

ESTUDIO DE MERCADO TURÍSTICO

PERFIL DEL TURISTA ACTUAL Y POTENCIAL DEL DESTINO CHICAMOCHA



OBJETIVO

Conocer la demanda turística para adaptar una estrategia competitiva

- Saber quiénes son los turistas que visitan los municipios del Cañón del Chicamocha
- Conocer las expectativas de los turistas colombianos en general
- Obtener datos que sirven de herramientas de ayuda a la decisión
- Adaptar la oferta según la demanda
- Analizar las fortalezas y debilidades del destino Chicamocha

METODOLOGÍA

Un total de **910** encuestas



En línea
252



En campo
658

2 temporadas analizadas

Alta

JUN 23 - JUL 5

Baja

JUL 22 - AGO 9

PROCEDENCIA



Nacionales



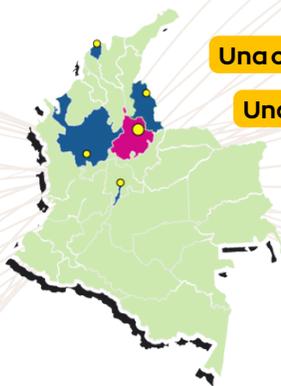
Extranjeros



Santander



Grandes ciudades



Una clientela nacional y de proximidad

Una clientela urbana

14 jóvenes del territorio capacitados para realizar encuestas
= Reforzamientos de las capacidades locales + Sostenibilidad

GRUPO DE VIAJE

Una clientela de familias o pequeños grupos individuales

+50% viaja en Familia

los demás viajan en pareja o con amigos

EDAD

Una clientela joven

58% tiene entre 18 - 34 años

10% son mayores de 55 años

PERFIL SOCIOECONÓMICO

68% Una clientela con recursos medio-bajo son empresarios, empleados y emprendedores



ESTANCIA

Estancias corta

3 Días máximo para 75% de los visitantes

No son excursionistas

60% se queda en los municipios del cañón

SERVICIOS

El mínimo de servicios contratados

La mayoría no contratan agencia de viaje
Organizan su viaje con sus propios medios y gracias a recomendaciones de sus amigos

70% reserva alojamiento turístico

78% no contrata a guías

GASTOS

Disposición a pagar	\$50 - \$99	\$100 - \$149	\$150 - \$199	\$200 - \$499	>\$500
Hospedaje	████	████████████████	████	████	████
Transporte	████████	████	████	████	████
Alimentación	████	████████	████████	████	████
Recreación	████████	████	████	████	████
Souvenirs / Compras	████████	████	████	████	████

ACTIVIDADES Y DESTINOS

Una clientela que busca visitas de pueblos con actividades tradicionales y de naturaleza

Actividad realizada	%
Probar gastronomía	██████████
Recorridos por el pueblo	██████████
Visitar miradores	████████
Visitar cascadas	██████
Talleres artesanales	██████
Lugares Históricos	██████
Senderismo	██████
Otros (aventura)	████

Destinos preferidos	%
Pueblos	██████████
Montaña	██████████
Sol y playa	██████████
Ciudades principales	██████
Ciudades intermedias	██████
Otros	████

TRANSPORTE Y DESPLAZAMIENTOS

Una clientela independiente que busca facilidad y comodidad en sus desplazamientos

50% Prefiere desplazarse al destino en vehículo propio

Una vez en el destino prefiere desplazarse a pie o en su vehículo

4H Tiempo máximo aceptado para llegar al destino



Más información:
(+57) 322 438 1386
@entrelosalpesylosandes
alpesandes.chicamocha@gmail.com



ESTUDIO DE MERCADO TURÍSTICO

GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES Y APRENDIZAJES



A MEJORAR

Según la opinión de los visitantes recolectada durante las entrevistas realizadas, las áreas de mejoramiento del Destino Chicamocha, son las siguientes:

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD



- Transportes complejos y con poca disponibilidad
- Vías en muy mal estado

ALOJAMIENTO TURÍSTICO



- Falta de oferta y disponibilidad
- Falta de atención y calidad en la prestación del servicio
- Falta de conciencia sobre el cuidado del medio ambiente

RESTAURANTES Y GASTRONOMÍA



- Falta de una oferta típica local
- Falta de diversificación e innovación (diferente del cabro y mute)
- Falta de calidad del servicio

GUÍAS TURÍSTICOS



- Falta de información sobre la oferta de guías turísticos
- Falta de capacitación de los guías (seguridad, contenido, idiomas...)

APRENDIZAJES

- **Mejorar los transportes y la accesibilidad del destino**
 - >> Invertir en la mejora de las vías
 - >> Desarrollar los transportes públicos entre las ciudades y los municipios del cañón
- **Desarrollar y mejorar la oferta de alojamientos turísticos**
 - >> Crear nuevos alojamientos donde no hay para que los visitantes se queden en los municipios y gasten más
 - >> Capacitar a los trabajadores de establecimientos en atención al cliente
- **Mejorar y diversificar la oferta gastronómica**
 - >> Ofrecer la gastronomía regional
 - >> Proponer más variedad de platos (no limitarse al cabro y el mute)
 - >> Siempre tener una opción con vegetariana
- **Dar más visibilidad a los guías y profesionalizarlos**
 - >> Tener espacios de visibilidad físicos y en línea para los guías (oficina de guías, página web...)
 - >> Capacitar a los guías (especialmente en senderismo) para mostrar su valor agregado

Diseñar productos turísticos para:

familias

>> accesibilidad, oferta para niños, tarifas especiales

urbanos

>> actividades de naturaleza, ambiente rural, gastronomía típica, experiencias con la comunidad y desconexión

nacionales

>> transportes públicos, precios accesibles, idioma castellano

Más información:
(+57) 322 438 1386
@entrelosalpesylosandes
alpesandes.chicamocha@gmail.com

