

**SONDEO DE OPINIÓN ACERCA DEL
COMPORTAMIENTO DEL TURISMO Y EL
COMERCIO DURANTE LA JORNADA DE LA
SEMANA SANTA EN EL MUNICIPIO DE SOGAMOSO
Y SUS ALREDEDORES (PRESTADORES DE
SERVICIOS TURÍSTICOS)**



Cámara de Comercio
de Sogamoso



DATA CONCEPTOS
la esencia de tus ideas



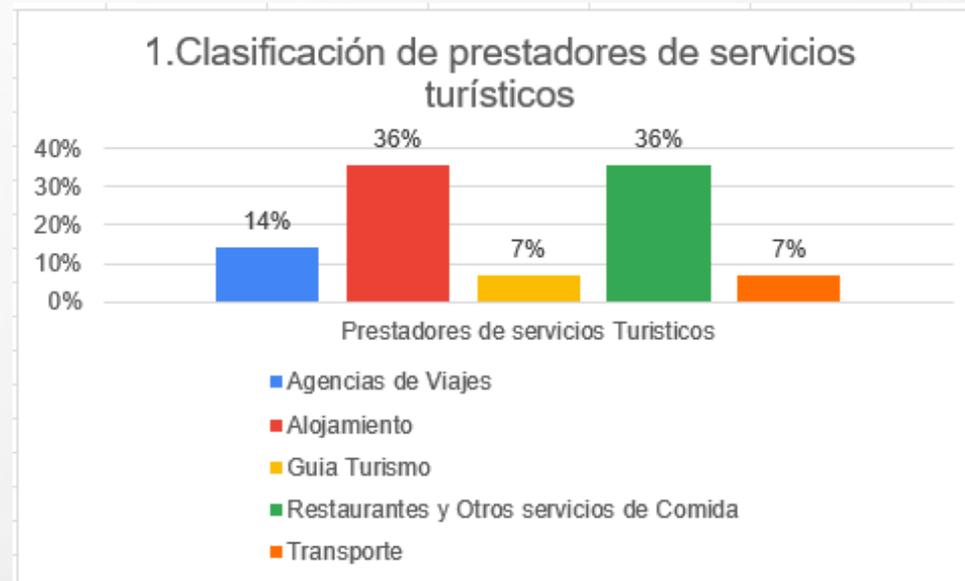
FICHA TÉCNICA

FICHA TECNICA SONDEO	
Nombre del Sondeo	Sondeo de opinión del comportamiento del turismo y el comercio durante la jornada de la semana santa en el municipio de sogamoso y sus alrededores (Prestadores de servicios Turísticos)
Nombre de la Firma Encuestadora	DataConceptos S.A.S
Nombre de la Empresa que Solicita el Estudio	Cámara de Comercio de Sogamoso
Fecha de la aplicación del sondeo	16 al 18 de abril 2022
Ámbito geográfico de estudio	Prestadores de servicios turísticos
Objetivo	Identificar comportamiento del turismo y el comercio durante la jornada de la semana santa en el municipio de sogamoso y la provincia del Sugamuxi
Población de objetivo	Mujeres y Hombres mayores de edad, comerciantes de la ciudad de Sogamoso y la jurisdicción de la entidad
Tamaño de la muestra	70 establecimientos de comercio según la base de datos brindada por la Cámara de Comercio de Sogamoso
Técnica utilizada para la selección de la muestra	Selección aleatoria a población de manera presencial y telefónica por la extensión de la población a encuestar, basándonos en la Base de datos proporcionada con anterioridad por parte de la Cámara de Comercio de Sogamoso
Fecha del reporte	19 de abril 2022
Numero de preguntas	ocho

1. CLASIFICACIÓN DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Previamente se definió que el sondeo se hiciera a 70 prestadores de servicios turísticos distribuidos así:

- 10 Agencias de Viaje
- 5 Guías de Turismo
- 25 alojamientos
- 25 restaurantes y otros servicios de comida
- 5 empresas de transporte terrestre



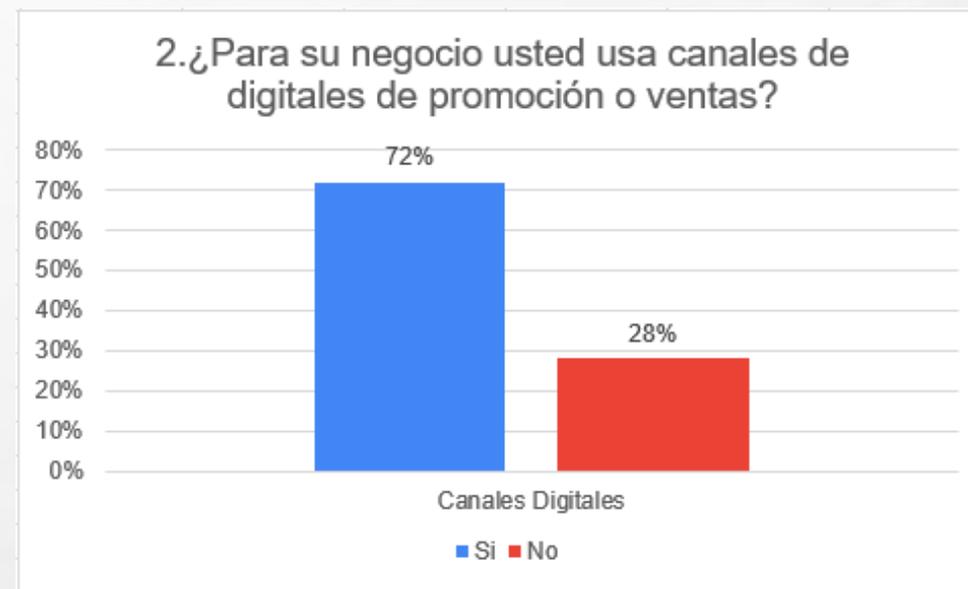
Cámara de Comercio
de Sogamoso

2. ¿PARA SU NEGOCIO USTED USA CANALES DE DIGITALES DE PROMOCIÓN O VENTAS?

En esta gráfica se puede observar que el 72% de la población usa canales digitales de promoción y ventas para su negocio.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, aunque la mayoría de establecimientos comerciales usan canales digitales de promoción y venta, hay una población de estos que está desactualizada de las tendencias del marketing digital y que no tienen mucho conocimiento ni habilidades para darle uso e implementación a estos. La pandemia generó una mayor demanda de las estrategias que deben implementar los comerciantes para llamar la atención de sus clientes y de esta manera generar ventas. Es importante generar los espacios de conocimiento y fortalecimiento ya sea para que los comerciantes implementen estos canales y para que entiendan su importancia o contraten a las personas que les puedan brindar estos servicios.



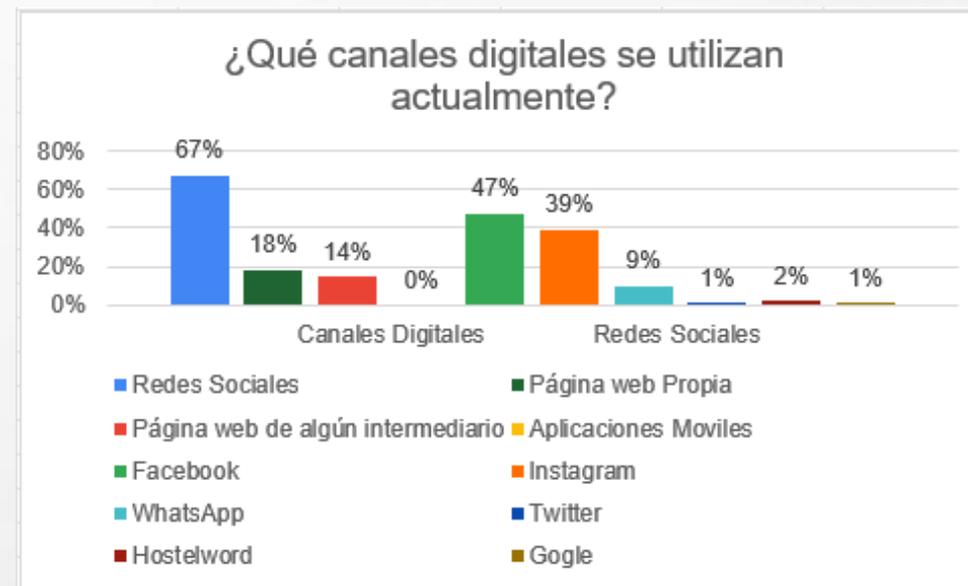
Cámara de Comercio
de Sogamoso

¿QUÉ CANALES DIGITALES SE UTILIZAN ACTUALMENTE?

En esta gráfica se puede observar que, el 67% de la población usa redes sociales para su negocio como canales digitales de promoción y ventas, 18% usa página web propia para su negocio, el 14% de la población usa página web de algún intermediario. Por otro lado, de los comerciantes que mencionaron redes sociales, estas son las que más usan: un 47% Facebook, 39% Instagram, 9% WhatsApp, 1% Twitter, 2% Hostelword y 1% Google.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, es muy importante que los comerciantes comiencen a aplicar las herramientas tecnológicas que se tienen a la mano, para que puedan mejorar sus ventas y generar mayor rentabilidad en sus negocios. Ellos necesitan adoptar las tendencias de mercadeo y ventas y en general, desarrollar procesos de digitalización.



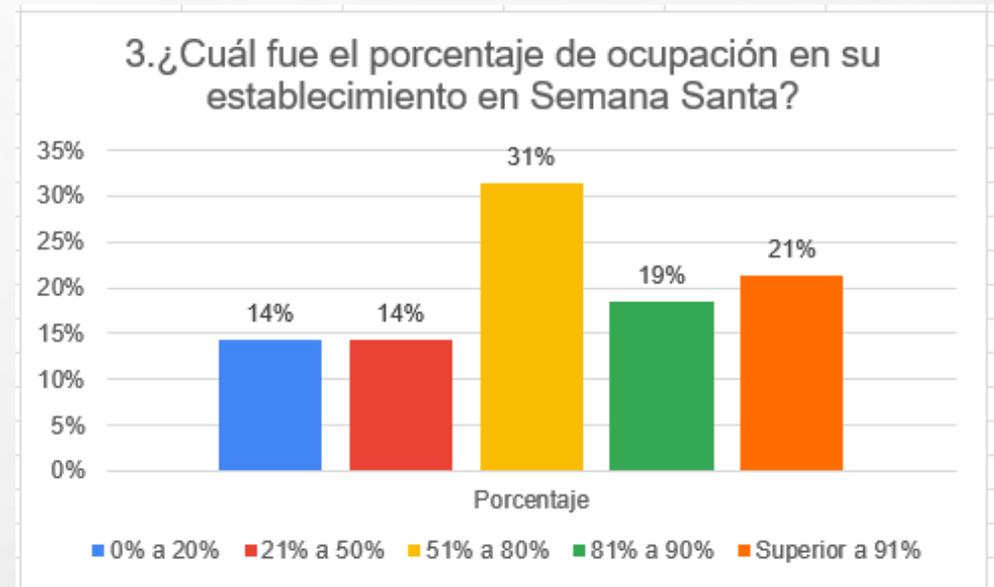
Cámara de Comercio
de Sogamoso

3.¿CUÁL FUE EL PORCENTAJE DE OCUPACIÓN EN SU ESTABLECIMIENTO EN SEMANA SANTA?

En esta grafica se puede observar que el 14% de la población tuvo un porcentaje de ocupación de 0% a 20%, el 14% se ubico en el rango de 21% a 50%, el 31% de la población tuvo un porcentaje de ocupación de 51% a 80%, mientras que el 19% de la población tuvo un porcentaje de ocupación de 81% a 90% y el 21% restante tuvo un porcentaje de ocupación superior a 91%.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, dependiendo de la actividad, los encuestados respondieron de diferentes maneras; en el caso de guías de turismo y agencias de turismo manifestaron que su porcentaje de ocupación era difícil de medir ya que ellos venden planes o actividades, pero que de igual forma no era muy alto su porcentaje de afluencia de público, mientras que, los hoteles y alojamientos, restaurantes y transporte mencionaron que su porcentaje de ocupación fue muy bueno ya que ellos si tenían como medir ese porcentaje y realmente tuvieron muchos turistas de visita.



Cámara de Comercio
de Sogamoso

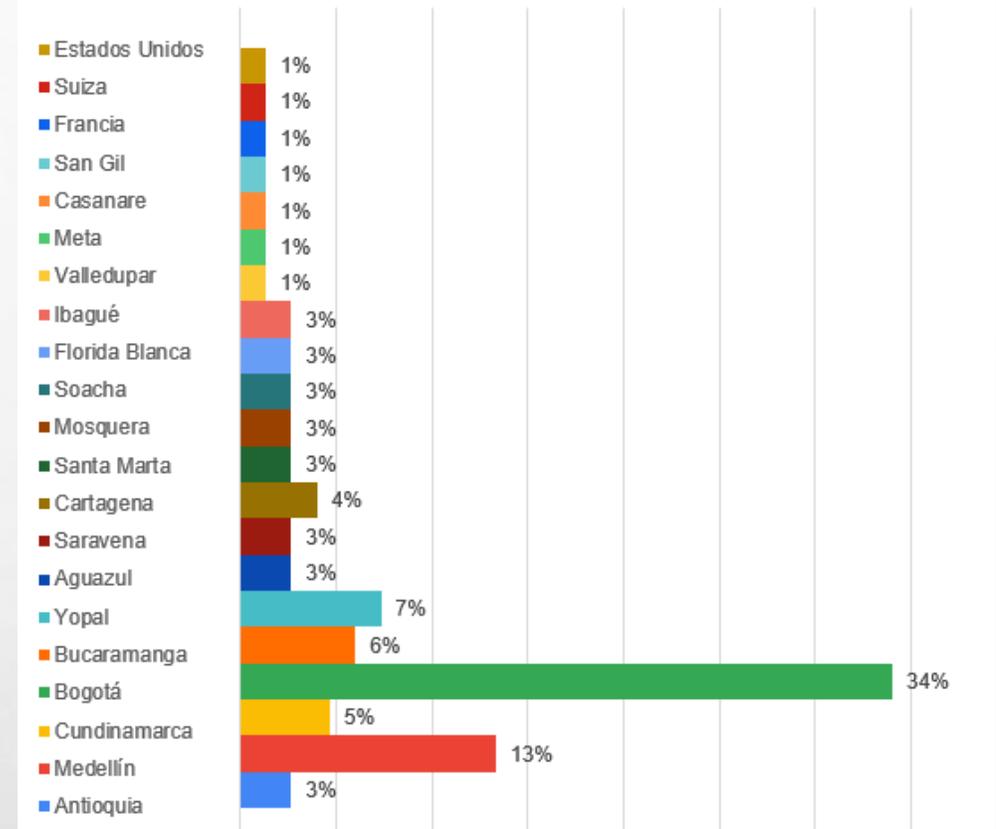
4.¿CUÁL ES LA PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS ATENDIDOS EN SU ESTABLECIMIENTO?

En esta grafica se puede observar que el 13% manifestó que la procedencia de sus turistas son de Medellín, el 5% manifestó que la procedencia de sus turistas son de Cundinamarca, el 34% manifestó que la procedencia de sus turistas son de Bogotá, el 6% manifestó que la procedencia de sus turistas son de Bucaramanga, el 7% manifestó que la procedencia de sus turistas son de Yopal, el 4% manifestó que la procedencia de sus turistas son de Cartagena, el 3% manifestó que la procedencia de sus turistas son de Antioquia, aguazul Saravena, Santa Marta, Mosquera, Soacha, florida blanca, Ibagué y el 1% manifestó que la procedencia de sus turistas son de Valledupar, Meta, Casanare, San Gil, Francia, Suiza y Estados Unidos.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, hubo muy buen movimiento de turistas, que la mayoría venían de Bogotá y que también contamos con turistas extranjeros lo cual es muy bueno para la economía de la región por otro lado, los prestadores de servicios turísticos manifestaron que aunque ya había movimiento turístico comparado con años anteriores el turista extranjero no tuvo mucha afluencia hacia sus establecimientos comerciales.

4.¿Cuál es la procedencia de los turistas atendidos en su establecimiento?



Cámara de Comercio
de Sogamoso

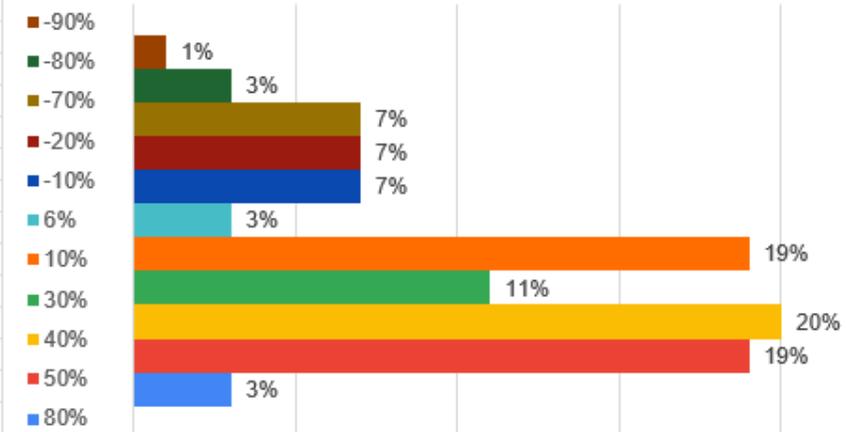
5. ¿EN QUÉ PORCENTAJE AUMENTARON O DISMINUYERON SUS VENTAS EN ESTA TEMPORADA RESPECTO DEL AÑO 2021?

En esta gráfica se puede observar que el 1% manifestó que el porcentaje de sus ventas disminuyó un 90%, el 3% manifestó que el porcentaje de sus ventas disminuyó un 80%, el 7% manifestó que el porcentaje de sus ventas disminuyó un 70%, 20% y 10%, mientras que el 3% manifestó que el porcentaje de sus ventas aumentaron un 6%, el 19% manifestó que el porcentaje de sus ventas aumentaron un 10%, el 11% manifestó que el porcentaje de sus ventas aumentaron un 30%, el 20% manifestó que el porcentaje de sus ventas aumentaron un 40%, el 19% manifestó que el porcentaje de sus ventas aumentaron un 50% y el 3% manifestó que el porcentaje de sus ventas aumentaron un 80%.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, los prestadores de servicios turísticos que respondieron que disminuyeron son los que hacen parte de la clasificación de guías de turismo y agencias de viajes ya que mencionan que no tuvieron los aforos esperados y las personas no iban a hacer turismo de aventura sino que al contrario era más turismo religioso, sin dejar de mencionar que el mayor atractivo turístico por el que preguntan los turistas en “playa blanca” y esta no se encuentra habilitada, entonces fue difícil vender planes y actividades turísticas ya que los programas televisivos a nivel nacional se encargaron de difundir que este lugar aún no iba a estar habilitado para esta temporada. sin embargo, también se puede apreciar que al resto de operadores turísticos les fue relativamente bien en sus ventas.

5. ¿En qué porcentaje aumentaron o disminuyeron sus ventas en esta temporada respecto del año 2021?



Cámara de Comercio
de Sogamoso

6. EN TÉRMINOS GENERALES, USTED CONSIDERA QUE EL TURISMO YA SE REACTIVÓ AL 100% COMPARADO CON 2019, AÑO ANTERIOR A LA PANDEMIA?

En esta grafica se puede observar que el 53% de la población menciona que aún no se recupera del todo, el 14% de la población menciona que incluso estuvo mejor que antes de pandemia y el 33% de la población menciona ya se alcanzó los niveles previos a pandemia.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, en términos generales los prestadores de servicios turísticos consideran que el turismo no se ha reactivado del todo ya que el aforo que ellos esperaban es sus establecimientos no cumplió con todas sus expectativas, comparando esta temporada a años previos, de los que consideran que si estuvo mejor que antes de la pandemia son algunos servicios de alojamiento y transporte ya que ellos tuvieron fluencia constante de clientes y finalmente los que respondieron que si que ya alcanzo los niveles previos a la pandemia son algunos restaurantes y algunos alojamientos que el jueves y el viernes tuvieron un buen movimiento en ventas.

6. En términos generales, usted considera que el turismo ya se reactivó al 100% comparado con 2019, año anterior a la pandemia?



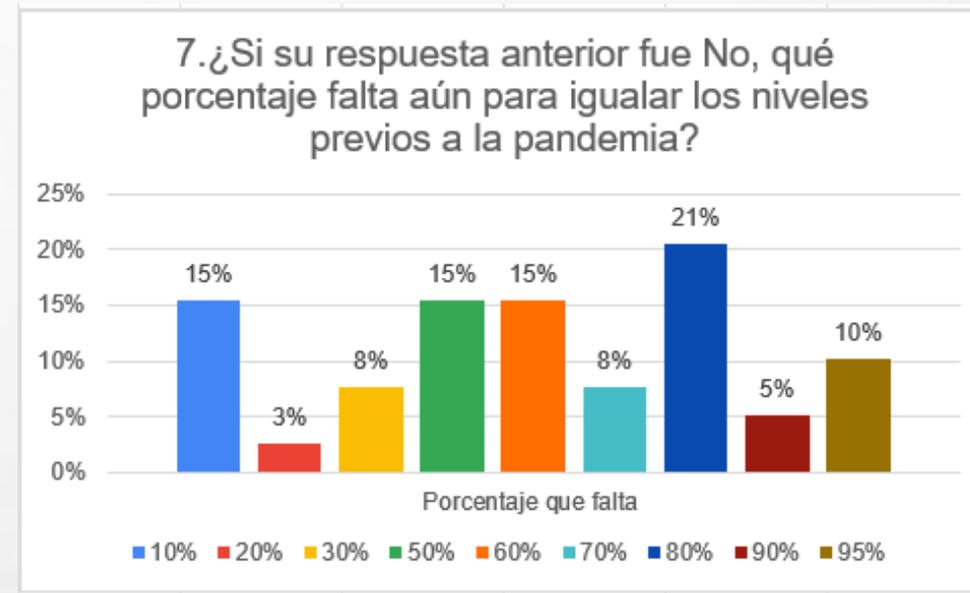
Cámara de Comercio
de Sogamoso

7. ¿SI SU RESPUESTA ANTERIOR FUE NO, QUÉ PORCENTAJE FALTA AÚN PARA IGUALAR LOS NIVELES PREVIOS A LA PANDEMIA?

En esta gráfica se puede observar que, el 15% de la población menciona que el porcentaje que hace falta para igualar los niveles previos a la pandemia es el 10%, el 3% menciona que el porcentaje que hace falta para igualar los niveles previos a la pandemia es el 20%, el 8% asegura que aún le falta un 30%, por su parte el 15% de la población menciona que el faltante llega a ser hasta del 50%, el 15% de la población menciona que el porcentaje que hace falta para igualar los niveles previos a la pandemia es el 60%, el 8% de la población menciona que el porcentaje que hace falta para igualar los niveles previos a la pandemia es el 70%, el 21% de la población menciona que el porcentaje que hace falta para igualar los niveles previos a la pandemia es el 80%, el 5% de la población menciona que el porcentaje que hace falta para igualar los niveles previos a la pandemia es el 90% y el 10% de la población menciona que el porcentaje que hace falta para igualar los niveles previos a la pandemia es el 95%.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, están muy variadas las opiniones de los encuestados que manifestaron que aún no se ha recuperado del todo el sector, y que falta mucho para alcanzar los niveles previos a la pandemia. En este sentido podemos identificar que algunos de los factores que más se resaltan, tienen que ver con que ellos no cuentan con las herramientas digitales de ventas, o que ya no tienen concentrado todo su empeño en el desarrollo de esta actividad económica por que tienen varios empleos, o el alza de los costos de los productos de la canasta familiar que no les permiten brindar precios competitivos.



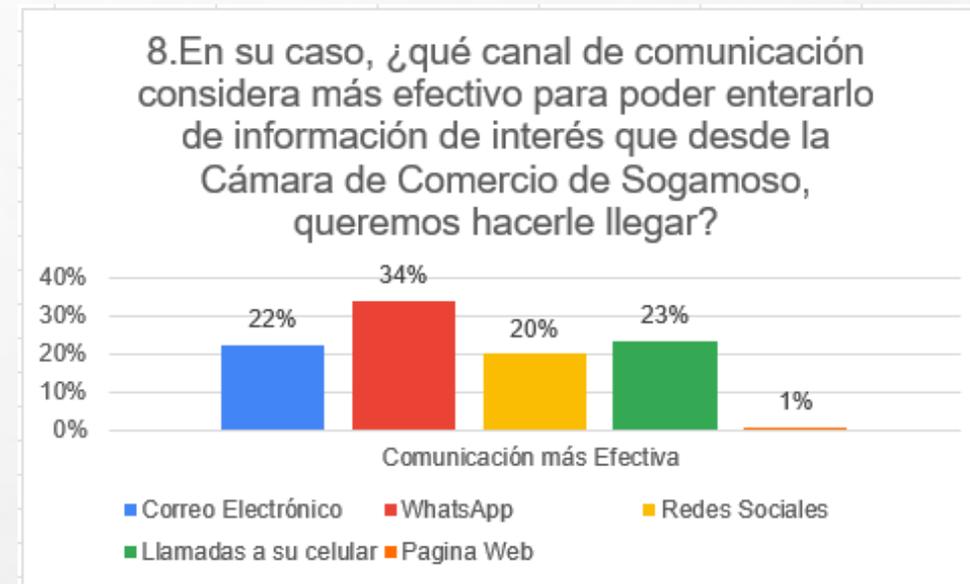
Cámara de Comercio
de Sogamoso

8. EN SU CASO, ¿QUÉ CANAL DE COMUNICACIÓN CONSIDERA MÁS EFECTIVO PARA PODER ENTERARLO DE INFORMACIÓN DE INTERÉS QUE DESDE LA CÁMARA DE COMERCIO DE SOGAMOSO, QUEREMOS HACERLE LLEGAR?

En esta gráfica se puede observar que el 22% de la población menciona que el canal más efectivo de comunicación es el correo electrónico, el 34% de la población menciona que el canal más efectivo de comunicación es el WhatsApp, el 20% de la población menciona que el canal más efectivo de comunicación es el redes sociales, el 23% de la población menciona que el canal más efectivo de comunicación es el llamada celular y el 1% de la población menciona que el canal más efectivo de comunicación es el página web.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, muchos de ellos manifestaron que no cuentan con mucho tiempo para revisar el correo electrónico por esa razón les parece más efectivo que los contacten por WhatsApp o por llamada telefónica, que de igual manera deben buscar más como hacerse visible la entidad en las redes sociales para que la información les aparezca de primera mano cada vez que ingresen a estas plataformas y por último muchos de ellos hicieron la sugerencia que es fundamental que replanteen los horarios de las capacitaciones ya que como son diferentes tipos de comerciantes el horario actual no aplica para todos.



Cámara de Comercio
de Sogamoso



Cámara de Comercio
de Sogamoso

SONDEO ELABORADO PARA LA CÁMARA DE COMERCIO DE SOGAMOSO

POR : DATA CONCEPTOS
la esencia de tus ideas



**SONDEO DE OPINIÓN ACERCA DEL
COMPORTAMIENTO DEL TURISMO Y EL
COMERCIO DURANTE LA JORNADA DE LA
SEMANA SANTA EN EL MUNICIPIO DE SOGAMOSO
Y SUS ALREDEDORES (TURISTAS)**



Cámara de Comercio
de Sogamoso



DATA CONCEPTOS
la esencia de tus ideas



FICHA TÉCNICA

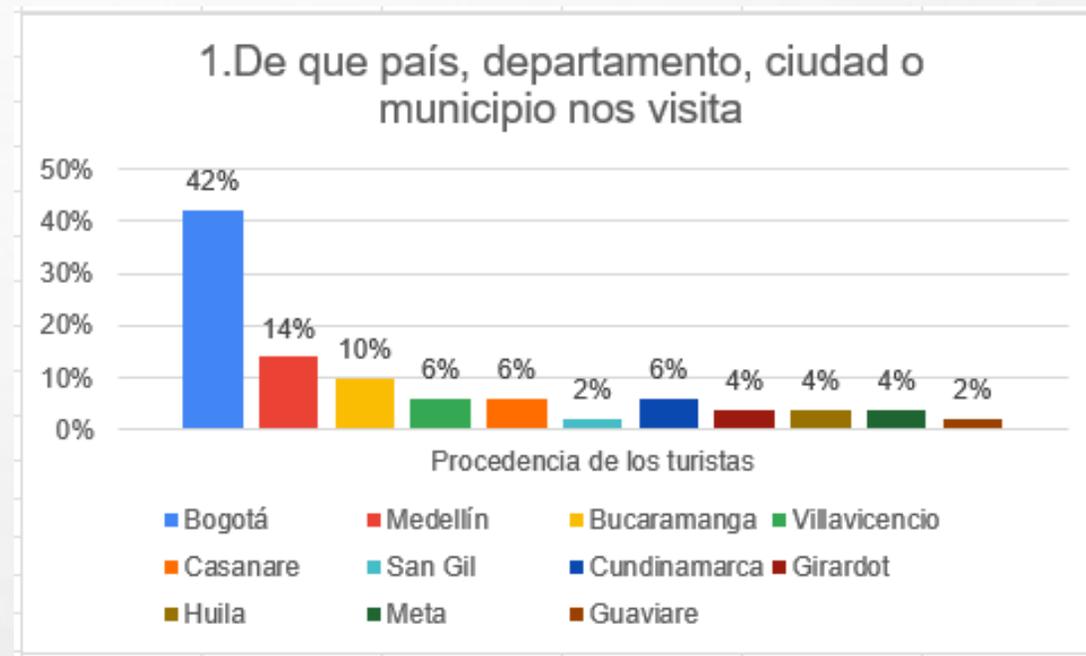
FICHA TECNICA SONDEO	
Nombre del Sondeo	Sondeo de opinión del comportamiento del turismo y el comercio durante la jornada de la semana santa en el municipio de sogamoso y sus alrededores (Turistas)
Nombre de la Firma Encuestadora	DataConceptos S.A.S
Nombre de la Empresa que Solicita el Estudio	Cámara de Comercio de Sogamoso
Fecha de la aplicación del sondeo	14 al 16 de abril 2022
Ámbito geográfico de estudio	Turistas
Objetivo	Identificar comportamiento del turismo y el comercio durante la jornada de la semana santa en el municipio de sogamoso y sus alrededores
Población de objetivo	Mujeres y Hombres mayores de edad, que vienen a hacer turismo en la ciudad de Sogamoso y la provincia del Sugamuxi
Tamaño de la muestra	50 hombres y mujeres mayores de edad
Técnica utilizada para la selección de la muestra	Selección aleatoria a población de manera presencial utilizando los protocolos de bioseguridad
Fecha del reporte	19 de abril 2022
Numero de preguntas	Diez

1.DE QUE PAÍS, DEPARTAMENTO, CIUDAD O MUNICIPIO NOS VISITA

En esta gráfica se puede observar que, el 42% de la población nos visita desde Bogotá, el 14% de la población nos visita desde Medellín, el 10% de la población nos visita desde Bucaramanga, el 6% de la población nos visita desde Villavicencio, Casanare y Cundinamarca, el 4% de la población nos visita desde Girardot, Huila y Meta y el 2% de la población nos visita desde San Gil y Guaviare.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, el turismo que visitó la región fue muy diverso; sin embargo, por cercanía, nuestro departamento es más atractivo para los turistas de la ciudad de Bogotá.



Cámara de Comercio
de Sogamoso

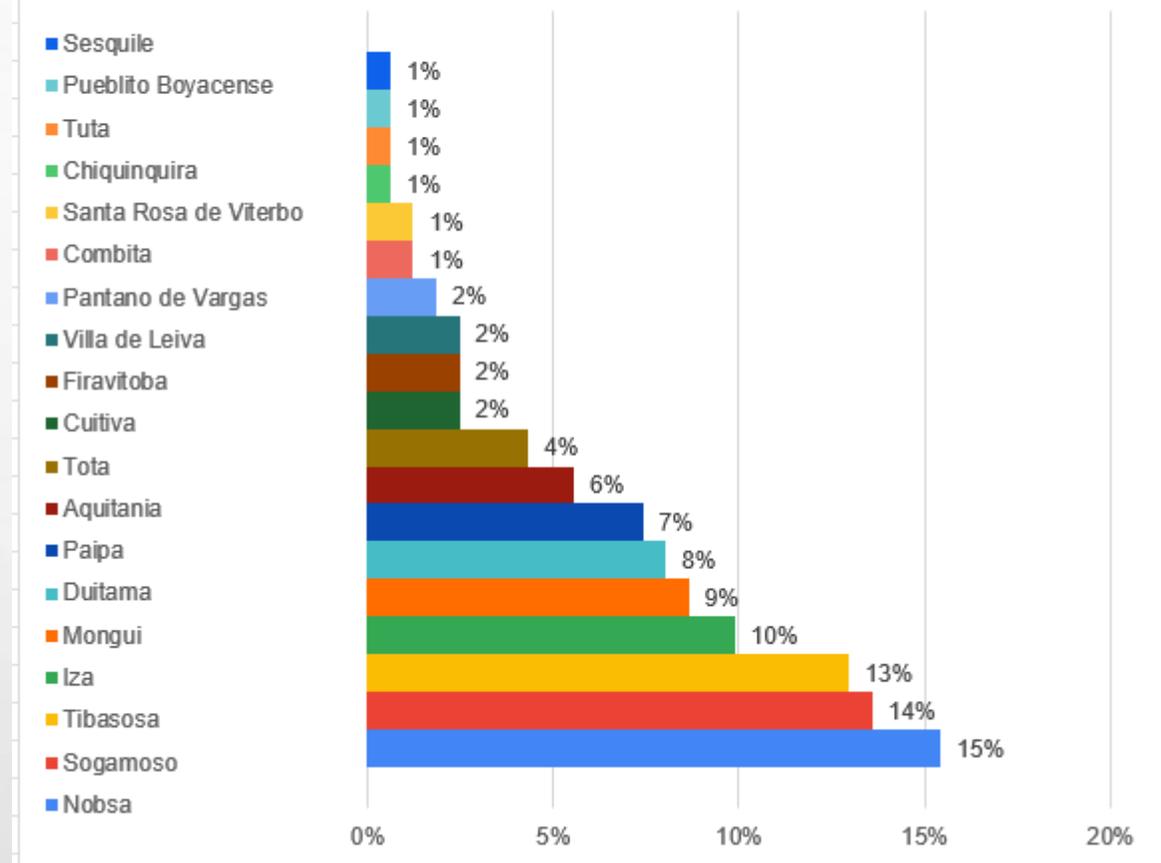
2. ¿A QUÉ MUNICIPIO O MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE SUGAMUXI, SE DIRIGE A HACER TURISMO?

En esta gráfica se puede observar que, el 15% de la población se dirige a hacer turismo a Nobsa, el 14% de la población se dirige a hacer turismo a Sogamoso, el 13% de la población se dirige a hacer turismo a Tibasosa, el 10% de la población se dirige a hacer turismo a Iza, el 9% de la población se dirige a hacer turismo a Monguí, el 8% de la población se dirige a hacer turismo a Duitama, el 7% de la población se dirige a hacer turismo a Paipa, el 6% de la población se dirige a hacer turismo a Aquitania, el 4% de la población se dirige a hacer turismo a Tota, el 2% de la población se dirige a hacer turismo a Cuitiva, Firavitoba, Villa de Leiva, y Pantano de Vargas y el 1% de la población se dirige a hacer turismo a Combita, Santa Rosa de Viterbo, Chiquinquirá, Tuta, Pueblito Boyacense y Sesquilé.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, cuando le preguntamos a los turistas sobre la provincia del Sugamuxi muchos de ellos no saben cuales municipios hacen parte de esta, y por esta razón mencionan los municipios que visitaron de Boyacá alrededor de todo el transcurso de su viaje, por otro lado mencionaron la importancia de que exista un punto de información turística en cada pueblo, para que sea la manera de tener información de primera mano y conocer la provincia.

2. ¿A que municipio o municipios de la Provincia de Sugamuxi, se dirige a hacer turismo?



Cámara de Comercio
de Sogamoso

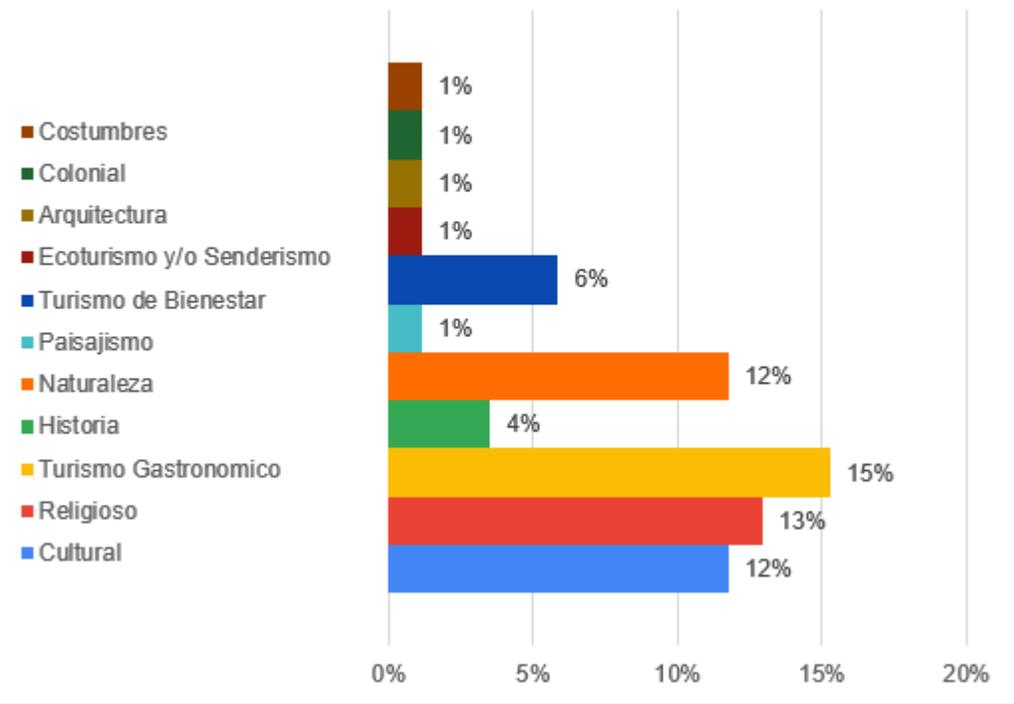
3.¿QUÉ TIPO DE EXPERIENCIA EN TURISMO ES DE SU INTERÉS PARA VIVIR EN LA PROVINCIA DE SUGAMUXI?

En esta gráfica se puede observar que el 12% de la población acostumbra a hacer turismo cultural, el 13% acostumbra a hacer turismo religioso, el 15% acostumbra a hacer turismo gastronómico, el 4% acostumbra a hacer turismo de historia, el 12% acostumbra a hacer turismo naturaleza, el 6% acostumbra a hacer turismo de bienestar y el 1% de la población acostumbra a hacer turismo de Paisajismo, ecoturismo y/o senderismo, turismo de arquitectura, turismo colonial y turismo de costumbres.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, cuando se trata de actividades a realizar, la población que normalmente viaja en Semana Santa prefiere un turismo más tranquilo, como es el caso del turismo de bienestar, cultural, religioso y gastronómico, ya que la mayoría de los turistas para la temporada de Semana Santa acostumbran a viajar en familia.

3.¿Qué tipo de experiencia en turismo es de su interés para vivir en la provincia de Sugamuxi?



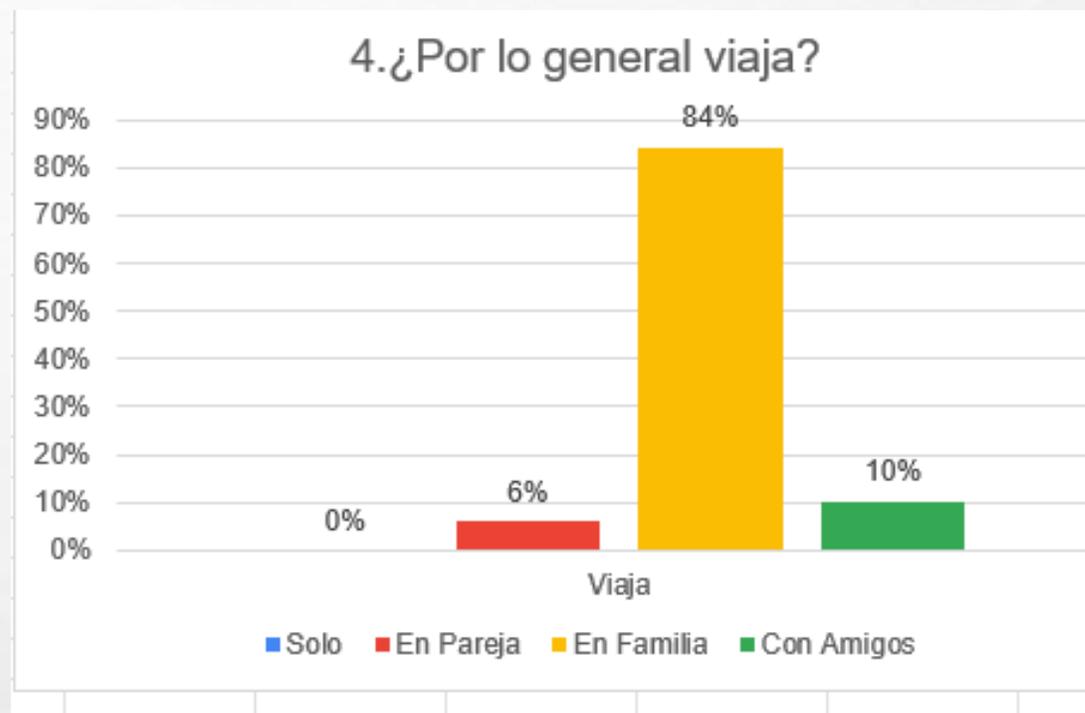
Cámara de Comercio
de Sogamoso

4.¿POR LO GENERAL VIAJA?

En esta gráfica se puede observar que, el 6% de la población acostumbra a viajar en pareja, el 84% de la población acostumbra a viajar en familia, y el 10% de la población acostumbra a viajar con amigos.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, cuando se trata de salir a vacacionar en la Semana Santa, la mayor parte de la población realiza turismo en familia, ya que esta temporada se presta para generar esos espacios. Dentro de la investigación, algunos de los turistas encuestados manifestaron que en épocas distintas a la Semana Santa, prefieren salir con los amigos a vacacionar.



Cámara de Comercio
de Sogamoso

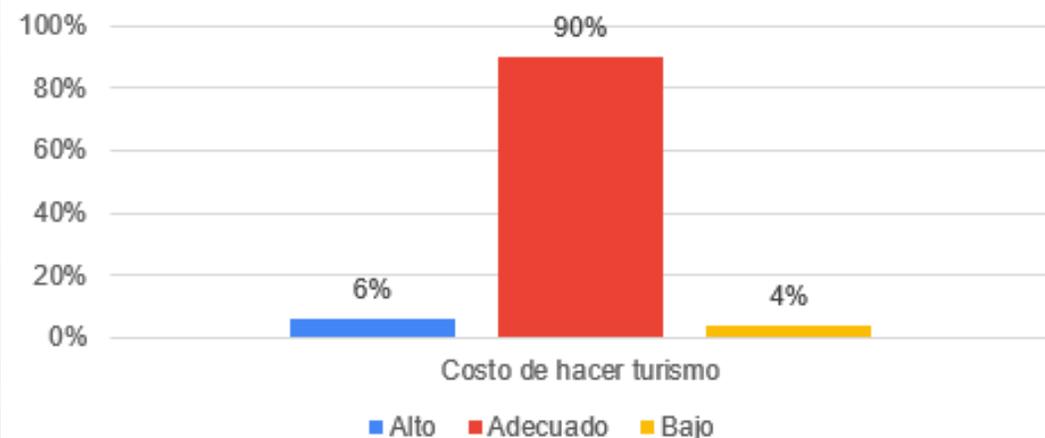
5. PARA USTED, HACER TURISMO EN BOYACÁ EN TÉRMINOS DEL COSTO EN COMPARACIÓN DE OTRAS REGIONES DEL PAÍS ES:

En esta gráfica se puede observar que, el 6% de la población manifiesta que el costo de turismo es Alto, el 90% manifiesta que el costo de turismo es Adecuado, y el 4% de la población manifiesta que el costo de turismo es Bajo.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, cuando se trata de hacer turismo en Boyacá la mayoría opinó que es el departamento con los precios más adecuados en todo el país, pero salió a relucir algunos comentarios como: algunos comerciantes se aprovechan de nuestra calidad de turista o de la temporada para generar un cobro exagerado.

5. Para usted, hacer turismo en Boyacá en términos del costo en comparación de otras regiones del país es:



Cámara de Comercio
de Sogamoso

6. CÓMO PERCIBE EL SERVICIO EN LOS LUGARES QUE VISITÓ

En esta gráfica se puede observar que, el 12% de la población manifestó que Supero sus Expectativas, el 86% de que Cumplió con sus Expectativas, y el 2% de la población manifestó que No cumplió con sus expectativas.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir que, el carisma de los locales, el excelente servicio al cliente y la cordialidad fueron algunas de las características que más resaltaron al momento de evaluar el servicio recibido. Estas son las razones que hacen que a los turistas les guste conocer nuestro departamento y quieran volver.



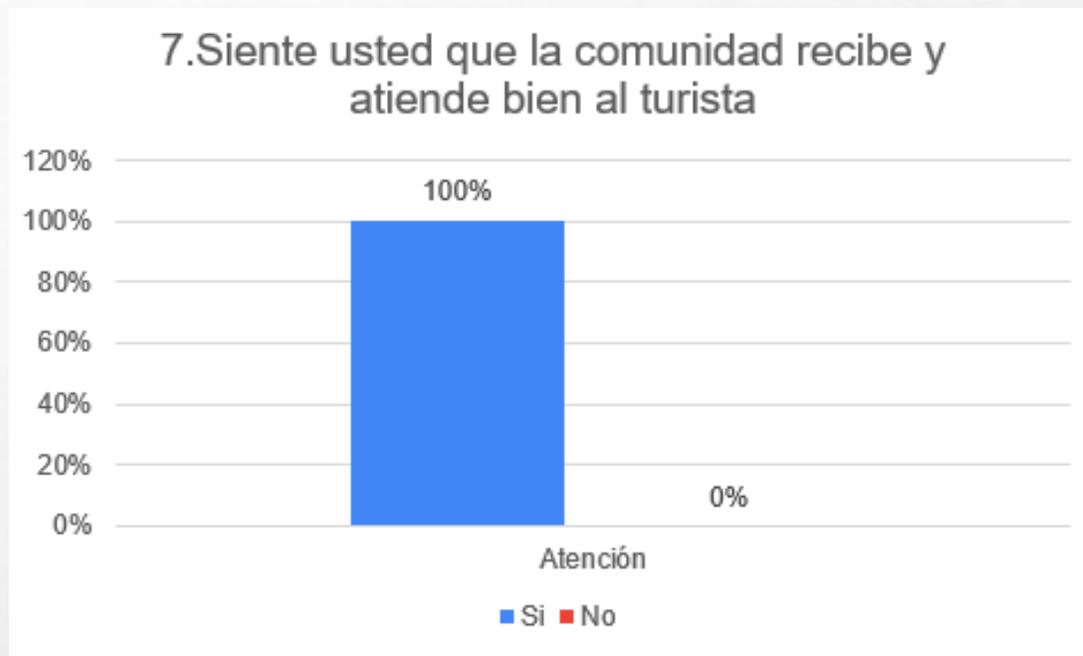
Cámara de Comercio
de Sogamoso

7.SIENTE USTED QUE LA COMUNIDAD RECIBE Y ATIENDE BIEN AL TURISTA

En esta grafica se pude observar que el 100% de la población considera que los locales atienden muy bien a los turistas, y el 0% de la población considera que los locales no atienden muy bien a los turistas.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir, que los turistas se sienten bien recibidos y atendidos a nivel general en Boyacá y esto hace que quieran recomendar o volver a visitar este departamento.



Cámara de Comercio
de Sogamoso

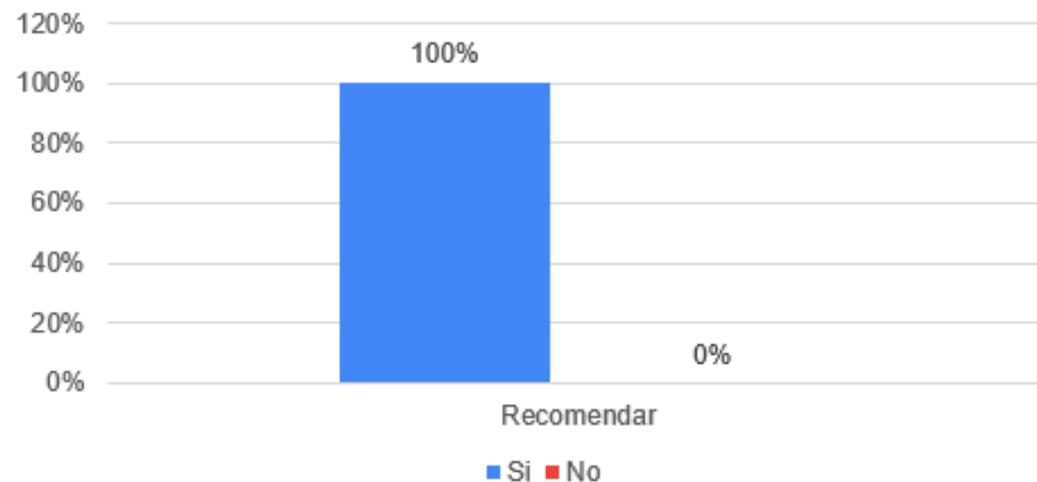
8. RECOMENDARÍA A FAMILIARES Y/O AMIGOS VENIR A ESTA REGIÓN DE BOYACÁ?

En esta grafica se puede observar que el 100% de la población considera recomendar visitar Boyacá a sus familiares y amigos, y el 0% de la población considera recomendar visitar Boyacá a sus familiares y amigos.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir, la hermosura de los paisajes, el carisma de los locales y las artesanías son las razones que hacen que los turistas quieran invitar a sus familiares y amigos a visitar el departamento de Boyacá.

8.Recomendaría a familiares y/o amigos venir a esta región de Boyacá?



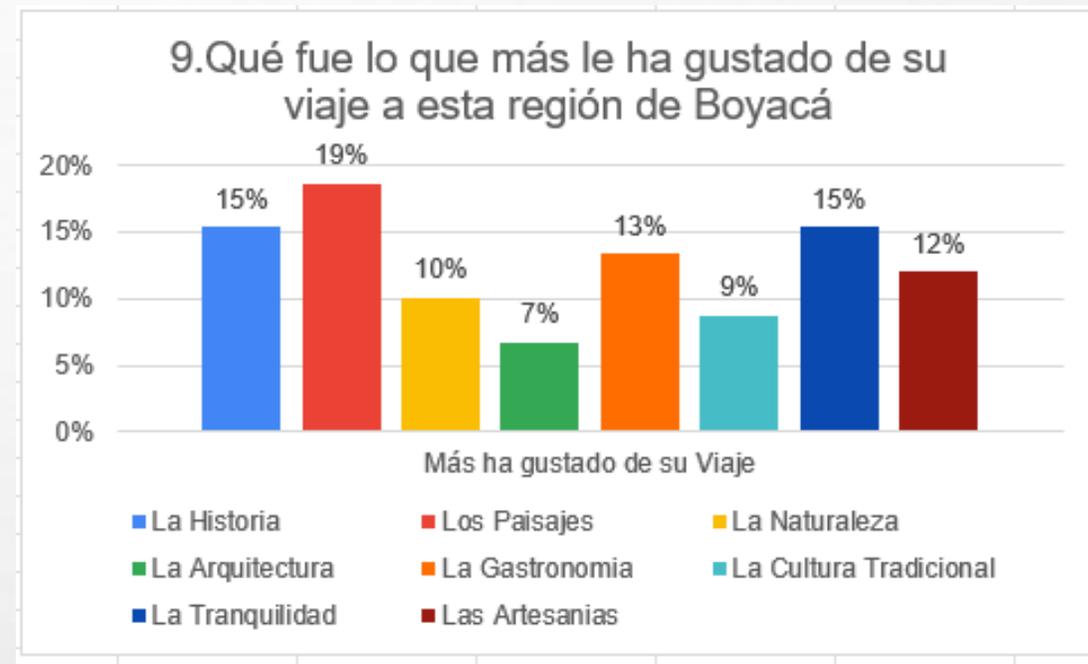
Cámara de Comercio
de Sogamoso

9. QUÉ FUE LO QUE MÁS LE HA GUSTADO DE SU VIAJE A ESTA REGIÓN DE BOYACÁ

En esta grafica se pude observar que el 15% de la población menciona que su mayor gusto en la región de Boyacá es la historia, el 19% de la población menciona que su mayor gusto en la región de Boyacá es los paisajes, el 10% de la población menciona que su mayor gusto en la región de Boyacá es la naturaleza, el 17% de la población menciona que su mayor gusto en la región de Boyacá es arquitectura de sus pueblos, el 13% de la población menciona que su mayor gusto en la región de Boyacá es la gastronomía, el 9% de la población menciona que su mayor gusto en la región de Boyacá es la cultura tradicional, el 15% de la población menciona que su mayor gusto en la región de Boyacá es la tranquilidad y el 12% de la población menciona que su mayor gusto en la región de Boyacá es las artesanías.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir, que muchos de los turistas mencionaron que si ellos tuvieran los recursos se llevaban todas nuestras artesanías, otros resaltaron tanto la tranquilidad que están considerando en comprar terrenos en nuestra región para trasladarse a descansar y a los que les gusta la gastronomía mencionaron que nuestra cultura es muy rica en recursos y hace que la cocina sea tan deliciosa.



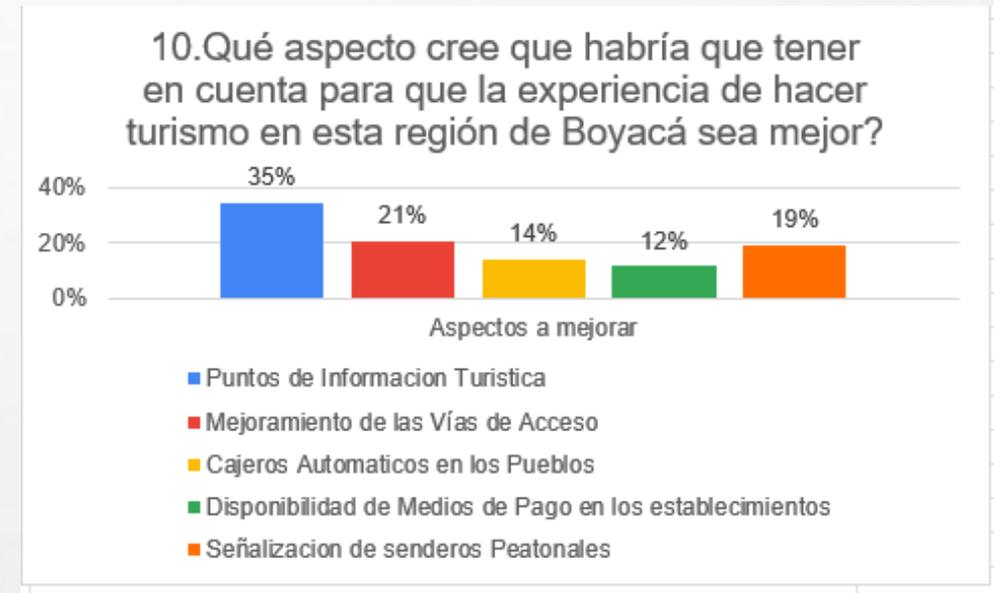
Cámara de Comercio
de Sogamoso

10. QUÉ ASPECTO CREE QUE HABRÍA QUE TENER EN CUENTA PARA QUE LA EXPERIENCIA DE HACER TURISMO EN ESTA REGIÓN DE BOYACÁ SEA MEJOR?

En esta grafica se puede observar que el 35% de la población menciona que hay que tener en cuenta la implementación de puntos de información turística, el 21% de la población menciona que hay que tener en cuenta el mejoramiento de las vías de acceso a los pueblos, el 14% de la población menciona que hay que tener en cuenta la implementación de más cajeros automáticos, el 12% de la población menciona que hay que tener en cuenta la implementación de medios de pago en los establecimientos y el 19% de la población menciona que hay que tener en cuenta la señalización de los senderos peatonales.

Análisis:

De esta pregunta podemos concluir, que de todo lo mencionado por los turistas estos fueron los criterios que más salieron a relucir, los turistas consideran que si se mejoran estos aspectos el turismo puede incrementar, por otro lado también mencionaron que es importante que los prestadores de servicios turísticos tengan presentes actividades nocturnas durante las temporadas de vacaciones, ya que identificaron que en algunos lugares no hay actividades para hacer cuando cae la tarde y comienza la noche y están acostumbrados a la alegría en estos horarios en otras regiones.



Cámara de Comercio
de Sogamoso



Cámara de Comercio
de Sogamoso

SONDEO ELABORADO PARA LA CÁMARA DE COMERCIO DE SOGAMOSO

POR : DATA CONCEPTOS
la esencia de tus ideas

