráfico 38. Flujo vehicular en el municipio de Pijao	32
Gráfico 39. Tipo de vehículos que ingresaron a Pijao el día de mayor flujo vehicular	32
Tabla 6. Comparativo Pijao	33
3. PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	34
Gráfico 40. Comportamiento de ventas durante la temporada diciembre 2019 - enero 2020, frente al mismo periodo diciembre 2021 - enero 2022	34
Gráfico 41. Comparativo histórico de mejor temporada en ventas	34
Gráfico 42. Respuestas ante la pregunta “¿Considera usted que la apertura vial del túnel de la línea ha generado un incremento de turistas?”	35
Gráfico 43. Aspectos para mejorar la actividad turística del Quindío	36
Gráfico 45. ¿Contrató personal adicional para la temporada?	37
Gráfico 46. Género del personal adicional contratado	37
Gráfico 47. Contrató personal venezolano	38
Gráfico 48. Percepción de la seguridad en la zona del establecimiento de comercio	38
Gráfico 49. Fue usted o uno de sus empleados víctima de un acto delictivo	39
Gráfico 49. Respuestas ante la pregunta ¿Presentaron cancelación de reservas?	39
4. COMENTARIOS FINALES	40

1.CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA

Género de los encuestados



Edad de los encuestados

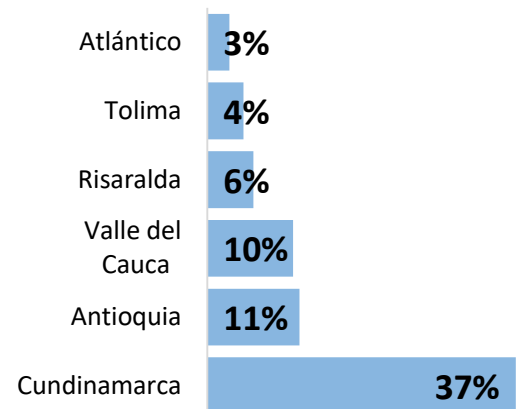
Entre 20 y 40 años

corresponde al mayor grupo de edades de los turistas que fueron encuestados.

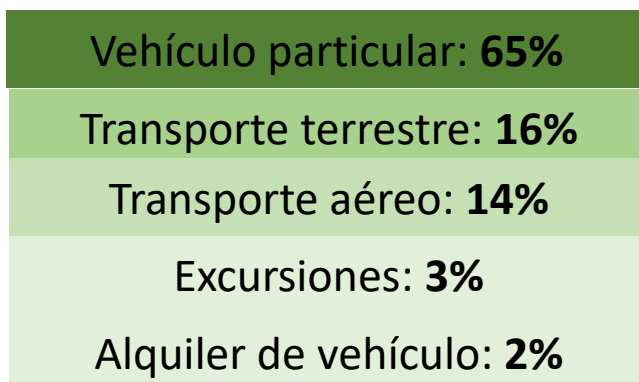
Procedencia del turista



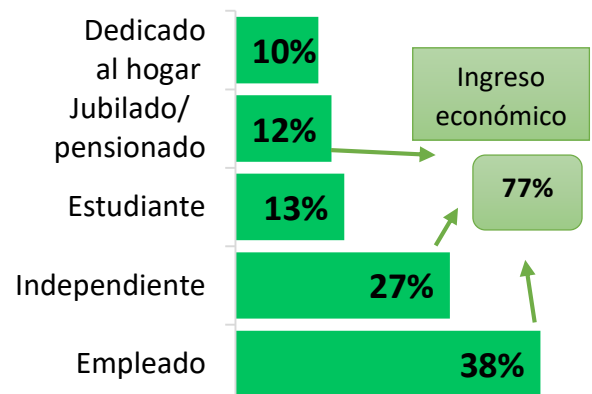
Principales procedencias de los turistas nacionales



¿En qué transporte llegó al Quindío?

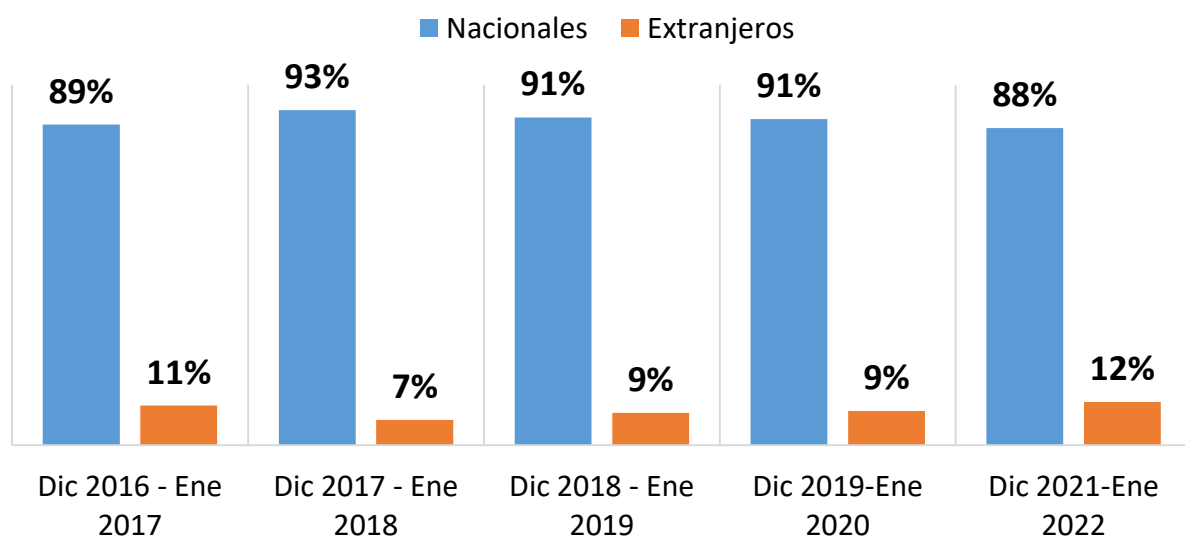


Ocupación de los turistas



Para efectos comparativos, el presente informe se presentan datos desde la temporada turística Dic 2016 – ene 2017 con el fin de analizar tendencias y posibles cambios en el entorno turístico. Para el caso de la temporada Dic 2020-ene 2021 no se generaron encuestas presenciales a turistas por efectos de la pandemia Covid-19.

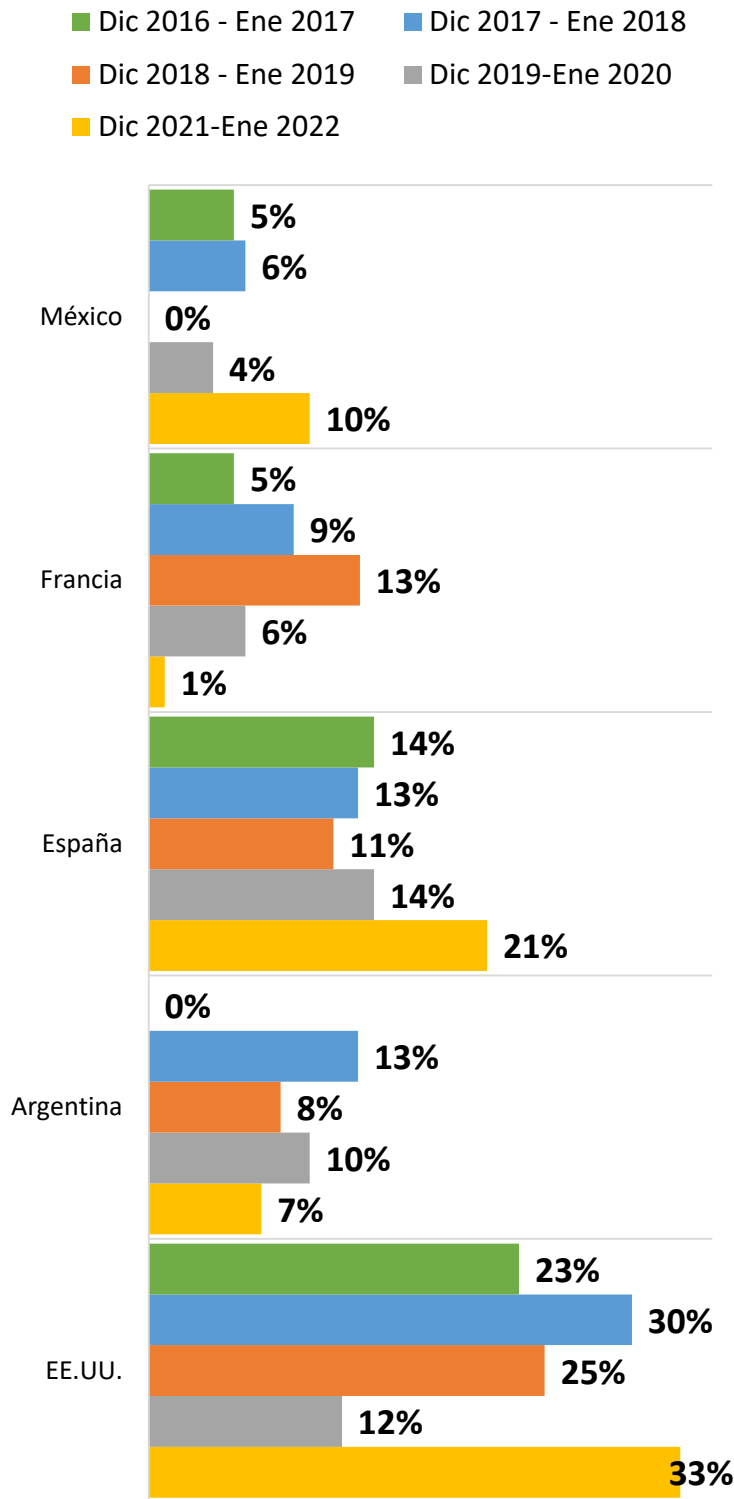
Gráfico 1. Comparativo histórico de la procedencia de los turistas.



El lugar de procedencia de los turistas encuestados que visitan el departamento del Quindío, ha sido en mayor medida de carácter nacional, donde se tiene que para la temporada diciembre 2021 – enero 2022 estos correspondieron al 88%, siendo el 12% restante turistas extranjeros.

En el **Gráfico 1**, es importante destacar que, para la temporada actual se ha presentado una mayor participación de visitantes extranjeros, obteniendo el mayor porcentaje entre los años a estudiar.

Gráfico 2. Procedencia de turistas extranjeros



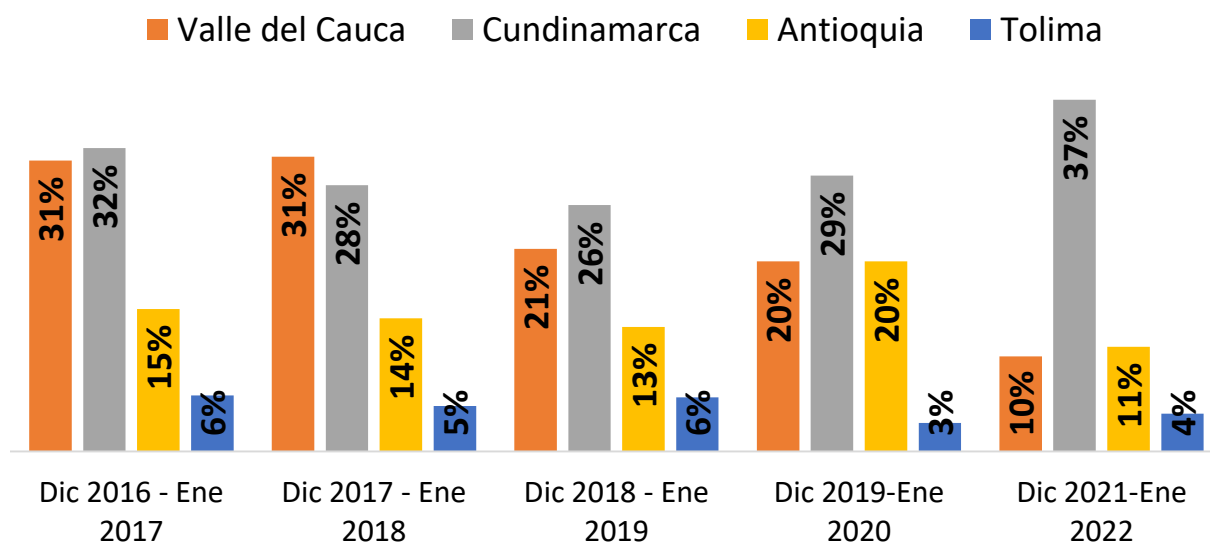
La temporada actual, diciembre 2021 – enero 2020, ha tenido la participación más alta de turistas con procedencia extranjera en las últimas 5 temporadas.

Históricamente estos 5 países han sido de donde proceden la mayor cantidad de turistas extranjeros. En la temporada actual se ha presentado un incremento de 21 puntos porcentuales de turistas procedentes de Estados Unidos, para el caso de España se incrementó en 7 puntos, seguido por México con 6 puntos, diferente a lo ocurrido con Francia y Argentina, los cuales presentaron disminución de turistas de estas procedencias.

Los turistas extranjeros que fueron encuestados, llegaron principalmente de Estados Unidos (33%), España (21%), México (10%) y Argentina (7%) (**gráfico2**)



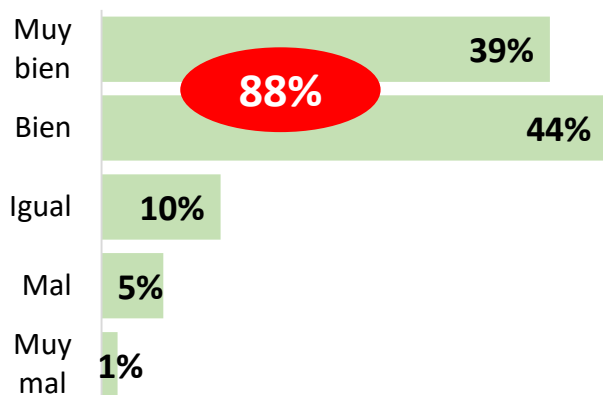
Gráfico 3. Procedencia de turistas nacionales.¹



Cundinamarca, Antioquia y Valle del Cauca, continúan como los principales departamentos de los cuales llegan los turistas, siguiendo la tendencia de las 2 últimas temporadas analizadas (**Gráfico 3**). Para la presente temporada (dic 2021 – ene 2022) arribaron de Cundinamarca un 37% de los encuestados, de Antioquia un 11% y Valle del Cauca 10%. Estos 3 departamentos representan el origen del 58% de los turistas encuestados. Otros departamentos a destacar son Risaralda, Caldas y visitantes propios del Quindío, debido a su cercanía con el destino tienen la posibilidad de visitar con mayor frecuencia el departamento.

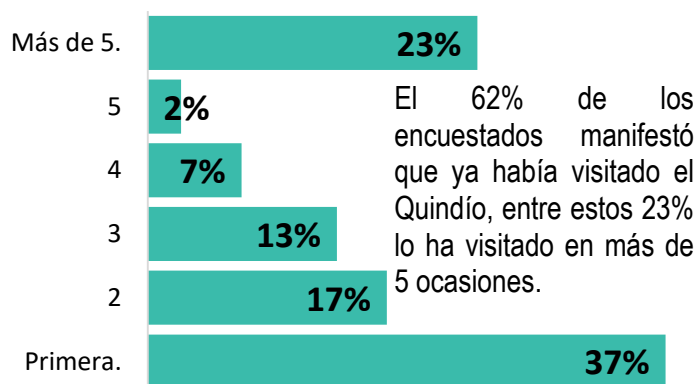
¹ En este comparativo se representan los 4 departamentos de mayor procedencia únicamente, para fines analíticos.

Gráfico 4. Respuestas ante la pregunta “¿Cómo califica las mejoras viales del túnel de línea?”²



El 22 de noviembre de 2021, se dio la inauguración a la totalidad del proyecto que atraviesa la Cordillera Central, la vía “La Línea” la cual comunica el centro del país con el puerto de Buenaventura. Esta obra se ha convertido en un atractivo más de la región e incluso ha influido en cierta parte de los turistas encuestados para venir al Quindío. En el (gráfico 4) se evidencia la buena percepción por parte de los encuestados que transitaban por la vía, el 88% calificó entre bien y muy bien.

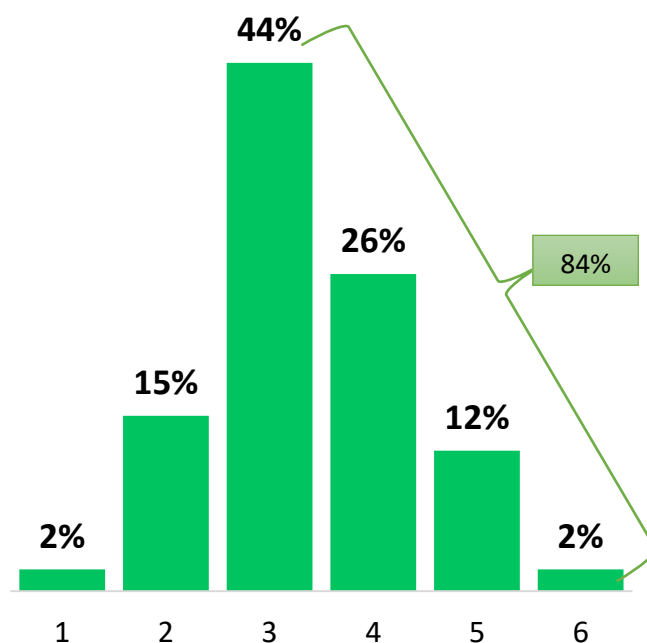
Gráfico 6. Respuestas ante la pregunta ¿Cuántas veces ha visitado el departamento del Quindío?



Se consultó a los encuestados residentes en Colombia, acerca del estrato socioeconómico de la vivienda en la cual residen (gráfico 5) con la finalidad de analizar la capacidad de compra de los visitantes y de esta manera valorar la importancia del turismo en la economía del departamento.

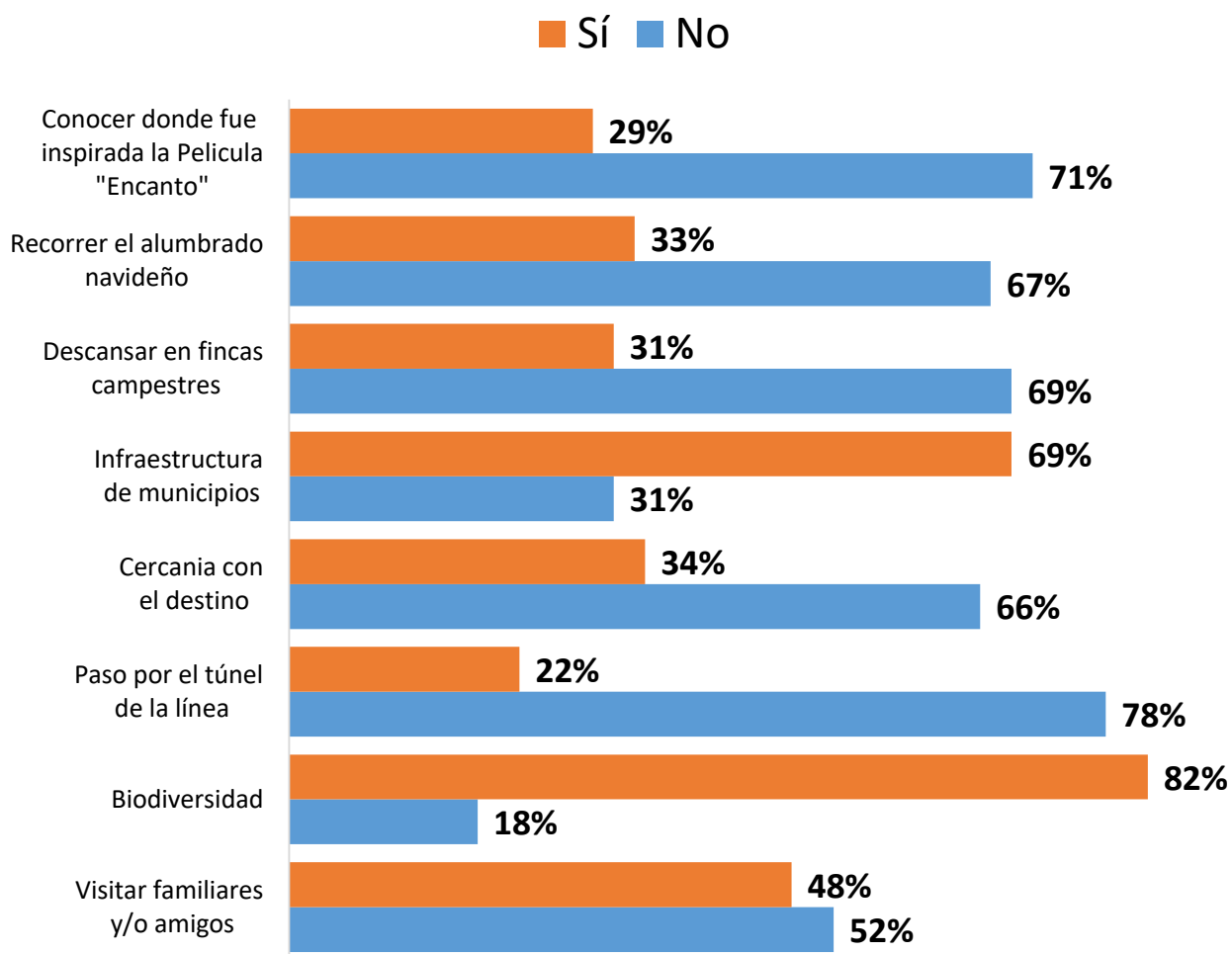
El 84% de los turistas nacionales encuestados, se encuentran entre los estratos 3 y 6, permitiendo así, una posibilidad de un consumo más alto, siendo este consumo en diferentes factores, como restaurantes, parques temáticos, entre otros.

Gráfico 5. Estrato socioeconómico de los encuestados



² Esta pregunta solo se le formuló a quienes cruzaron esta vía en su recorrido.

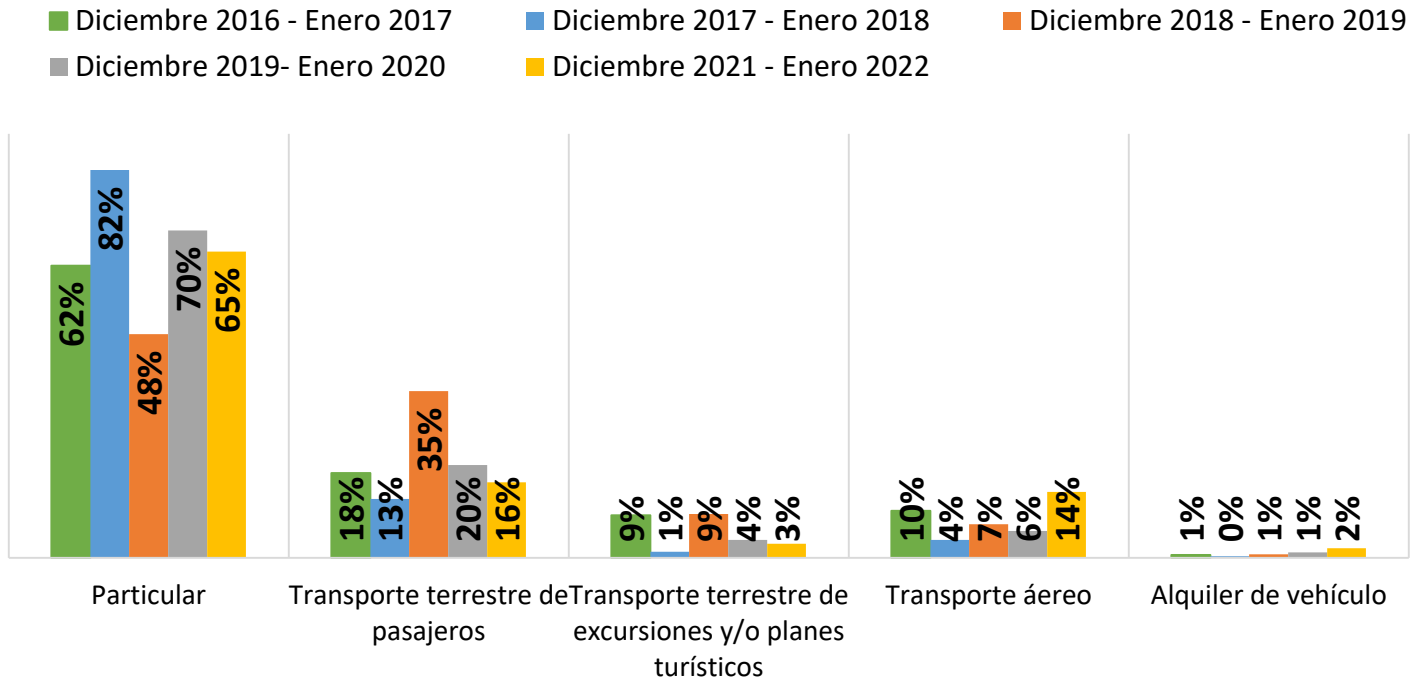
Gráfico 7. Motivos que influyeron en la visita al departamento del Quindío.³



Entre los principales motivos de viaje que influyeron en los turistas encuestados, se encuentra la Biodiversidad de departamento como el factor más importante para venir al Quindío con un 82% de aceptación, seguido por la infraestructura de los municipios con el 69% de los encuestados (**grafico7**). Para esta temporada, el túnel de la línea y la película Encanto fueron dos motivos nuevos que se presentaron e incidieron en la decisión de visita al departamento por parte de los turistas.

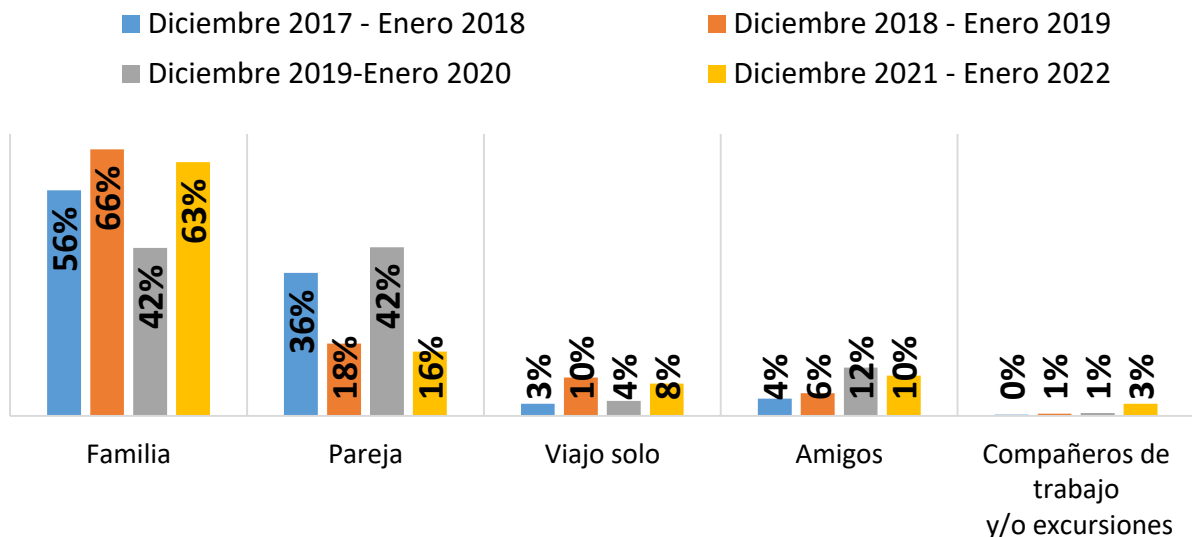
³ En los motivos de viaje, se preguntó por cada motivo si influía o no

Gráfico 8. Tipo de transporte utilizado para llegar al Quindío



El transporte más utilizado por los turistas ha sido históricamente el vehículo particular (**gráfico 8**), para la temporada analizada en este informe presentó una disminución de 5 puntos porcentuales en relación con el periodo inmediatamente anterior. A su vez, es de resaltar el incremento de 8 puntos porcentuales en el uso de transporte aéreo en relación con el periodo inmediatamente anterior.

Gráfico 9. Grupo de viaje



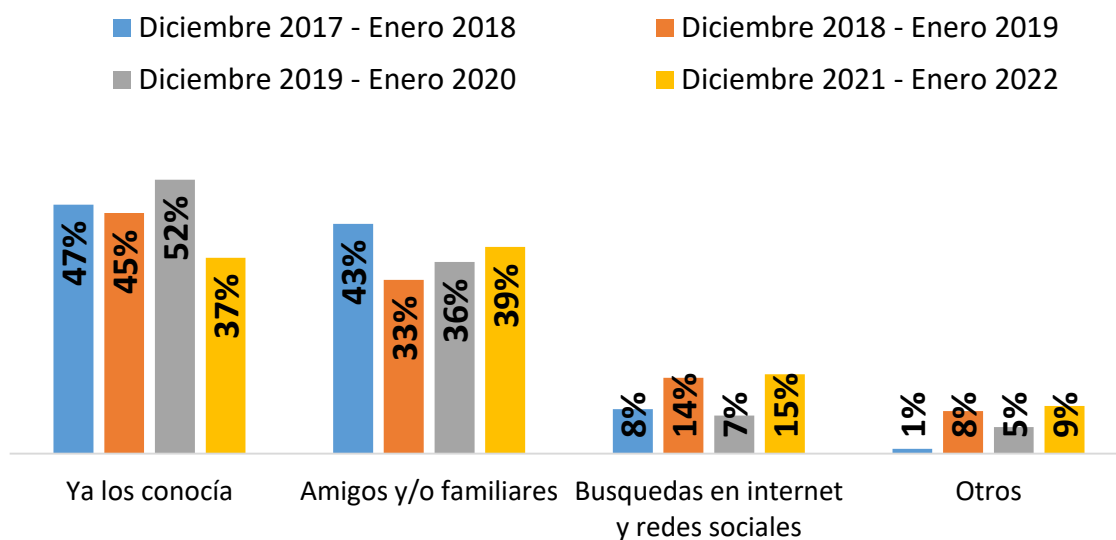
El (gráfico 9) muestra un comportamiento similar al de la temporada dic 2018 – ene 2019 en relación en cuanto a los acompañantes que tuvieron los turistas durante esta temporada. El grupo familiar, aumento 21 puntos porcentuales frente a la temporada inmediatamente anterior, regresando a valores por encima del 60% tal como se presentó en diciembre del 2018.

Punto 10. ¿Cuántas personas incluyéndose usted, realizaron juntos el viaje?

5 En promedio el grupo de viaje está compuesto por 5 integrantes.

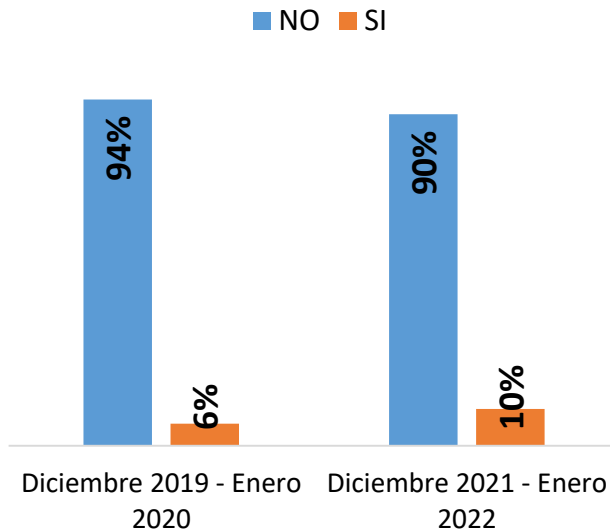


Gráfico 11. Fuentes de información por medio de las cuales se enteró del destino



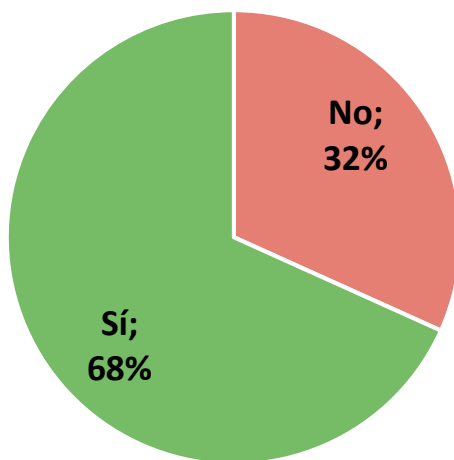
El número de personas que conocen los destinos del departamento y deciden volver o recomendarlo a amigos y familiares ha sido alto en los periodos estudiados, teniéndose que 37% ya los conocía y 39% recibió la recomendación de amigos y/o familiares. Así mismo, el incremento obtenido en búsquedas en internet y redes sociales es de 8 puntos porcentuales, generando una buena percepción que los destinos turísticos del departamento han avanzado y mejorado en la digitalización (Gráfico 11).

Gráfico 12. Respuestas ante la pregunta “¿El viaje al Paisaje Cultural Cafetero hizo parte de un paquete/plan turístico o excursión?”



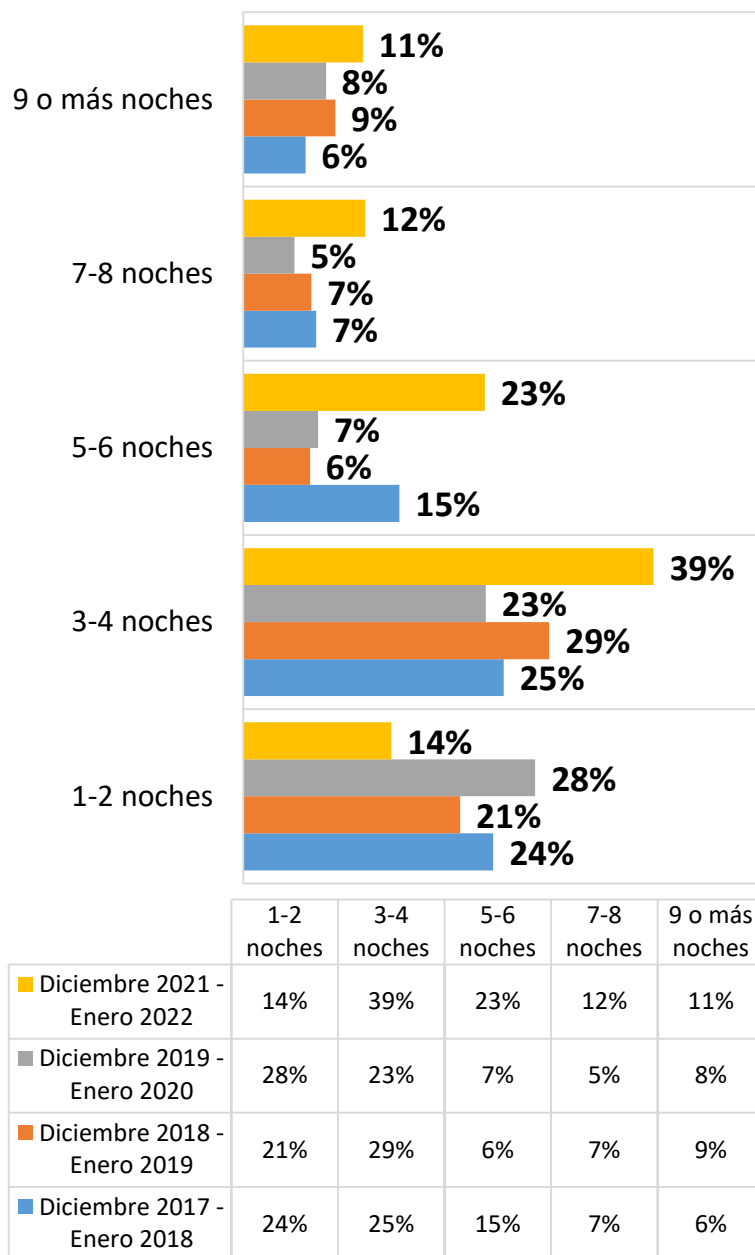
En ambos periodos analizados, los turistas han manifestado en mayor proporción, que el viaje no hizo parte de un paquete o plan turístico, pero es importante resaltar el incremento de 4 puntos porcentuales, en los turistas que si realizaron el viaje por este medio.

Gráfico 13. Se hospedó en el departamento del Quindío.



El 68% de los turistas encuestados, manifestaron hospedarse en el departamento del Quindío, teniendo así la posibilidad de visitar más atractivos turísticos o descansar en los alojamientos escogidos.

Gráfico 14. Respuestas ante la pregunta “¿Cuántas noches se hospedó?”



Para la temporada de diciembre 2019 – enero 2020, la mayoría de visitantes estuvieron en el rango entre 1 – 2 noches (28%), para la actual temporada diciembre 2021 – enero 2022, el rango de noches migró a entre 3 – 4 noches (39%), seguido por entre 5 – 6 noches (23%) (gráfico 13).

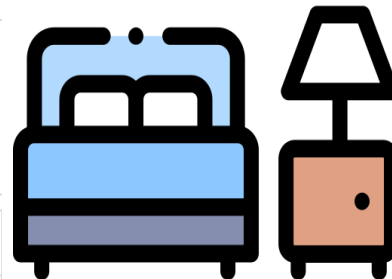
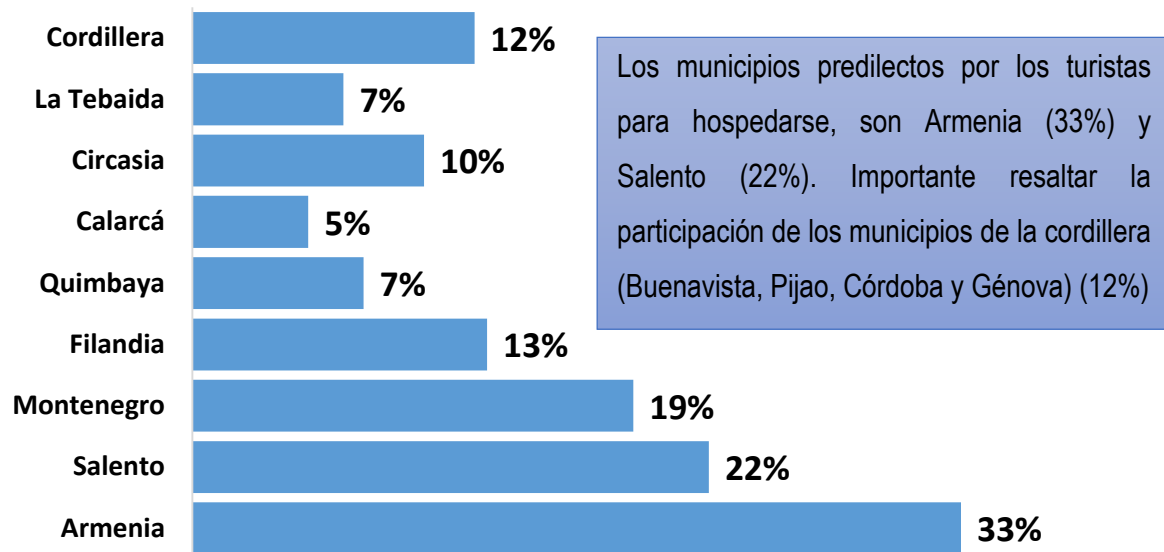
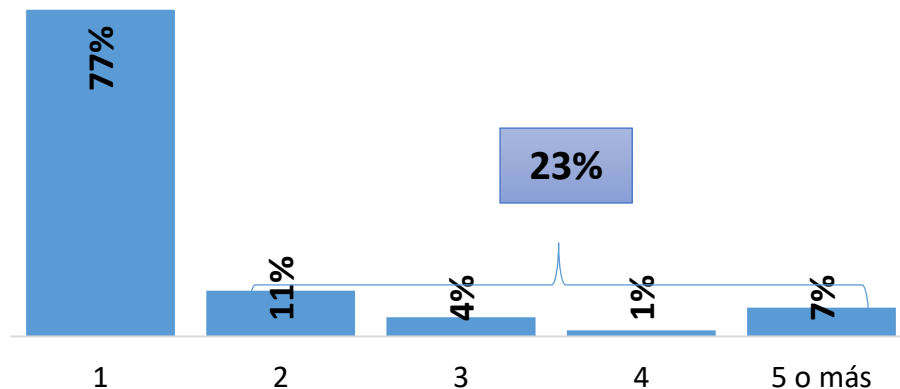


Gráfico 15. Participación de municipios entre los turistas que se hospedaron ⁴



*Respuesta múltiple

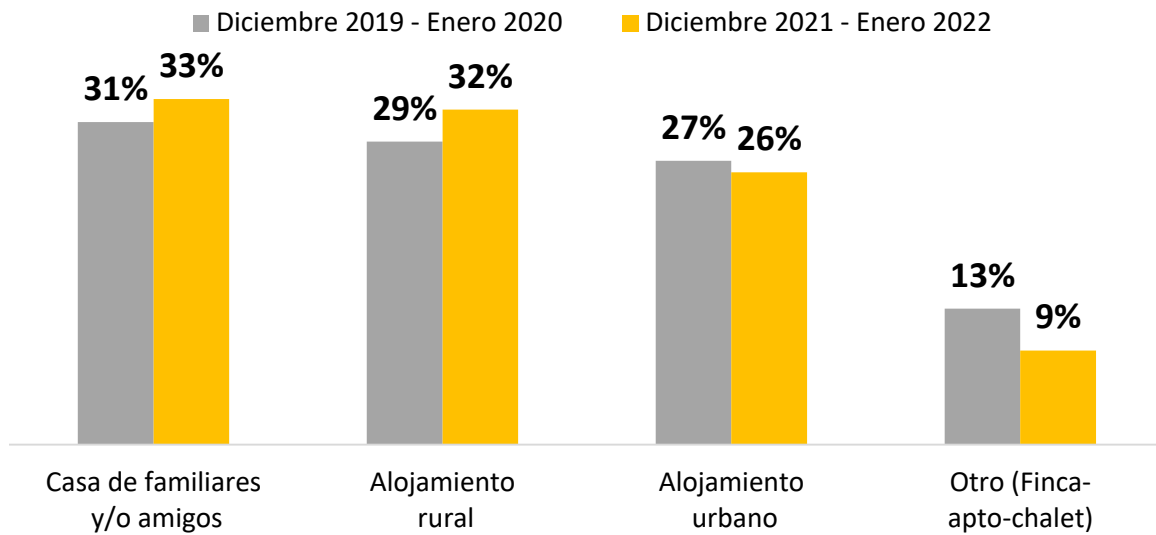
Gráfica 16. Número de municipios en los que se hospedaron los encuestados



El (**gráfico 16**) muestra el porcentaje de turistas que se hospedaron en más de un municipio (23%), entre estos el (11%) se hospedó en dos municipios, seguido por un (7%) que manifestaron hospedarse en 5 o más municipios del departamento en la temporada dic 2021 – ene 2022.

⁴ Esta pregunta, tuvo como opción de respuesta múltiple debido que algunos de los turistas se hospedan en más de un municipio.

Gráfico 17. Tipo de hospedaje



La mayoría de los visitantes se hospedó en la casa de un familiar o amigo (33%) siguiendo la tendencia del período anterior evaluado, sin embargo, la participación de los alojamientos rurales del (32%), presentó un incremento de 3 puntos porcentuales en la participación frente al periodo dic 2019 – ene 2020. Este incremento puede estar justificado por efectos del Covid-19, generando que los turistas busquen espacios más abiertos y naturales para hospedarse (**gráfico 17**).

Gráfico 18. Medio de pago

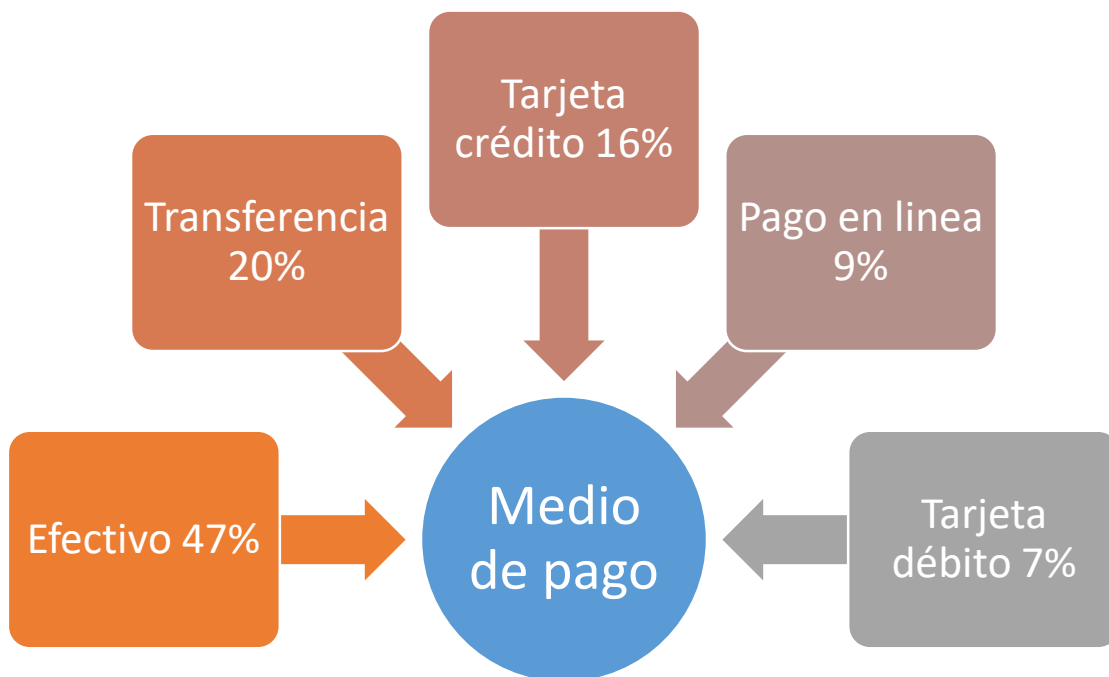


Tabla 1. Municipios visitados

MUNICIPIO	Dic 2017 - Ene 2018	Dic 2018 - Ene 2019	Dic 2019 - Ene 2020	Dic 2021 - Ene 2022
Salento	32%	21%	28%	21%
Filandia	11%	12%	18%	15%
Armenia	24%	21%	17%	12%
Montenegro	14%	16%	13%	13%
Quimbaya	10%	10%	9%	8%
Calarcá	3%	7%	5%	6%
Circasia	3%	6%	4%	8%
La Tebaida	1%	3%	2%	3%
Pijao	1%	1%	1%	5%
Buenavista	1%	2%	1%	6%
Génova	0%	1%	1%	1%
Córdoba	0%	1%	0%	2%

Gráfico 19. Principales motivos para escoger el municipio a visitar

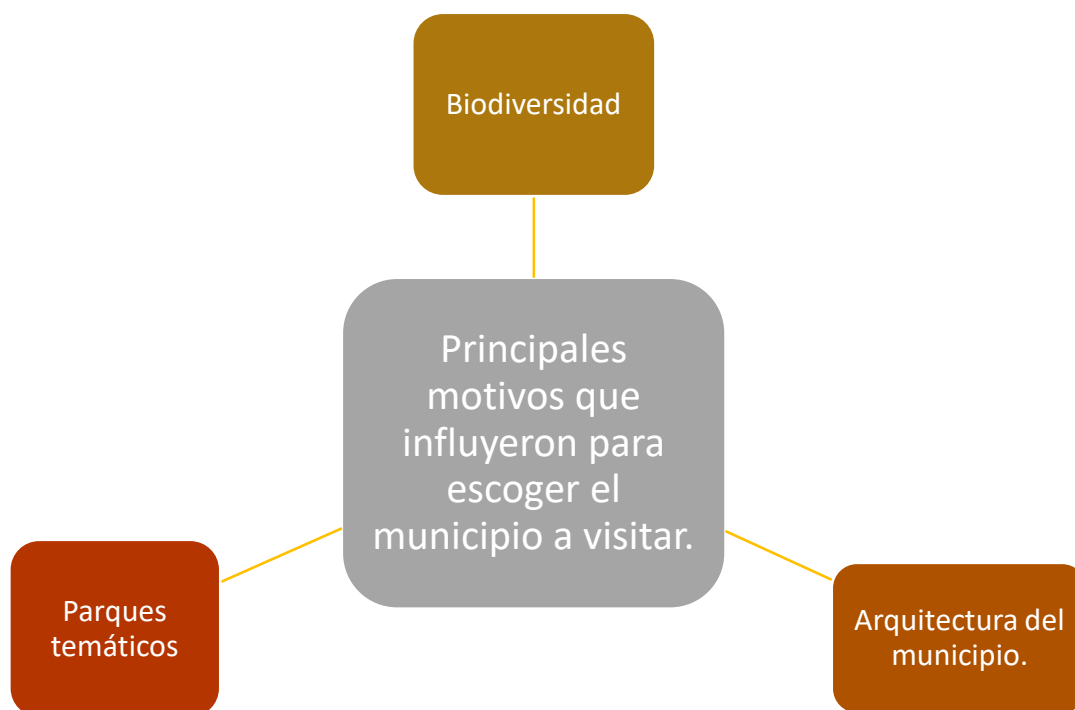
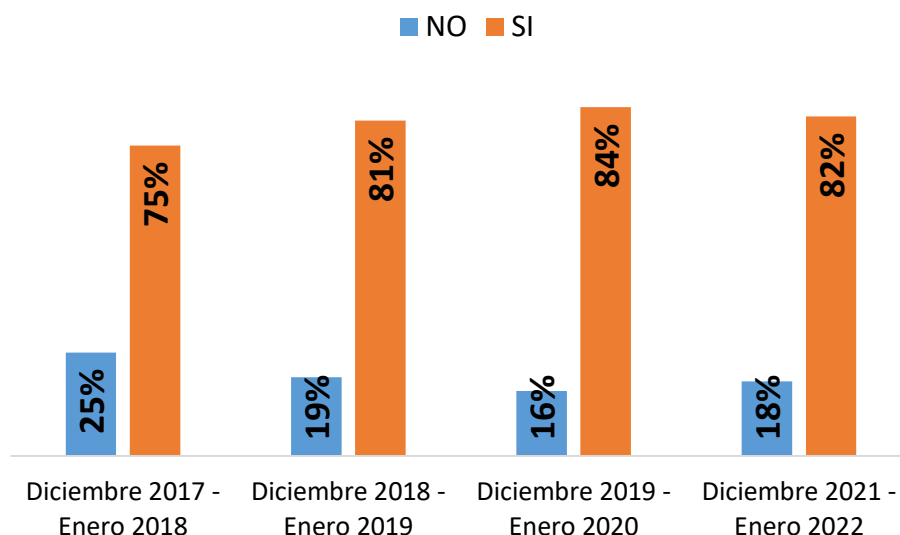


Gráfico 20. Respuestas ante la pregunta “¿Ha consumido o piensa consumir algún producto a base de café durante su estadía en el departamento?”



El 82% de turistas encuestados manifestó haber consumido productos de café durante su estadía, los más pedidos fueron el café negro (26%) y el cappuccino (15%) seguidos por derivados del grano como granizado (14%) y arequipe (11%) (**gráfico 21**).

Gráfico 21. Tipo de productos a base de café consumidos

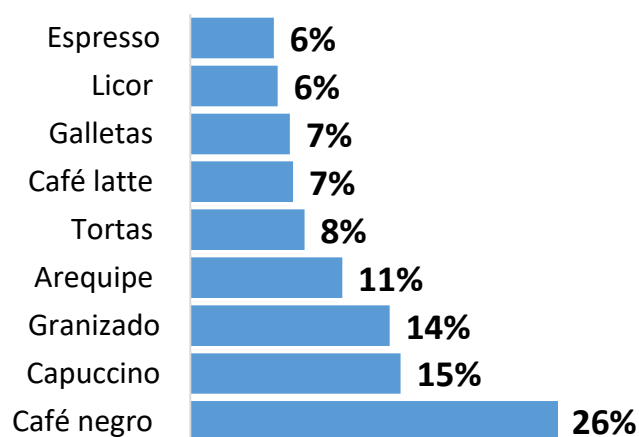
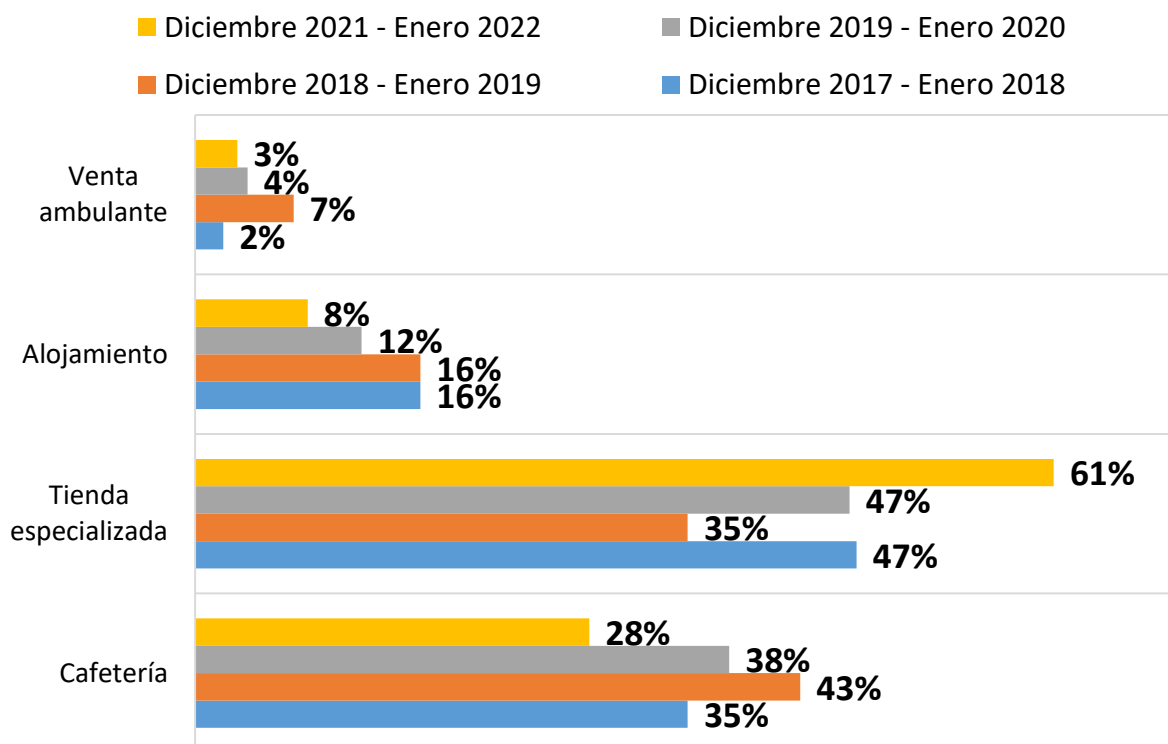
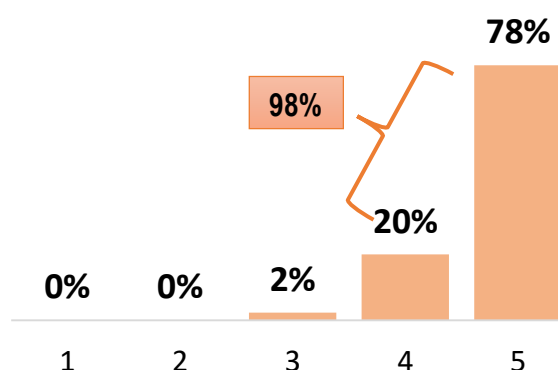


Gráfico 22. Lugar para el consumo de producto a base de café



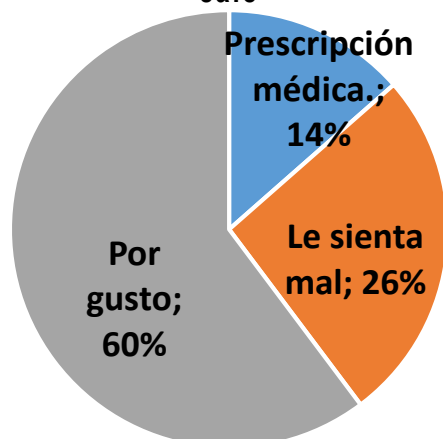
Entre los años analizados, se destaca las tiendas especializadas de café, como el lugar predilecto escogido por los turistas encuestados para consumir productos de café, a excepción de la temporada dic 2018 – ene 2019 en la cual, las cafeterías ocuparon la primera posición (**gráfico 22**). En cuanto a la calificación de los productos a base de café, se obtuvo un 98% entre 4 y 5 correspondientes a bien y excelente (**gráfico 23**).

Gráfico 23 Respuestas ante la pregunta “¿Cómo califica la calidad de los productos a base de café en la región?”⁵



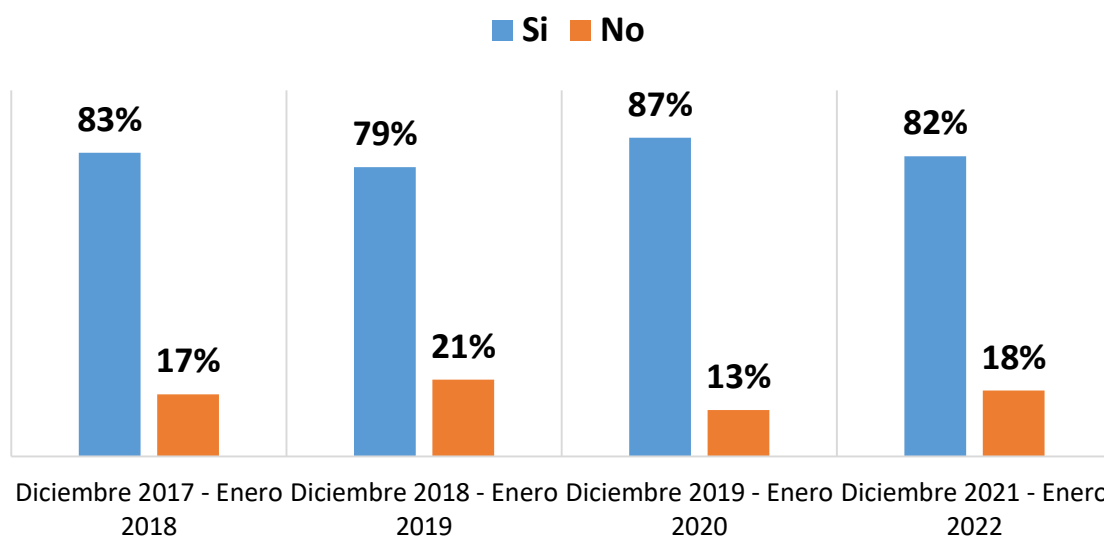
⁵ En la calificación 1 corresponde a muy mal y 5 excelente.

Gráfico 24. Motivo por el cual no consume café



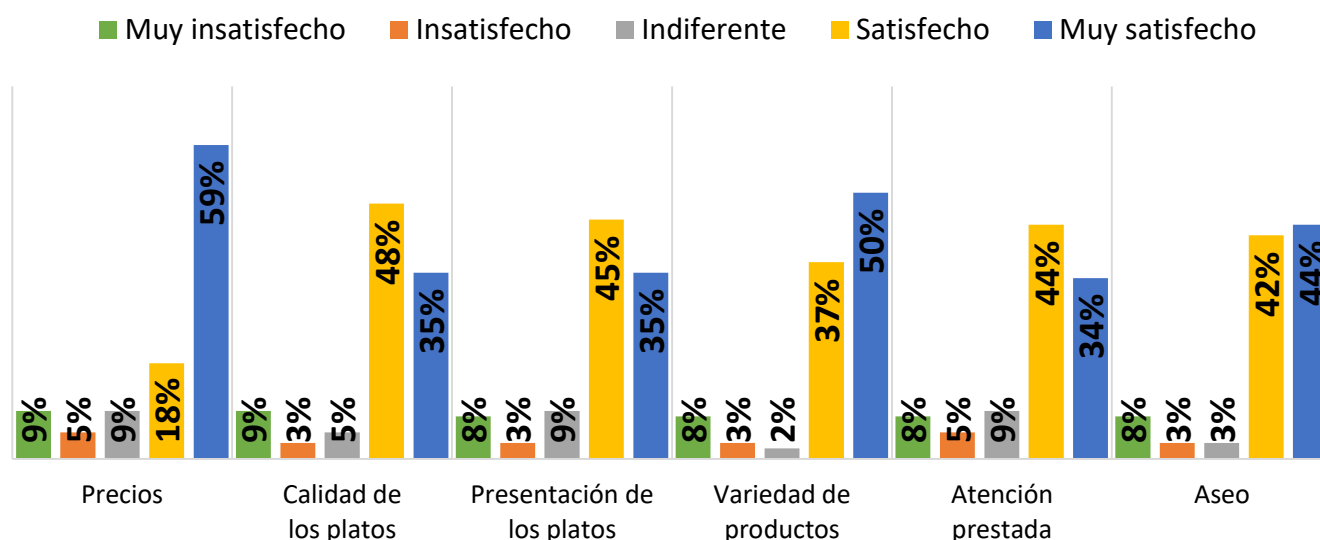
Al 18% de los encuestados que manifestaron no consumir café en su visita al departamento (**gráfico 20**) se les consultó el motivo por el cual no consume, obteniendo un (40%) que no consumen por problemas de salud, mientras un (60%) por gusto (**gráfico 24**)

Gráfico 25. Respuestas ante la pregunta “¿Consumió alimentos preparados en establecimientos comerciales dentro del departamento durante su estadía?”



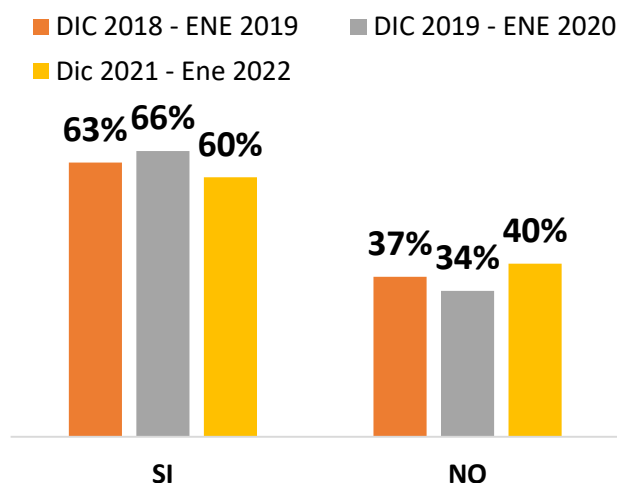
El consumo de alimentos preparados en establecimientos durante la estadía tuvo una variación negativa de 5 puntos porcentuales en relación con el periodo inmediatamente anterior, una de las causas puede ser los efectos del Covid-19, dado que las personas en aún se abstienen de ir a restaurantes o lugares con gran aforo de personas. Municipios como Armenia, Filandia y Circasia siguen desarrollando condiciones para ser referentes a nivel culinario en el departamento.

Gráfico 26. Grado de satisfacción con los alimentos consumidos y los establecimientos



Un 82% de los encuestados consumió alimentos preparados en establecimientos durante su visita al Quindío (**gráfico 25**). Tomando en cuenta su experiencia y su percepción, el (**gráfico 26**) muestra que la calificación y satisfacción con los diferentes componentes indagados fue positiva, pues los valores oscilaron en un 18% y 48% en la respuesta de satisfechos y entre 34% - 59% que respondieron muy satisfechos.

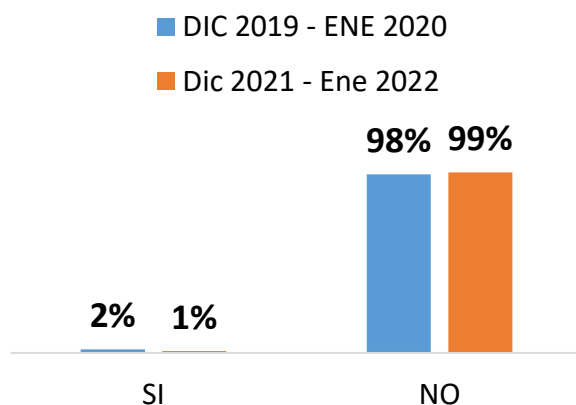
Gráfico 27. ¿Compró o piensa comprar artesanías en el departamento?



Entre los periodos analizados, los turistas encuestados, han manifestado en mayor proporción que compraron o piensan comprar artesanías en el departamento.

En la temporada actual dic 2021 – ene 2022 un (60%) compró o piensa comprar.

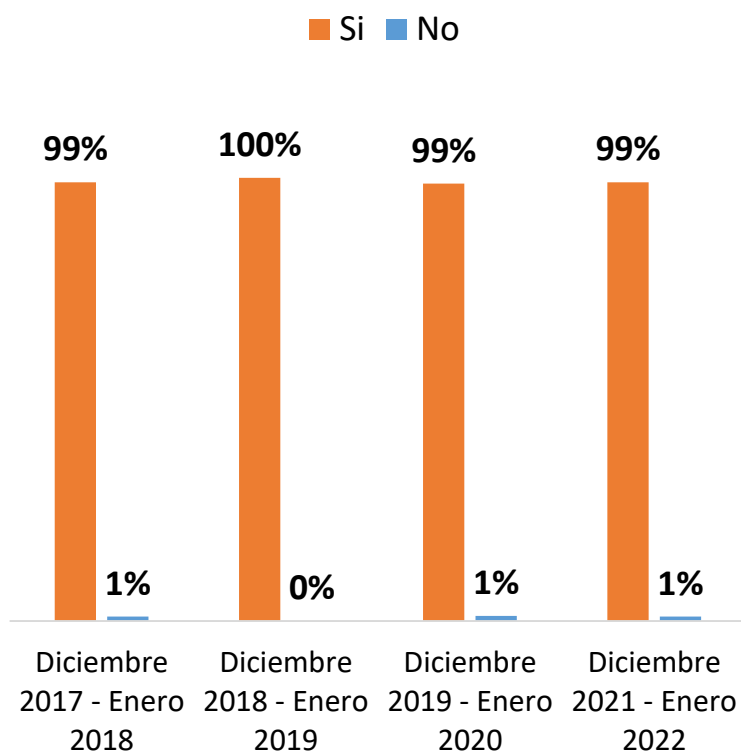
Gráfico 28. Respuesta ante la pregunta “¿Usted o alguna persona de su grupo de viaje fueron víctimas de algún acto delictivo durante su visita?”



De los 1348 encuestados, 16 manifestaron ser o presenciar algún acto delictivo durante su estadía, siendo el hurto el más común. Estos hechos reportados se dieron en los municipios de Armenia, Salento, Montenegro y Circasia.

Gráfico 29. ¿Volvería a visitar el Quindío?

La respuesta por parte de los turistas encuestados es notablemente positiva, puesto que, casi en su totalidad, los encuestados manifestaron que volverían a visitar el departamento en unas próximas vacaciones. Así mismo, se les consultó si recomendarían el Quindío como destino a sus familiares y amigos para lo cual se obtuvo un 99% de respuestas positivas.



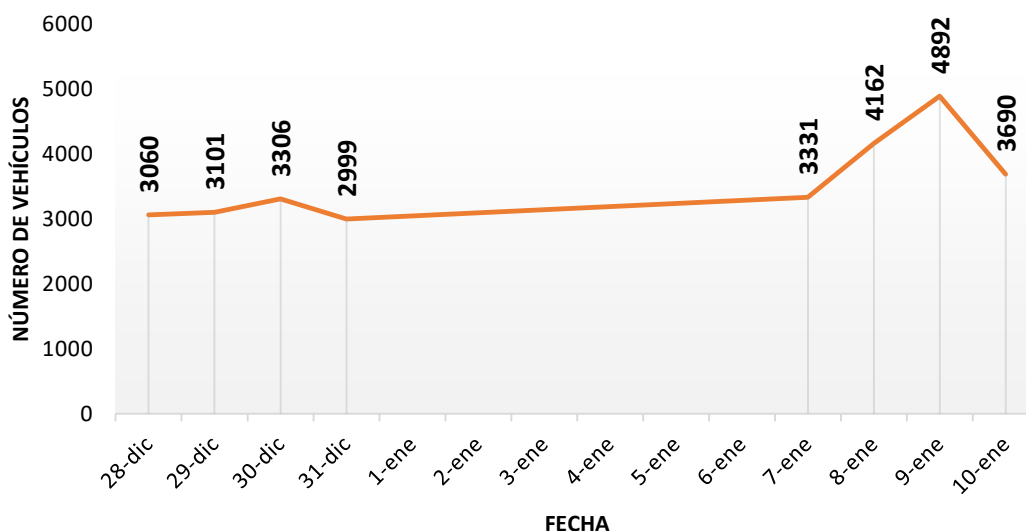
Principales opiniones de los turistas encuestados, acerca de la visita por el departamento del Quindío.



2. CONTEO VEHICULAR

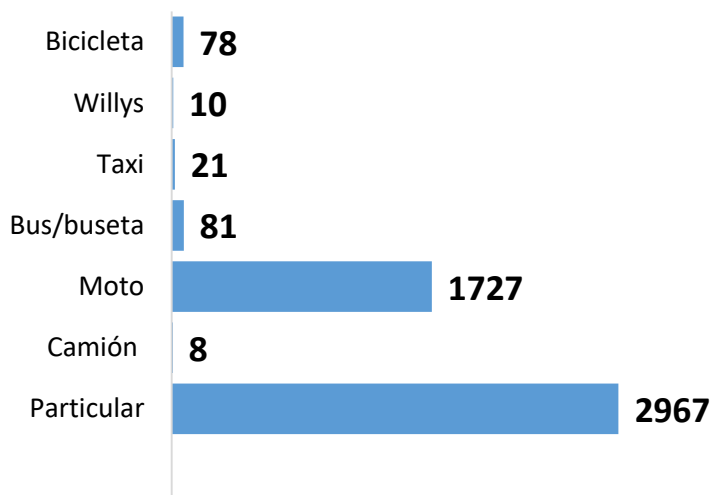
Realizado los días 28,29,30 y 31 de diciembre 2021 y 7,8,9 y 10 de enero 2022 en horarios desde 9 de la mañana hasta las 6 de la tarde.

Gráfico 30. Flujo vehicular en el municipio de Salento



El flujo vehicular en el municipio de Salento, presentó los días de mayor afluencia de vehículos los días 08, 09 y 10 de enero, fecha en la cual se presenta la celebración de las fiestas aniversarias del municipio, logrando entrar 12.744 vehículos en esas tres fechas.

Gráfico 31. Tipo de vehículos que ingresaron a Salento el día de mayor flujo vehicular



El día de mayor flujo vehicular en el municipio fue el 09 de enero de 2022, fecha que, para el año en curso, se ubicó el día domingo que hace parte del puente festivo y coincide con las fiestas aniversarias del municipio, lo que explica el alto flujo de carros particulares y motos que ingresaron al municipio.

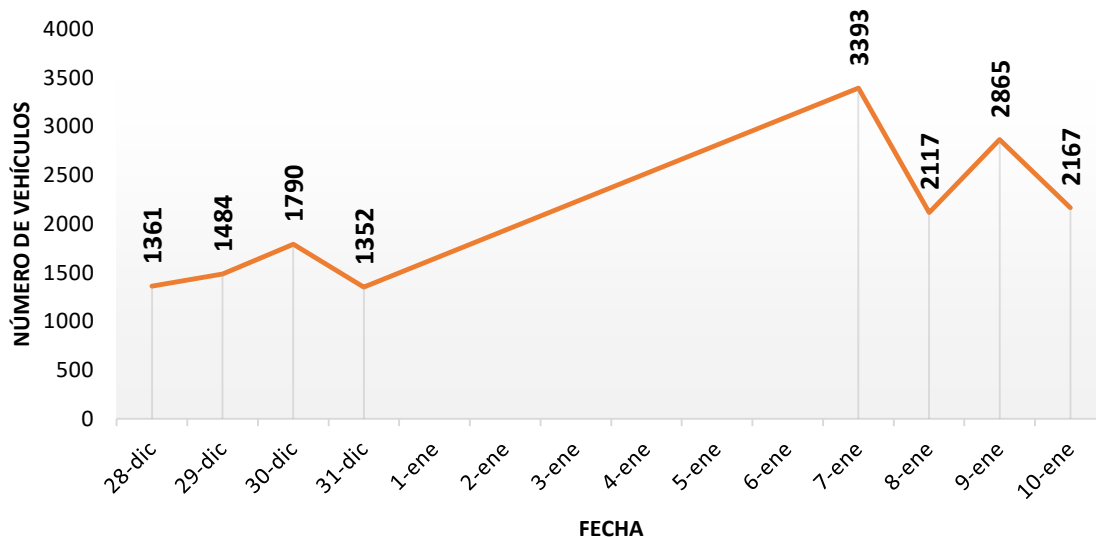
Tabla 2. Comparativo Salento

Municipio	período	Número de vehículos	Variación en número de vehículos (frente a dic 2019-ene 2020)	Variación porcentual (frente a dic 2019-ene 2020)
Salento	Dic 2019 - ene 2020	30550	-2009	-7%
	Dic 2020 - ene 2021	17514		
	Dic 2021 - ene 2022	28541		

El comparativo del flujo vehicular para el municipio de Salento se realizó sobre la base del periodo Dic 2019 – ene 2020 fecha pre pandemia, en la cual se considera un comportamiento normal en el municipio.

Como se puede observar en la (tabla 2), el comportamiento vehicular para la presente temporada fue positivo, superando los valores obtenidos en el año inmediatamente anterior, pero inferior por 2009 vehículos respecto a la temporada dic 2019 – ene 2020.

Gráfico 32. Flujo vehicular en el valle de Cocora



El flujo vehicular en el Valle de Cocora sigue una tendencia para los días estudiados en relación con los vehículos que ingresan al municipio. Según los datos estudiados, en promedio el 58% de los vehículos que ingresan al municipio de Salento también ingresan al valle de Cocora.

Gráfico 33. Tipo de vehículos que ingresaron a Cocora el día de mayor flujo vehicular

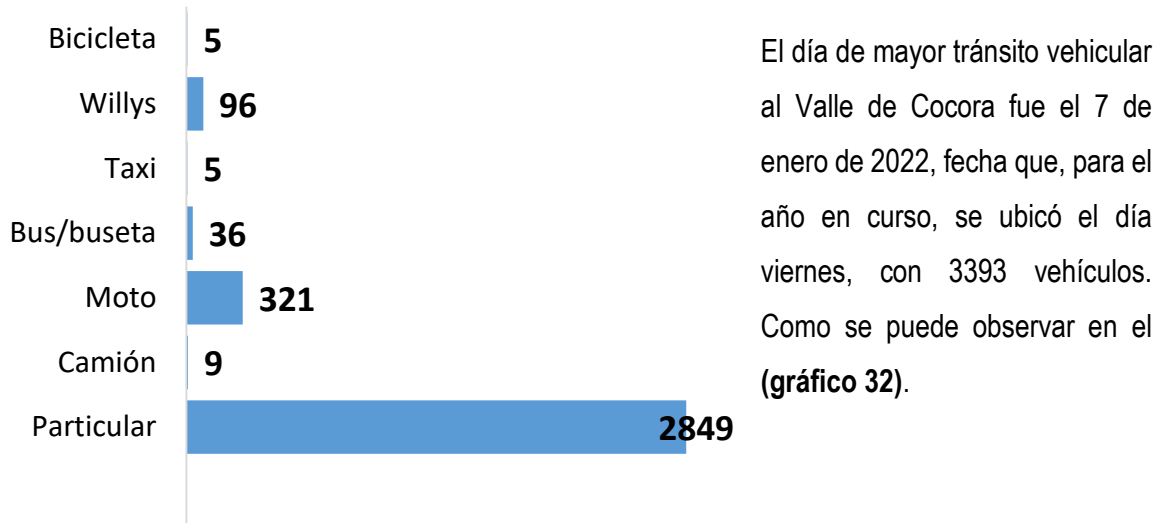


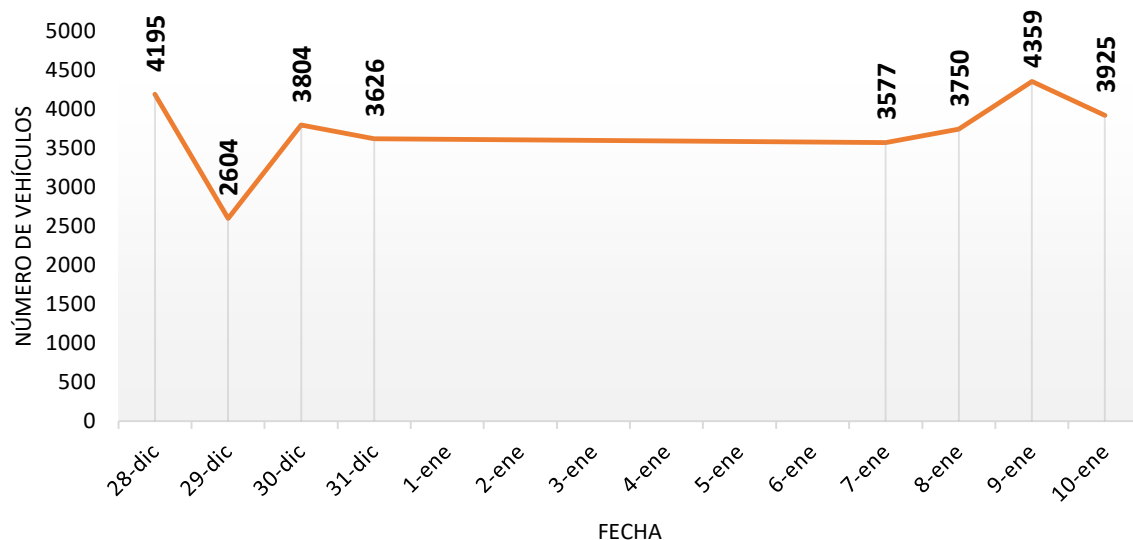
Tabla 3. Comparativo Valle de Cocora

Municipio	período	Número de vehículos	Variación en número de vehículos (frente a dic 2019-ene 2020)	Variación porcentual (frente a dic 2019-ene 2020)
Salento (Valle de cocora)	Dic 2019 - ene 2020	13703	2826	21%
	Dic 2020 - ene 2021	10192		
	Dic 2021 - ene 2022	16529		

El comparativo del flujo vehicular para El Valle de Cocora, se realizó sobre la base del periodo Dic 2019 – ene 2020 fecha pre pandemia, en la cual se considera un comportamiento normal en el municipio.

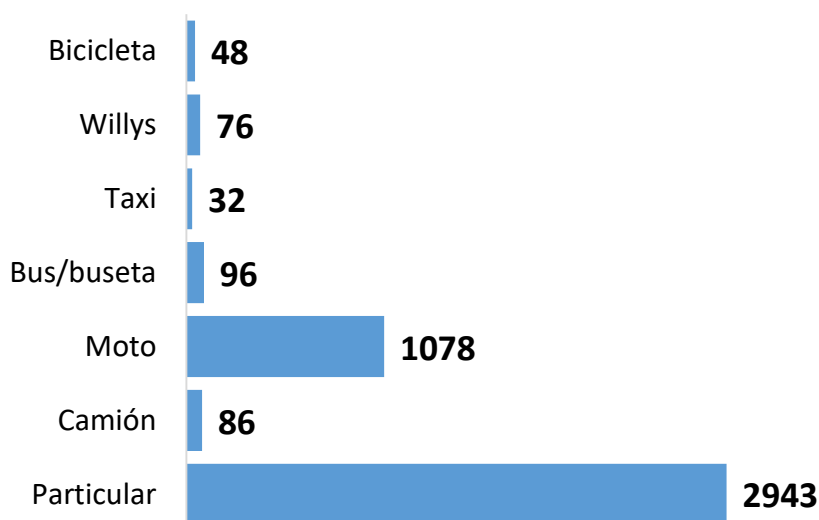
Importante destacar el incremento en un 21% de los vehículos que ingresaron a “El Valle de Cocora” frente al periodo dic 2019 – ene 2020, este incremento se puede justificar puesto que las personas actualmente buscan compartir en espacios abiertos y rodeados de naturaleza.

Gráfico 34. Flujo vehicular en el municipio de Filandia



El flujo vehicular en el municipio de Filandia fue el mayor dentro de los municipios estudiados durante la temporada superando a Salento por 1299 vehículos. Principalmente, son dos los factores que explican este comportamiento, el primero es el posicionamiento que el municipio ha tenido como uno de los principales destinos turísticos a nivel departamental y nacional, el segundo se debe a la oferta gastronómica del municipio.

Gráfico 35. Tipo de vehículos que ingresaron a Filandia el día de mayor flujo vehicular



El día de mayor flujo vehicular en el municipio de Filandia fue el día domingo 09 de enero de 2022 con 4359 vehículos, situación que fue similar en el municipio de Salento con 4892 vehículos.

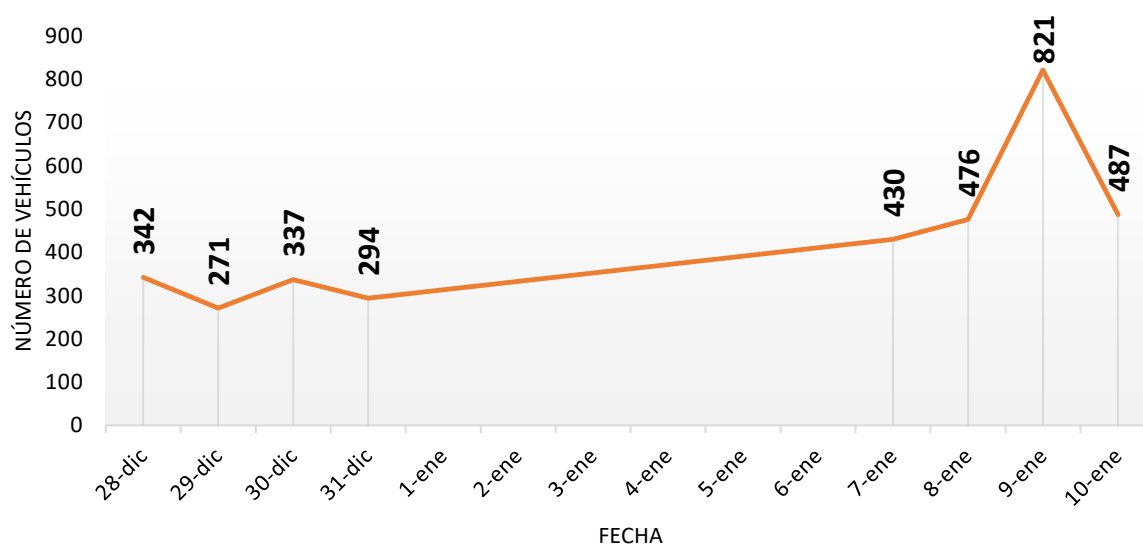
Tabla 4. Comparativo Filandia

Municipio	período	Número de vehículos	Variación en número de vehículos (frente a dic 2019-ene 2020)	Variación porcentual (frente a dic 2019-ene 2020)
Filandia	Dic 2019 - ene 2020	27959	1881	7%
	Dic 2020 - ene 2021	21236		
	Dic 2021 - ene 2022	29840		

El comparativo del flujo vehicular para el municipio de Filandia, se realizó sobre la base del periodo Dic 2019 – ene 2020 fecha pre pandemia, en la cual se considera un comportamiento normal en el municipio.

Para la presente temporada, se superó el ingreso de vehículos al municipio por 1881 vehículos frente a la temporada dic 2019 – ene 2020 año pre pandemia, generando un incremento del 7%.

Gráfico 36. Flujo vehicular en el municipio de Buenavista



El flujo vehicular en el municipio de Buenavista presentó un comportamiento variable durante los días estudiados que denota un notable aumento en el número de personas que se ven atraídas por el municipio como destino turístico. Al igual que Salento y Filandia, el día de mayor flujo vehicular fue el domingo 09 de enero de 2022 con 821 vehículos.

Gráfico 37. Tipo de vehículos que ingresaron a Buenavista el día de mayor flujo vehicular

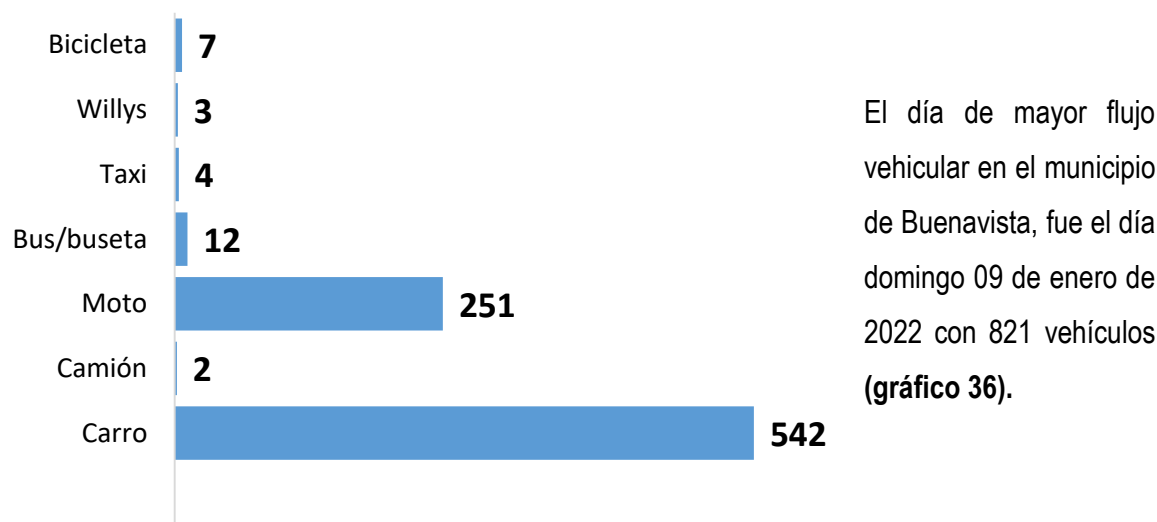


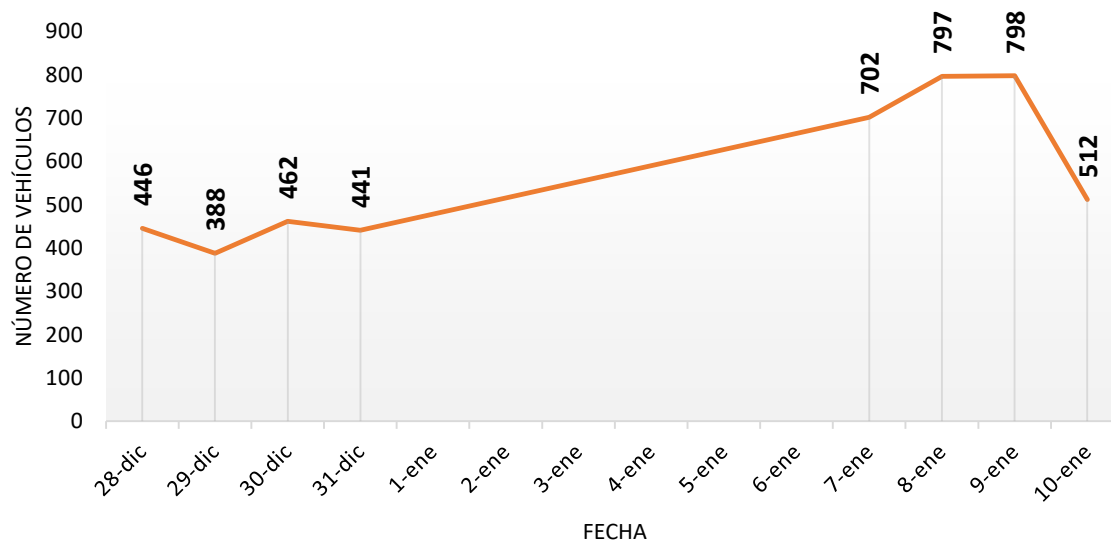
Tabla 5. Comparativo Buenavista

Municipio	período	Número de vehículos	Variación en número de vehículos (frente a dic 2019-ene 2020)	Variación porcentual (frente a dic 2019-ene 2020)
Buenavista	Dic 2019 - ene 2020	3036	422	14%
	Dic 2020 - ene 2021	3247		
	Dic 2021 - ene 2022	3458		

El comparativo del flujo vehicular para el municipio de Buenavista, se realizó sobre la base del periodo Dic 2019 – ene 2020 fecha pre pandemia, en la cual se considera un comportamiento normal en el municipio.

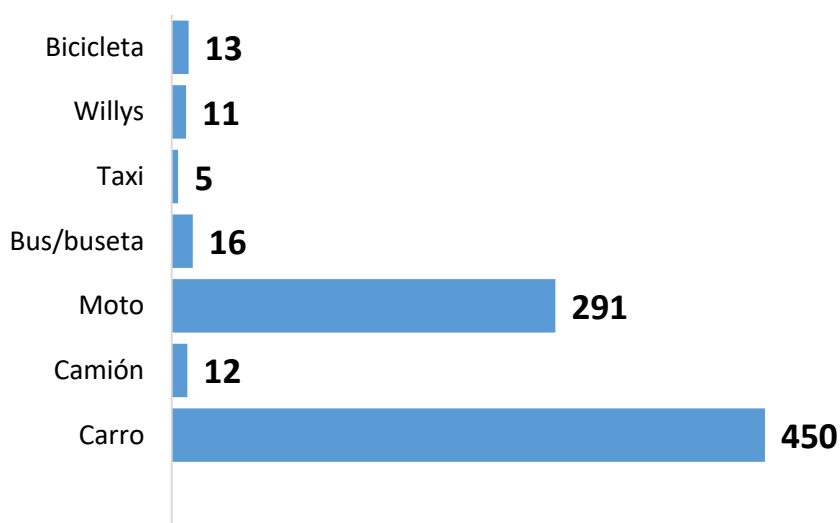
Como se puede observar en la (tabla 5), Buenavista presentó un aumento, en relación al periodo dic 2019 – ene 2020, con una variación positiva del 14%. En los 3 periodos analizados Buenavista ha generado incremento en el flujo vehicular, lo que genera una buena tendencia a seguir incrementando el flujo de vehículos hacia este destino.

Gráfico 38. Flujo vehicular en el municipio de Pijao



El municipio de Pijao presentó un flujo vehicular que se mantuvo constante durante los días estudiados, teniendo un día que fue proporcionalmente bajo en relación a los otros días, siendo este el 29 de diciembre, día en el cual ingresaron 388 vehículos.

Gráfico 39. Tipo de vehículos que ingresaron a Pijao el día de mayor flujo vehicular



El día de mayor flujo vehicular en el municipio de Pijao, fue el día domingo 09 de enero de 2022 con 798 vehículos (**gráfico 36**). situación que fue similar en el municipio de Buenavista con 821 vehículos

Tabla 6. Comparativo Pijao

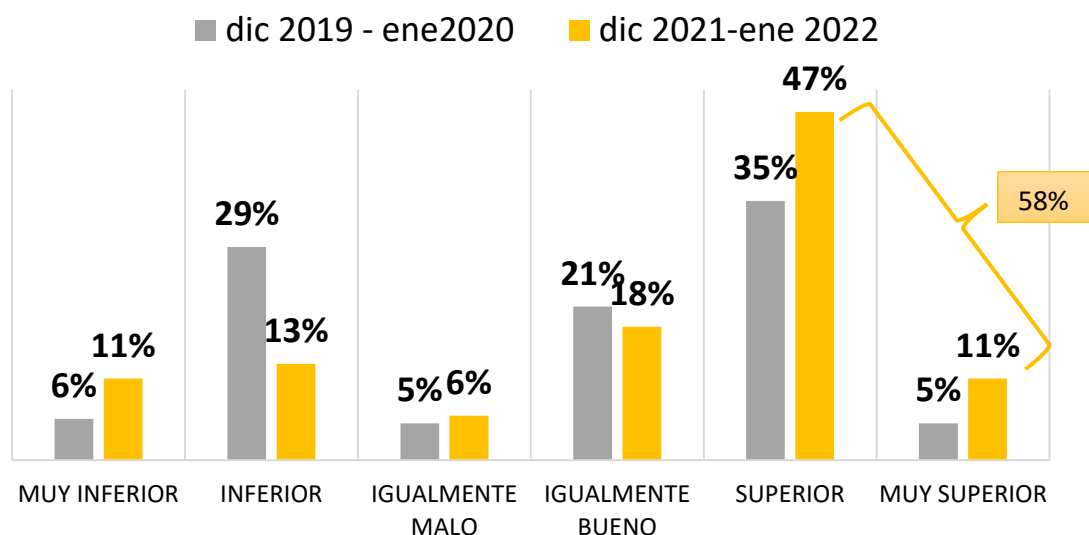
Municipio	período	Número de vehículos	Variación en número de vehículos (frente a dic 2019-ene 2020)	Variación porcentual (frente a dic 2019-ene 2020)
Pijao	Dic 2019 - ene 2020	3226	1320	41%
	Dic 2020 - ene 2021	3885		
	Dic 2021 - ene 2022	4546		

El comparativo del flujo vehicular para el municipio de Pijao, se realizó sobre la base del periodo Dic 2019 – ene 2020 fecha pre pandemia, en la cual se considera un comportamiento normal en el municipio.

Como se puede observar en la **(tabla 6)**, Pijao presentó un aumento notablemente significativo, en relación al periodo dic 2019 – ene 2020, con una variación positiva del 41%. Se hace importante resaltar, la participación de este municipio de la cordillera como destino turístico, en los 3 periodos analizados Pijao ha generado incremento en el flujo vehicular, destacando este destino como uno de los principales a visitar entre los municipios de la cordillera.

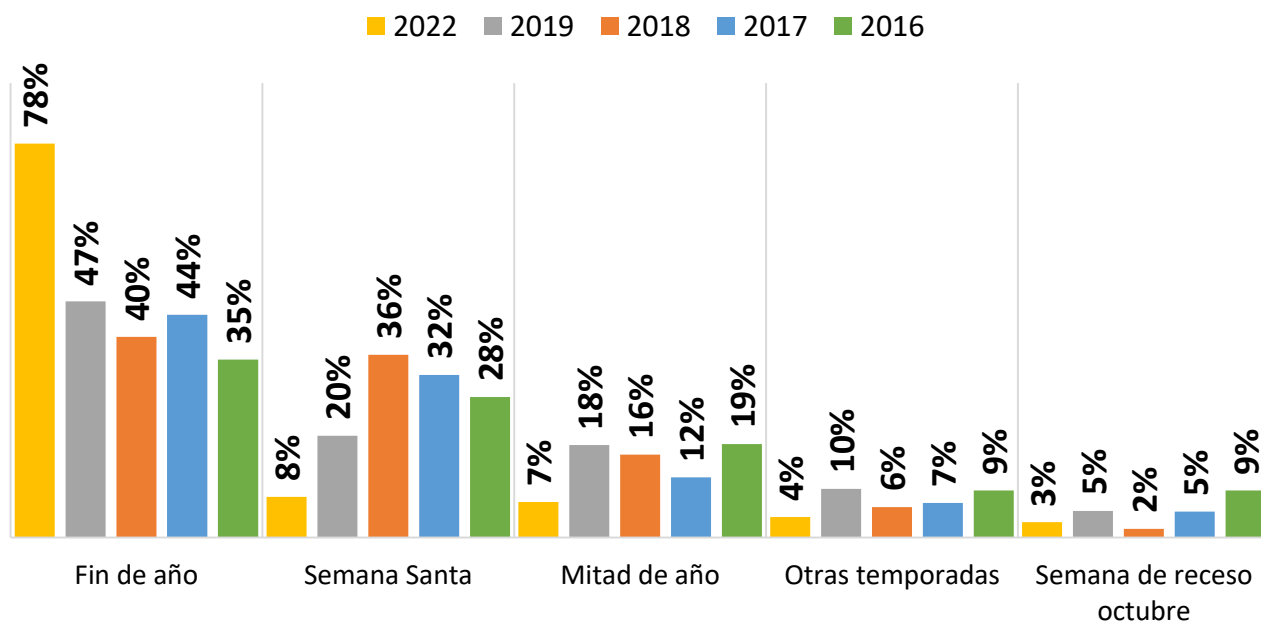
3. PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Gráfico 40. Comportamiento de ventas durante la temporada diciembre 2019 - enero 2020, frente al mismo periodo diciembre 2021 - enero 2022.



El comportamiento de las ventas en la temporada diciembre – enero reciente, frente a la temporada del periodo anterior, según los encuestados presentó una mejora, teniéndose que el 58% dio una valoración positiva sobre este criterio frente al 40% del periodo pasado. El 63% de los empresarios encuestados, manifestaron tener incrementos en ventas entre el 10% y 20%.

Gráfico 41. Comparativo histórico de mejor temporada en ventas



Según el comparativo histórico frente a la percepción sobre cuál fue la mejor temporada en relación a las ventas, la temporada de fin de año sigue posicionándose como la mejor temporada (**gráfico 41**), presentando un incremento significativo de 31 puntos porcentuales respecto al periodo anterior.

Gráfico 42. Respuestas ante la pregunta “¿Considera usted que la apertura vial del túnel de la línea ha generado un incremento de turistas?”

Los empresarios encuestados manifiestan que la obra del túnel de la línea, ha generado incremento de turistas, así lo afirman con el (74%) de participación. Es importante resaltar como desde esta temporada los empresarios del sector empiezan a ver los beneficios de esta obra con el aumento de turistas de regiones como Tolima, Cundinamarca, Huila y Santander.

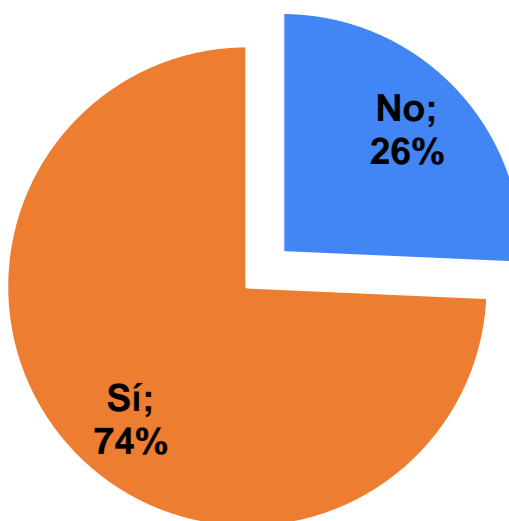
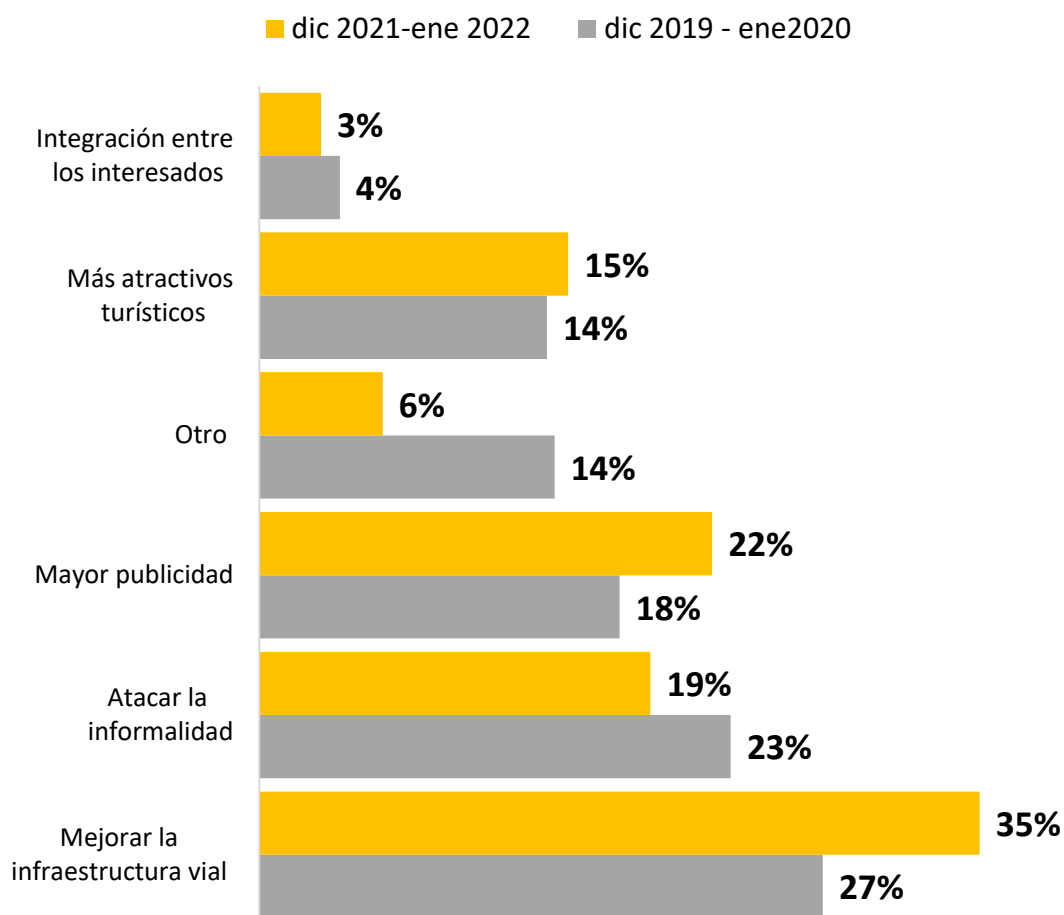
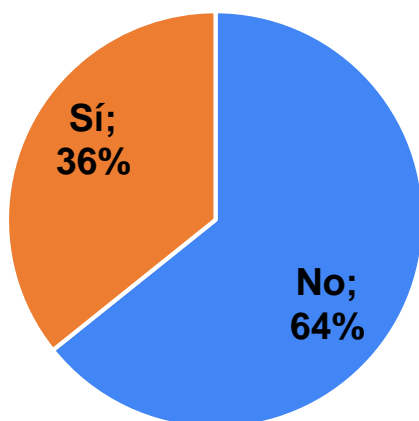


Gráfico 43. Aspectos para mejorar la actividad turística del Quindío



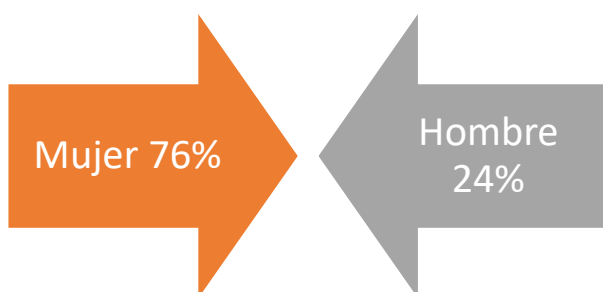
Ante la pregunta de cuáles son los aspectos, que consideran los encuestados, que se hacen necesarios para mejorar la actividad turística en el departamento, se evidencia que mejorar la infraestructura vial (35%) y aumentar la publicidad del departamento (22%), son las dos acciones que más solicitan los prestadores de servicios de turismo (**gráfico 43**).

Gráfico 45. ¿Contrató personal adicional para la temporada?



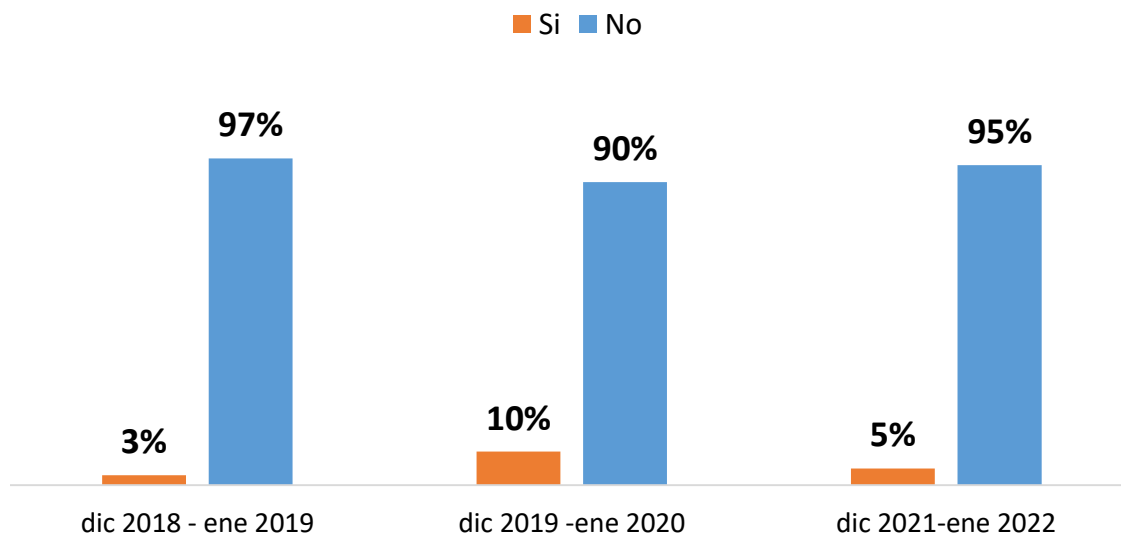
El (36%) de los empresarios encuestados, manifestó haber contratado personal para la temporada. Generando dinamismo en la economía de los locales.

Gráfico 46. Género del personal adicional contratado



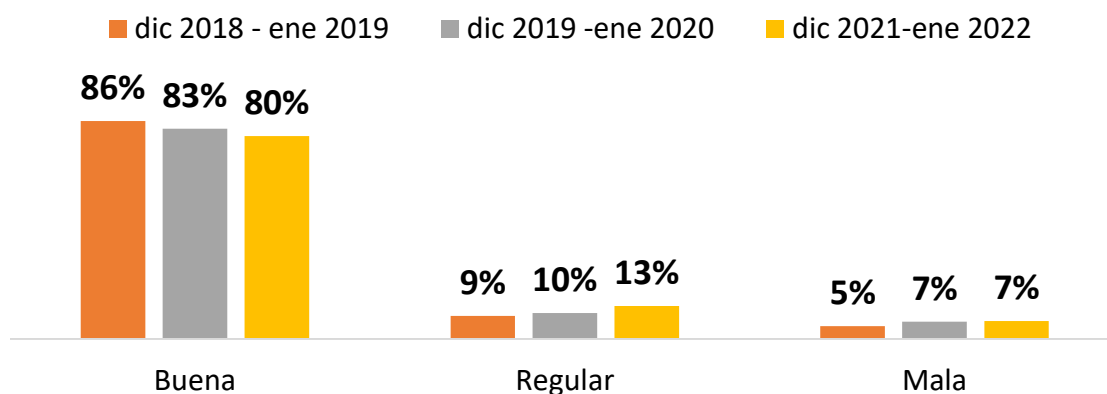
El 75% de los empresarios encuestados, manifestó contratar entre 1 y 3 personas adicionales para la temporada.

Gráfico 47. Contrató personal venezolano



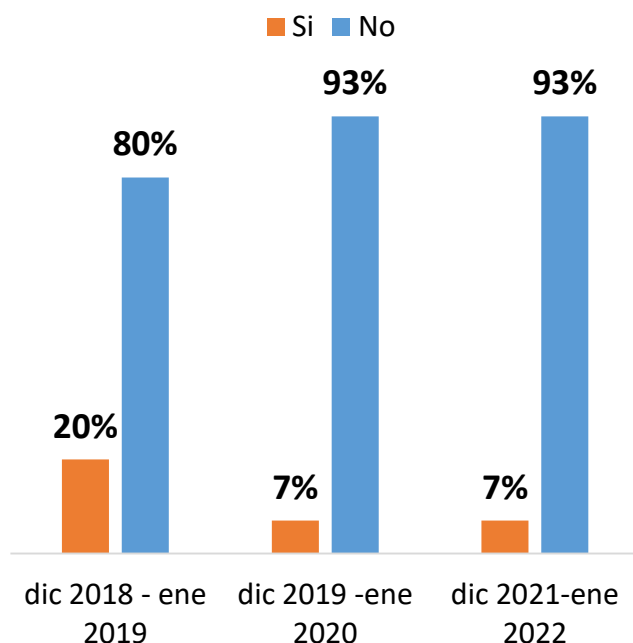
En relación con la contratación de personal venezolano se presentó una disminución de 5 puntos porcentuales en relación con el periodo anterior.

Gráfico 48. Percepción de la seguridad en la zona del establecimiento de comercio



La percepción de la seguridad de los prestadores de servicios de turismo se mantiene alta. Por otra parte, el 7% que expresó que fue mala, la mayoría de estos reportó en la encuesta, actos delictivos vinculados principalmente con el hurto en la zona donde está ubicado el establecimiento.

Gráfico 49. Fue usted o uno de sus empleados víctima de un acto delictivo

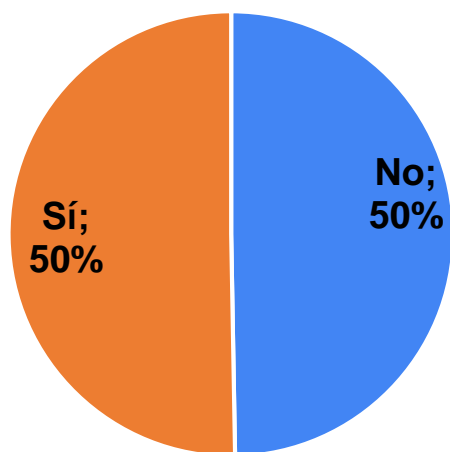


El presente gráfico muestra un comportamiento estático respecto al periodo dic 2019 – ene 2020 brindando una buena percepción de seguridad entre los comerciantes del sector, puesto que el (93%) manifiestan no haber sido víctimas de un acto delictivo.

Principales tipos de delitos

- Hurto a comercio
- Hurto a residencias

Gráfico 49. Respuestas ante la pregunta ¿Presentaron cancelación de reservas?



Principales motivos para cancelar la reserva:

- Incremento en cifras Covid-19
- Dificultad en las vías para llegar al destino
- Clima
- Cambio de hospedaje

4. COMENTARIOS FINALES

- Es importante resaltar que dado que el flujo vehicular para el periodo registrado en la temporada de este año continua en aumento, se hace recomendable pensar en medidas que faciliten una mayor capacidad de carga de la carretera durante las temporadas de fin de año, así mismo la solicitud de parqueaderos por parte de los turistas es significativa, es posible que esta tendencia al aumento de vehículos que ingresan al municipio durante esta temporada se mantenga.
- Importante resaltar la reactivación del sector, a pesar de la situación crítica vivida por la pandemia Covid-19 y los efectos del paro nacional (2021) se percibe una muy buena respuesta por parte de los turistas, se invita a continuar respetando las medidas de bioseguridad para prevenir y seguir generando un mayor grado de confianza a los turistas.
- El Túnel de la Línea y la película “Encanto” se convierten en una motivación y/o atractivo turístico para los visitantes, así mismo el túnel de la línea ha permitido un mejorar las condiciones en el desplazamiento hacia el departamento del Quindío, generando facilidad en el desplazamiento de los turistas, lo cual implica mayor responsabilidad por parte de las autoridades y líderes del sector para brindar seguridad y confianza a quienes visitan el departamento.
- El departamento del Quindío se sigue consolidando en el consumo de Cafés especiales, donde el principal sitio para su consumo son las tiendas especializadas.
- A nivel de seguridad se mantienen un nivel positivo, pero de igual manera se debe seguir reforzando el trabajo para mantener y mejorar los indicadores de seguridad en futuras temporadas de turismo, importante generar patrullajes más frecuentes en las vías hacia alojamientos rurales.
- Es de resaltar como la oferta turística del departamento se ha ido diversificando para los doce municipios, es así como cada uno de ellos en mayor o menor proporción, fueron visitados por quienes llegaron en la temporada.
- Un ejemplo del uso de la tecnología y de las redes por parte de los empresarios del sector, se evidenció al momento de preguntar al turista “¿Cuál fue el medio por el que se enteró del destino?” se presentó un incremento de 8 puntos porcentuales respecto al periodo anterior en las respuestas obtenidas del uso de redes sociales.

- Importante se pueda dar mayor celeridad al mejoramiento del estado de las vías que comunican a los municipios, dada la importancia que tiene la comunicación vial entre estos. Por otro lado, también se resalta la pertinencia dicho mejoramiento, para que estas puedan tener el mejor estado posible para la temporada de Semana Santa, que es la segunda temporada de mayor flujo de visitantes en el departamento