

# 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

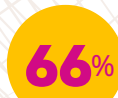
### PROCEDENCIA



Nacionales



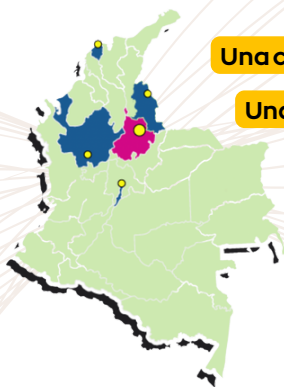
Extranjeros



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	■■■■■	■	■	■	■

### 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

### 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	■■■■■

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

