

ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO DE COPACABANA (ANTIOQUIA) COMO FUNDAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN SECTORIAL MUNICIPAL

**SERGIO ENRIQUE GARCÍA GUTIÉRREZ
JOHANNA PAOLA SÁNCHEZ SANTIAGO
EDWIN FABIÁN ZAMORA RODRÍGUEZ**



**Tutor:
Jeffer Darío Buitrago Betancourt**

2014



INTRODUCCIÓN

Formulación del problema

Resultados

El mercado turístico en Copacabana

Justificación

Metodología

Estrategias e ideas para la consolidación de posibles productos turísticos

Objetivos

Marco referencial

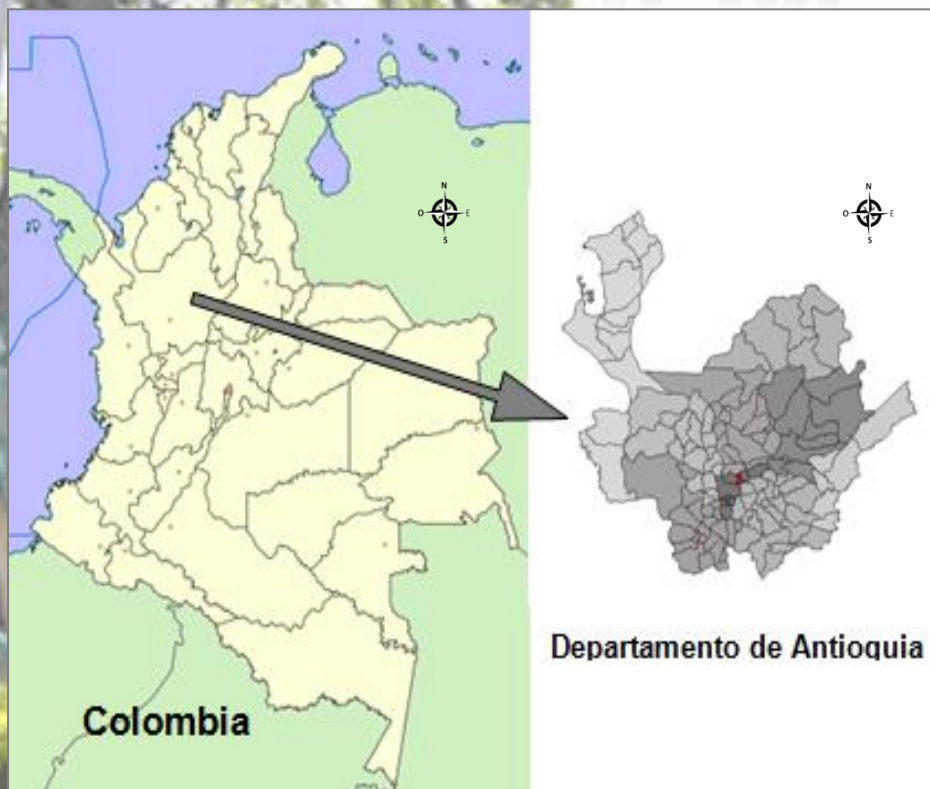
Conclusiones

Marco legal

Marco conceptual

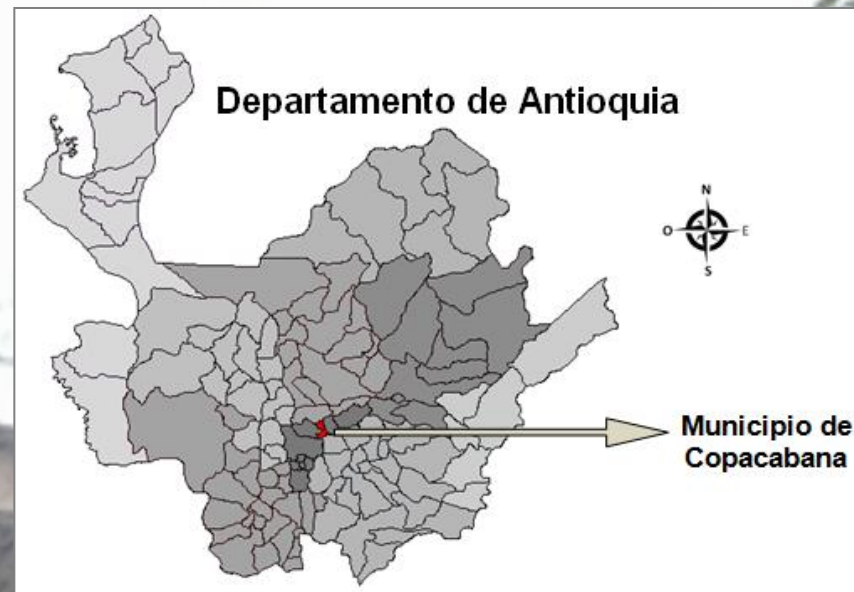
Recomendaciones

UBICACIÓN



Fuente: Propia [Sin escala]

Extensión 70 Km² = 83% rural y 17% urbano
Región del Valle de Aburrá
Distancia aproximada de Medellín: 15 km



Fuente: Propia [Sin escala]



Fuente: Alcaldía de Copacabana, modificado

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

- ✓ **Plan de Desarrollo Municipal: “*Copacabana es tuyo y mío: 2012-2015*”**



Fuente: Propia

¿Cómo reconocer la situación de la oferta y demanda turística del municipio de Copacabana para determinar el potencial del turismo que contribuya a generar una adecuada planificación y proyección del sector turístico del mismo?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio del mercado turístico en el municipio de Copacabana, donde se caracterice e identifique la oferta, demanda y potencialidad turística del municipio para la planificación y proyección del sector en un mediano plazo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Caracterizar oferta y demanda turística en Copacabana (Antioquia), a través de la recolección de información enfocada a cada una de las variables del estudio.

- Evaluar la pertinencia de incorporar el estudio del mercado turístico en el Plan de Desarrollo Turístico del municipio de Copacabana.

- Identificar potencialidades de los recursos turísticos del municipio a partir de observación, análisis de campo y de percepción de la población local.

- Determinar a partir de los resultados obtenidos estrategias e ideas de desarrollo turístico.

JUSTIFICACIÓN

- Estudio base para la formulación del Plan de Desarrollo Turístico de Copacabana
- Planteamiento de una línea de investigación en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
- Representación a nivel regional y nacional de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca por medio de los investigadores

MARCO REFERENCIAL

**Marco
Contextual**

**Marco
Conceptual**

**Marco
Teórico**

**Marco
Legal**



Libertad y Orden

**Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo**
República de Colombia



QualityTime
Customer-centric Marketing

ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO LOCAL:

Es el acercamiento y análisis para la objetivación de la funcionalidad del mercado turístico de un municipio, a través de la caracterización y entendimiento de las relaciones dinámicas de oferta, demanda y percepción local acerca del turismo, siendo esta última el principal eje de desarrollo de dicho territorio.

Formulación

- Identificación del problema - revisión de bibliografía.
- Definición de objetivos, diseño metodológico.
- Diseño de instrumentos de recolección de información.

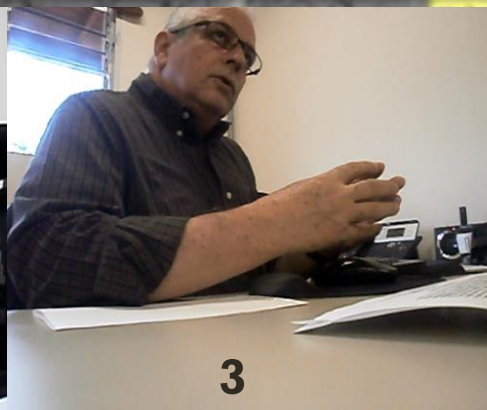
Ejecución

- Vinculación con la alcaldía municipal.
- Realización de trabajo de campo.

6 acercamientos
08 – 10 – 12 2013
01 – 03 – 04 2014

Análisis y presentación

- Clasificación y análisis de resultados obtenidos.
- Redacción final del documento escrito.
- Entrega final y sustentación del trabajo de investigación.



DISEÑO METODOLÓGICO

PROPIO

TIPO

Exploratorio
- descriptivo

ENFOQUE

Mixto

Curcio
Carmen,
Cárdenas
Fabio, Ascanio
Alfredo,
Alegre
Joaquín

TÉCNICAS

375
encuestas

Fichas
resumen
inventario de
atractivos

Observación
directa

13
Entrevistas
a
prestadores
de servicios
turísticos

MÉTODOS

Holístico y
prospectivo

Barrera,
Marco y
Hurtado de
Barrera

IN SITU

MUESTRA

- **MUESTRA NO PROBABILÍSTICA POR CONVENIENCIA**



**Cliente potencial (30)
Demanda (30)**

- **MUESTREO ALEATORIO SIMPLE (M.A.S)**



**Población local
(315= 0.46%)
67.549 Habitantes**

CARACTERÍSTICA	PROPORCIÓN	Porcentaje de la totalidad de la población	Total número de personas
GÉNERO	Hombres	51%	160
	Mujeres	49%	155
ÁREA	Rural	21%	67
	Urbano	79%	248
RANGO DE EDAD	Adolescentes 15 – 26años	44,65%	138
	Adultos	56,7%	177

RESULTADOS

Sector urbano y rural

PREGUNTA	RESPUESTA <u>252</u> <u>ENCUESTADOS</u>	RESPUESTA <u>63</u> ENCUESTADOS
Lugares que frecuenta	<ul style="list-style-type: none">• Nuestra Señora de la Asunción y Santuario de la Santa Cruz• Parque principal• Ninguna, Sendero Ecológico y Quebrada Piedras Blancas• Ninguno y Kiosco Municipal	<ul style="list-style-type: none">• Nuestra Señora de la Asunción• Parque principal• Ninguna quebrada• Ningún lugar de interés cultural
Actividades que realiza	Caminatas	
En compañía de	Familia y amigos	
Aspecto destacado	Fiestas de la Naranja y practicas deportivas	
Diferencia turística	Tranquilidad y recursos turísticos	Amabilidad de la gente, clima y los recursos turísticos
Alternativas o nuevas ideas para incrementar el turismo	Construcción de infraestructura (hoteles), promoción y publicidad del municipio, consolidación de un parque recreativo mas próximo al casco urbano	

Demanda- cliente real

PREGUNTA	RESPUESTA 30 ENCUESTADOS
Veces que ha visitado el municipio	Más de 5 veces y de 2 a 5 veces
Lugares de residencia	Medellín y Bello
Lugares que frecuenta	<ul style="list-style-type: none">• Iglesia Nuestra Señora de la Asunción• Parque principal
Motivo principal de viaje	Familiar y laboral
Temporadas	Semanalmente, fines de semana y vacaciones diciembre
Actividades que realiza	Senderismo (caminatas)
Evaluación de servicios (Atractivos, transporte, vías de acceso, seguridad)	En un estado optimo
Gasto promedio	Individual \$30.000 Grupal \$ 600.000 I + G \$650.000
Alternativas y nuevas ideas	Promoción y publicidad, realización de fiestas y eventos.

Cliente potencial

PREGUNTA	RESPUESTA	<u>30 ENCUESTADOS</u>
Lugares de residencia	<ul style="list-style-type: none">• Itagüí• Rionegro• Barrios de Medellín	
FILTRO: ¿Ha visitado Copacabana?	Si = 14	NO = 16
Lugares que frecuenta	Parque principal	
Visita por motivos turísticos	No	
Lugares representativos que ha visitado	Ninguno y parque principal – centros deportivos	
Veces que ha visitado el municipio	Más de 5 veces	
Frecuencia mensual	1 vez al mes	
Gasto promedio	<ul style="list-style-type: none">• Individual \$20.000• Grupal \$ 53.000• I + G \$75.000	
Otros municipios que visita	Barbosa y Bello	
Sabia acerca del reconocimiento nacional para la practica del rugby	33% si	

IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA



Patrimonio material



Patrimonio inmaterial



Sitios naturales

Nombre
Código de clasificación
Municipio
Ubicación
Característica
Foto

Planta Física

Hotel Brazil

Fincas de Alquiler (23)

Restaurantes y Bares (19)

Servicios Complementarios

Sistema Bancario (4)

Servicios de Transporte Diversos

Cabinas Telefónicas e internet

Medios de Transporte

Transporte municipal e intermunicipal

Taxis

Transporte Interveredal

Infraestructura Básica

Servicios Públicos

Acueducto, Alcantarillado

Energía, Telefonía y Aseo

ESTRATEGIA E IDEAS

TURISMO EXPERIENCIAL : RUGBY

PRECIO:

Individual:

mínimo \$25.000
máximo \$80.000

Grupal: mínimo
\$50.000, máximo
\$200.000

PRODUCTO: Alianza
con la Federación
Nacional de Rugby

Con operadores
turísticos de
Medellín.

PROMOCIÓN:
Debe Resaltar su
bajo costo
Enfocada en
personas de los 15
a 26 años.

PLAZA: Valle de
Aburrá,
Antioquia, y
nacional

Nicho específico:
Personas de 15 a 25
años.

Centro de
demostración
para el público.
Circuito turístico
alternativo a la
actividad



ANÁLISIS DE RESULTADOS

Modelador de Estudios 5.35 - [\Estudio 43195733.mo]

Estudio Utilidades Ayuda

ROTATOR
Academia Basica

Abrir Guardar Compilar Revisar Refrescar Auto-respaldos

Rural, Versión: 23

Pasos → 1. Preguntas 2. Flujo de la entrevista 3. Cuestionario 4. Variables 5. Calidad 6. Tips avanzados para validar **Diseñar cuestionario**

Paso 1. Preguntas

↓ Actividades

1 Diseñar cuestionario

2 Preparar proceso del Estudio

3 Gerenciar carga de datos

4 Clasificar y unificar Textos

5 Formular y preparar datos (Opcional)

6 Documentar y organizar

7 Analizar resultados

Preguntas

Crear nueva pregunta

Editar pregunta

Eliminar

Buscar pregunta

Refrescar

Numerado automatico

Escriba sus preguntas haciendo clic en la opción "Crear Pregunta". Para ver más

Bloquear paso clic con el botón

Orden	Código	Texto de la pregunta	Palabra clave	Tipo de dato	V
<input type="checkbox"/> 1	P1	Por favor, indique si reside en un barrio o vereda por favor ...	Vereda	Selección múltiple	S
<input checked="" type="checkbox"/> 2 ...	P3	Frecuencia de visitas a lugares de interes turistico
<input type="checkbox"/> 3	P3.1	Frecuencia de visita a iglesias	Iglesias	Ordenamiento de opcio...	S
<input type="checkbox"/> 4	P3.2	Frecuencia de visita a parques	Parques	Ordenamiento de opcio...	S
<input type="checkbox"/> 5	P3.3	Frecuencia de visita a quebradas	Quebradas	Ordenamiento de opcio...	S
<input type="checkbox"/> 6	P3.4	Frecuencia de visita a lugares de interes cultural	Cultural	Ordenamiento de opcio...	S
<input type="checkbox"/> 7	P4	¿Cuáles de las siguientes actividades turísticas realiza?	Actividades	Selección múltiple	S
<input type="checkbox"/> 8	P7	Cuál de los siguientes aspectos turísticos es el que menos l...	Aspectos menos	Selección múltiple	S
<input type="checkbox"/> 9	P8	¿Qué diferencia turísticamente a Copacabana de los munic...	Diferencia	Texto de opinión simple	S
<input type="radio"/> 10	P17	Genero	Genero	Selección simple	S
<input type="radio"/> 11	P18	Edad	Edad	Selección simple	S
<input type="radio"/> 12	P19	Profesión u ocupacion	Ocupacion	Selección simple	S

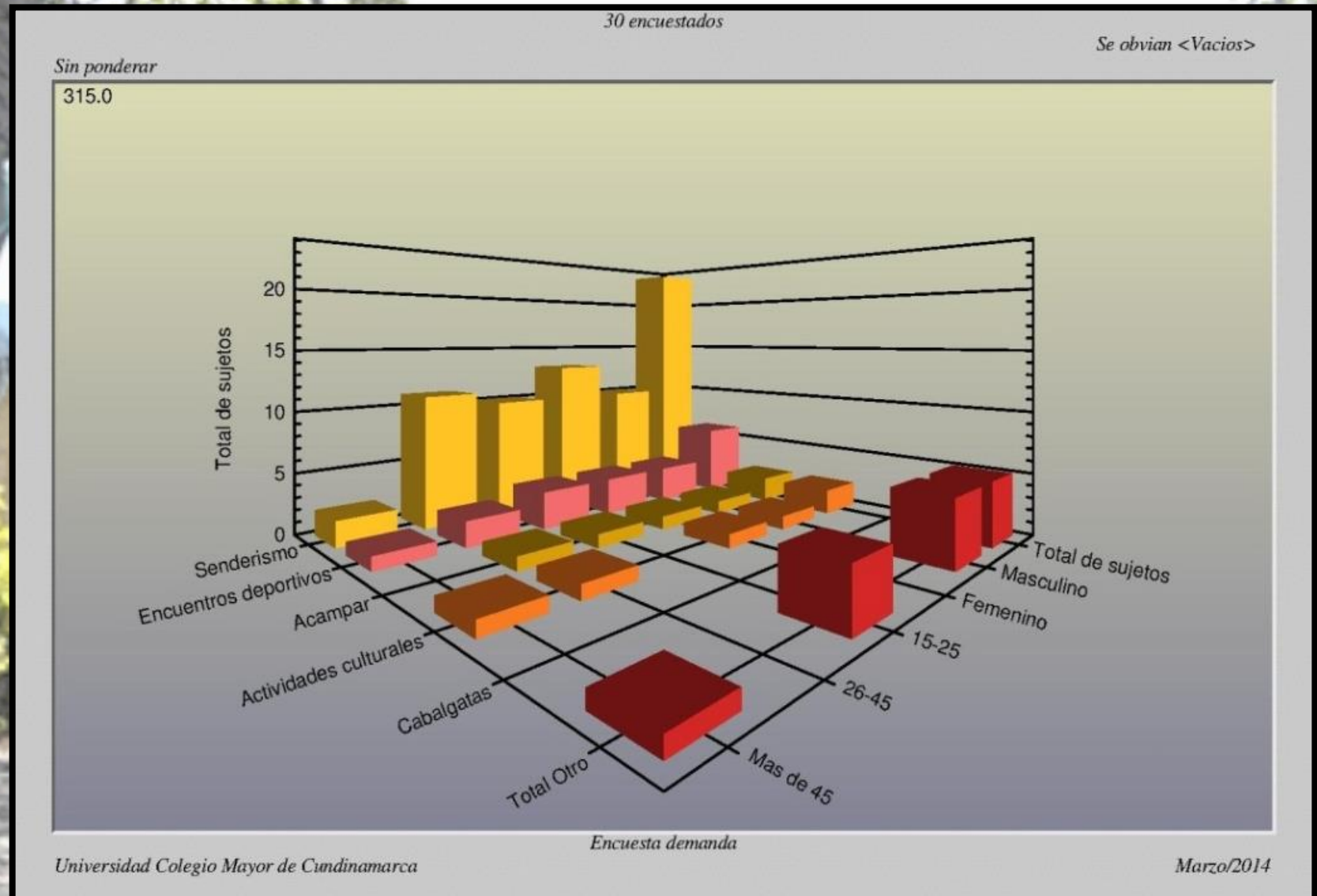
Número de preguntas= 12

[Usuario: paosan_15] [Estudio | Mostrar escritorio

SOFTWARE ESTADISTICO : ROTATOR SURVEY - VENEZUELA

DEMANDA

Actividades (Selección múltiple sin orden) por género y edad



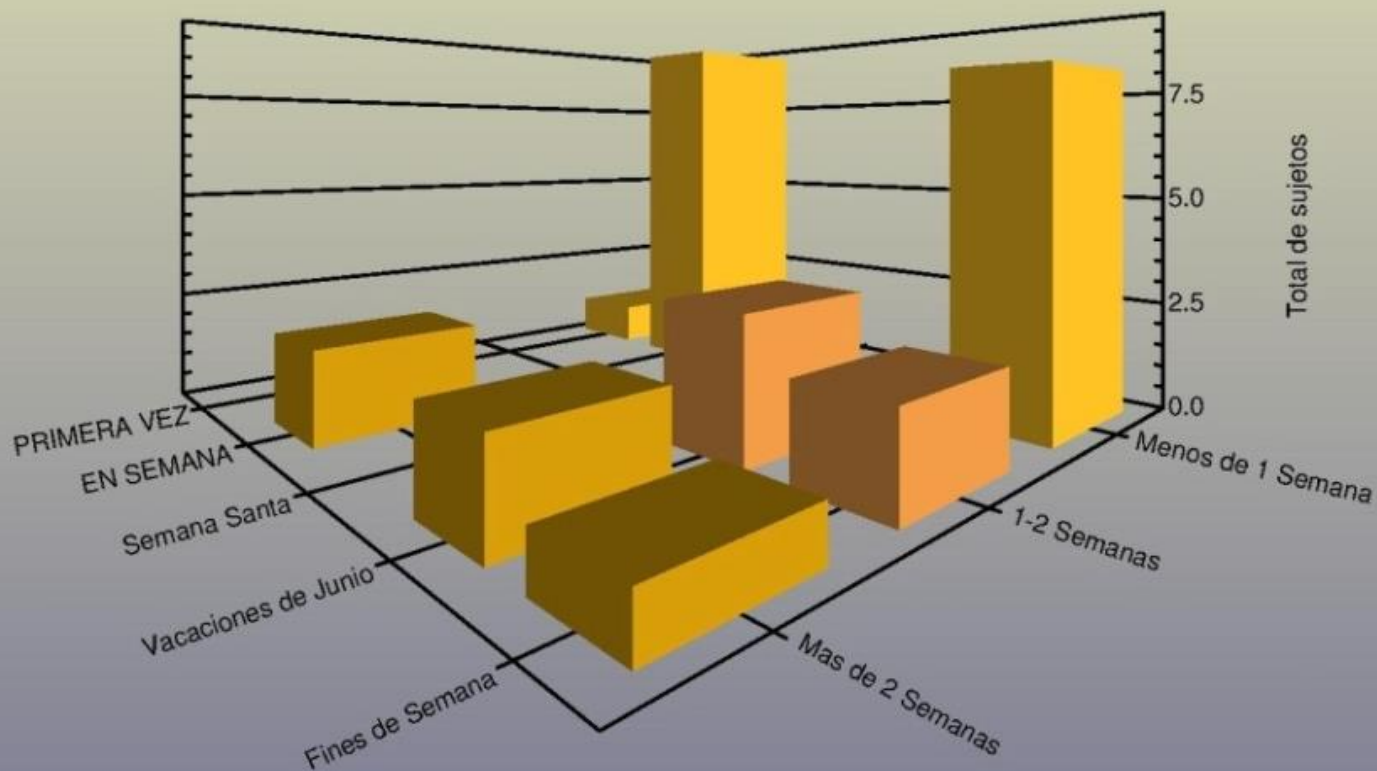
En qué temporada y cuánto tiempo permanece en el municipio

30 encuestados

Se obvian <Vacios>

Sin ponderar

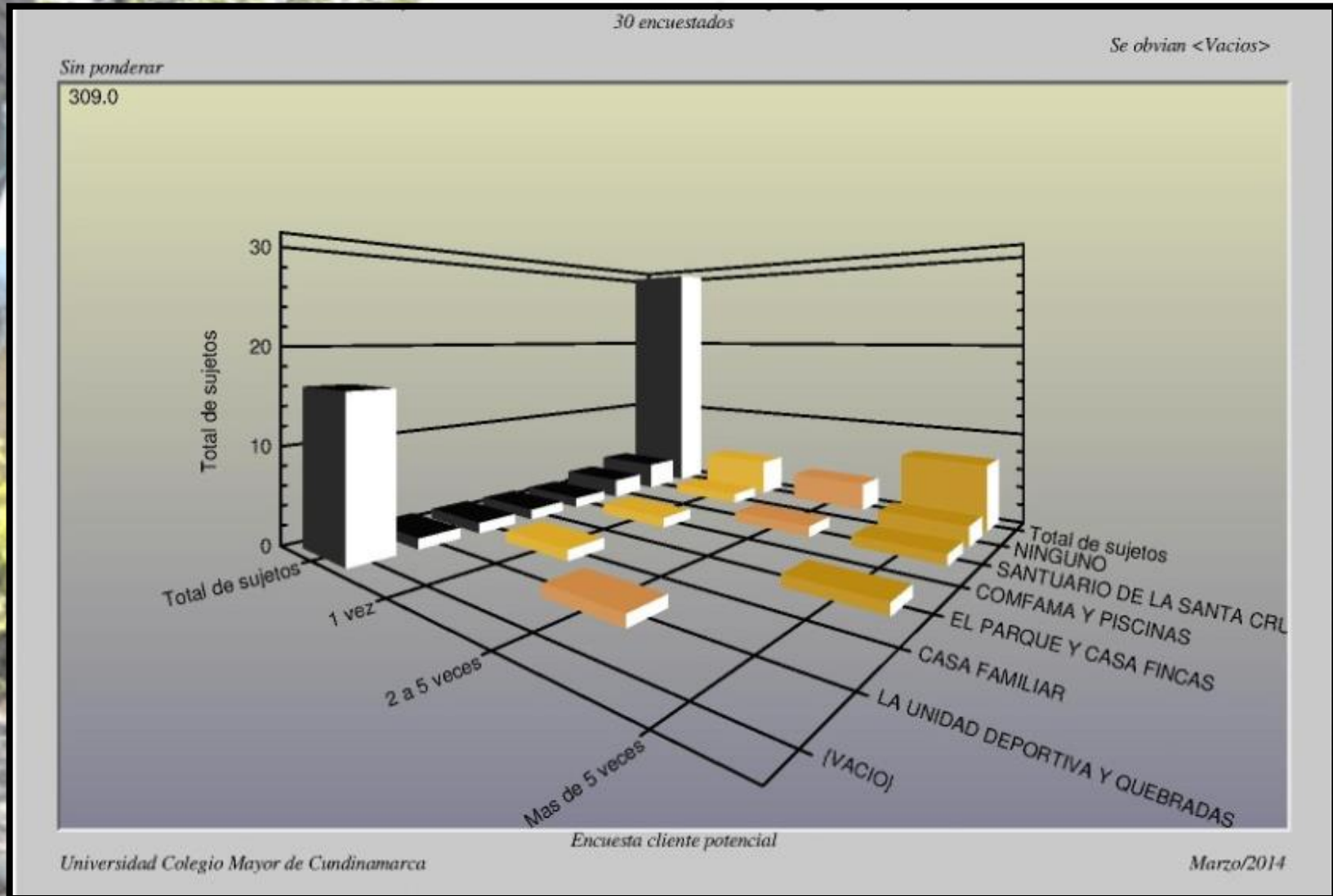
48.0



Encuesta demanda

CLIENTE POTENCIAL

Veces que ha visitado el municipio y lugares que conoce

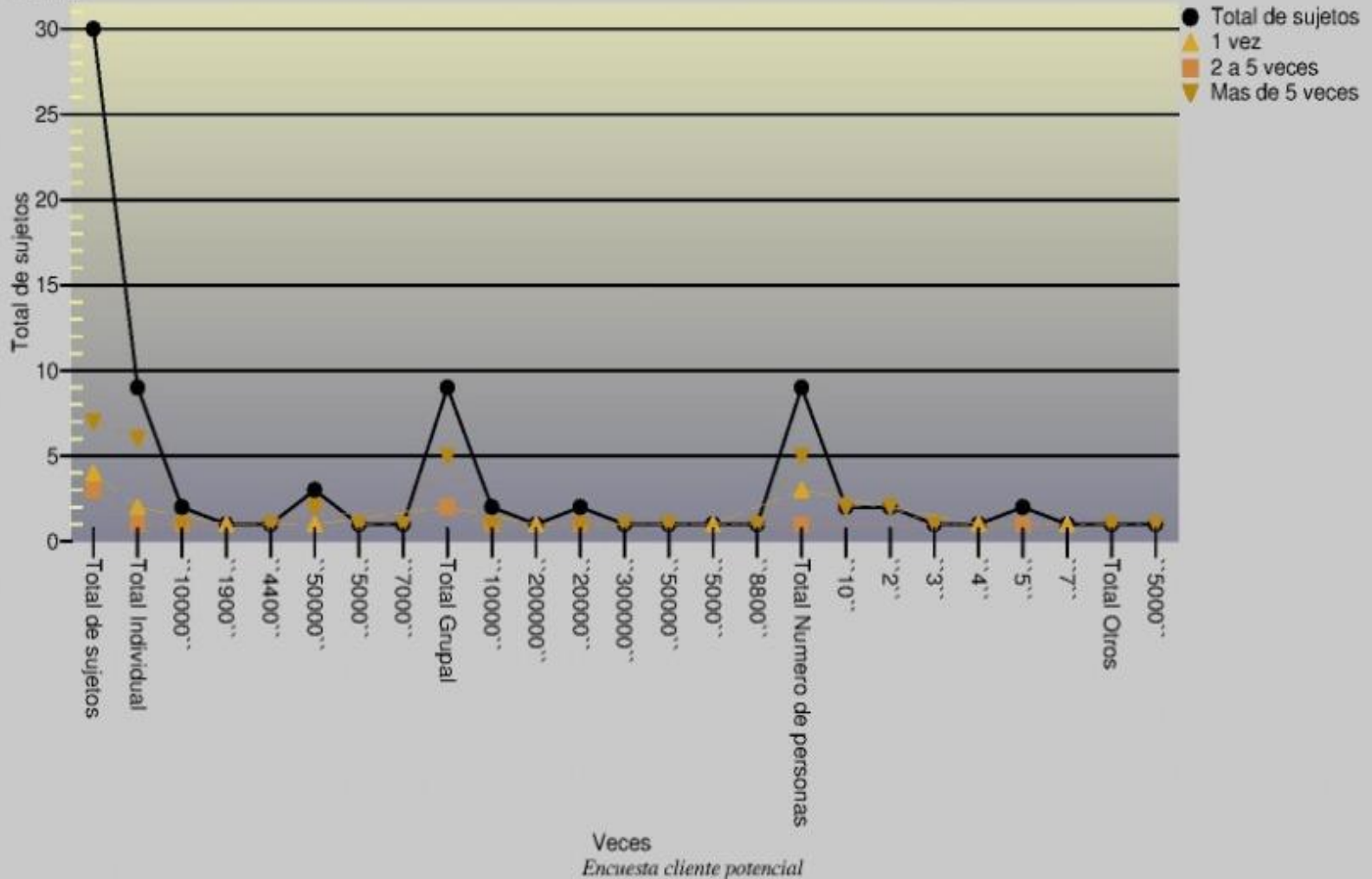


Gasto promedio y veces que ha visitado el municipio

30 encuestados

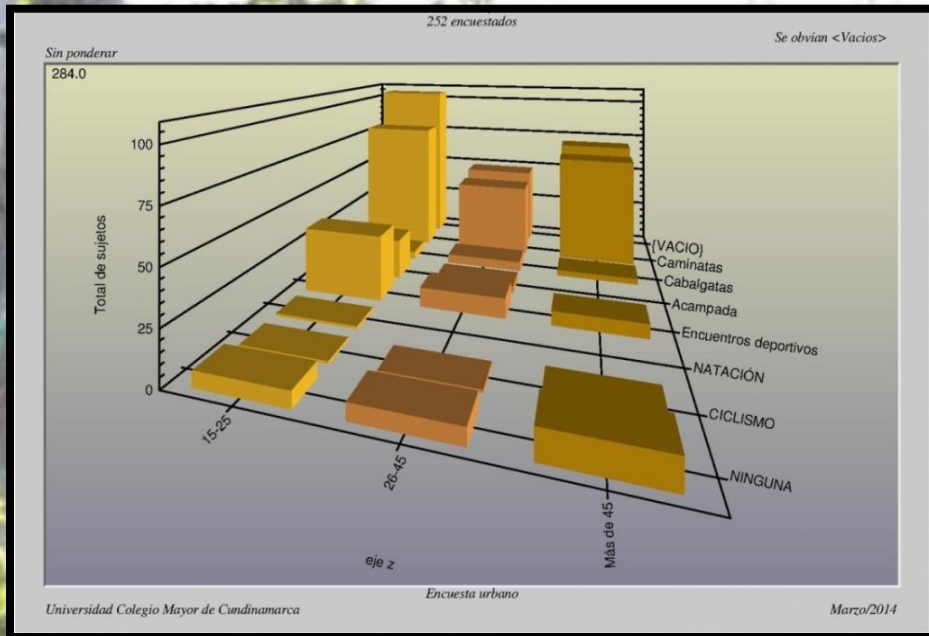
Se omiten <Valores>

Sin ponderar

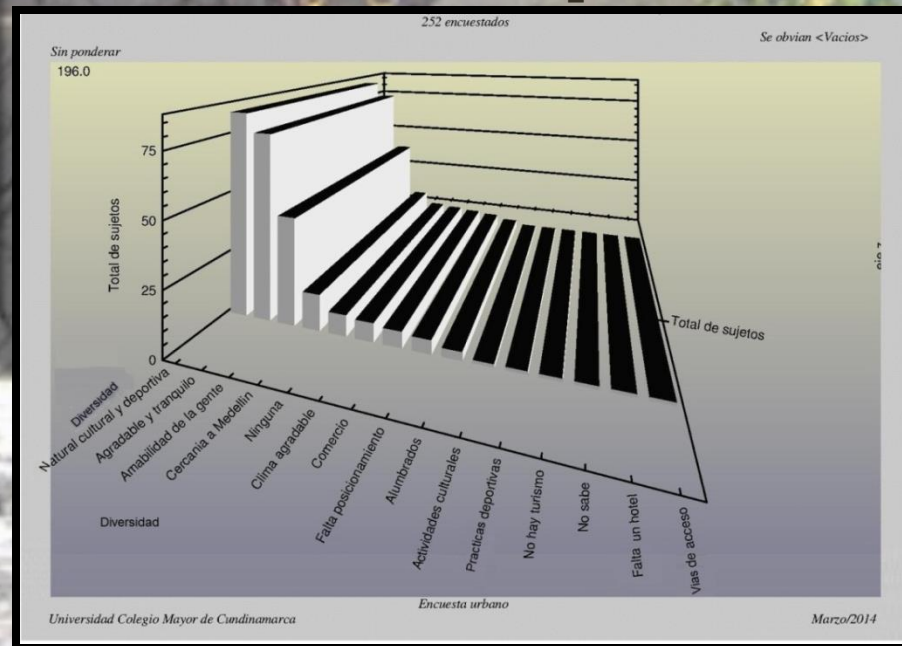


PERCEPCIÓN LOCAL SECTOR URBANO

Actividades por edad

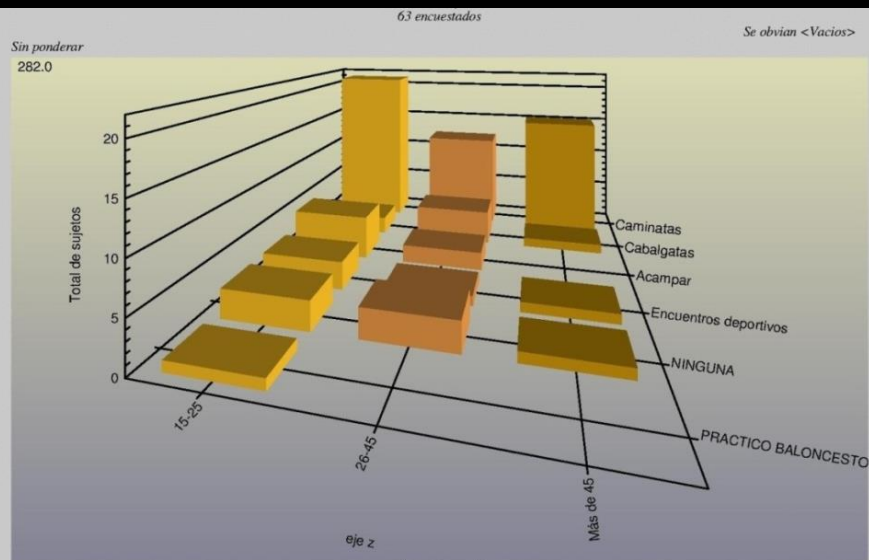


Diferencia de Copacabana respecto a otros municipios

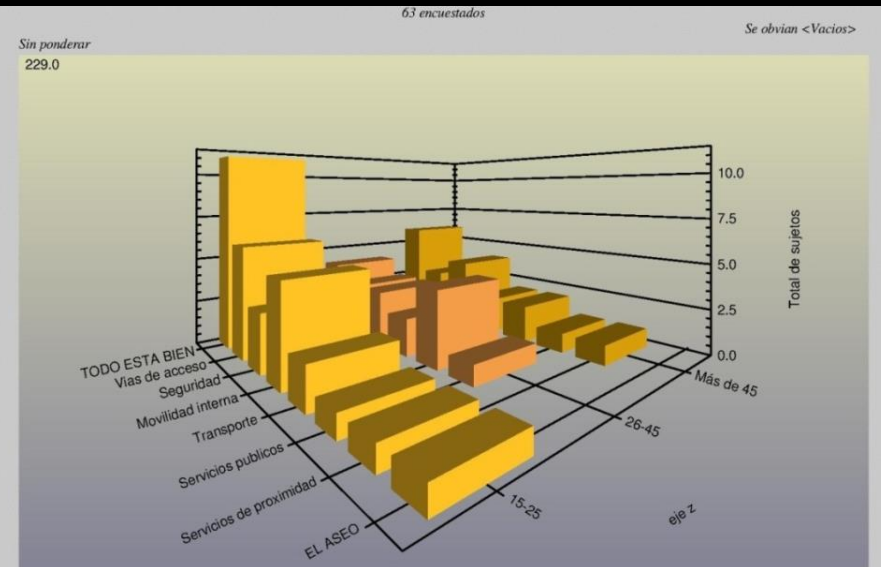


PERCEPCIÓN LOCAL SECTOR RURAL

Actividades por edad



Aspectos que menos le agradan



CONCLUSIONES

La estructura metodológica aplicada en la investigación, sirve como guía para desarrollar estudios del mercado turístico en diversos municipios que cuenten con similares características a las de Copacabana

OFERTA:

- ✓ **Tipologías turísticas definidas.**
- ✓ **La oferta de alojamiento en el municipio es prestada por las fincas de alquiler, que sin embargo funcionan sin la documentación requerida..**
- ✓ **Cadena de valor desarticulada.**
- ✓ **Infraestructura en óptimas condiciones.**

DEMANDA:

- **Clientes potencial y real definidos.**
- **Senderismo y caminatas como actividades predominantes.**
- **Alta frecuencia de visitas.**

POTENCIAL DE ATRACTIVOS:

- **Variedad de sitios de interés turístico.**
- **Población local dispuesta a participar del turismo activamente.**

VALOR DEL ESTUDIO COMO INSUMO:

- **Única fuente de información verídica.**
- **Interés por parte de las autoridades municipales en el turismo.**

RECOMENDACIONES

- Realización del Foro.
 - Ampliar muestra estadística para clientes real y potencial.
- Detallar oferta en mayor profundidad.
 - Capacitación sobre normatividad.
- Inclusión de la población local en la planificación turística.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ACERENZA, Miguel Ángel. Desarrollo sostenible y gestión del turismo. México.: Trillas, 2007. 92 p.
- ✓ -----. Marketing de destinos turísticos. México.: Trillas, 2004. 90 p.
- ✓ -----. Promoción turística. Un enfoque metodológico. México.: Trillas, 1982. 176 p.
- ✓ ALCALDÍA MUNICIPAL DE COPACABANA- ANTIOQUIA. Plan de desarrollo local: "Copacabana es tuyo y mío 2012-2015". [En línea]. Disponible en internet: <<http://www.copacabana.gov.co/institucional/Paginas/PoliticasyPlanes.aspx>> [Citado 5-agosto-2013].
- ✓ ALEGRE, Joaquín; CLADERA., Magdalena y JUANEDA, Catalina. Análisis cuantitativo de la actividad turística. Madrid.: Pirámide, 2003. 304 p.
- ✓ ALTÉS MACHÍN, Carmen. Marketing y turismo. Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos. España.: Síntesis S.A, 2001. 286 p.
- ✓ ARAGÓN, Inmaculada, et al. Innovación en la investigación de mercados. Bogotá.: Alfa omega, 2011. 270 p.
- ✓ BARRERA MORALES, Marco y HURTADO DE BARRERA, Jacqueline. Líneas de investigación en investigación holística. Colombia.: Géminis, 2002. 86 p.
- ✓ -----. Planificación prospectiva y holística. Colombia.: Géminis, 2002. 144 p.
- ✓ SANCHO, Amparo. Introducción al turismo. Organización Mundial del Turismo [en línea]. s.f. [Citado 2014-03-14], 394 p. Disponible en internet: <http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/investigacion/file.php/38/ARCHIVOS_2010/textos/guia_Bibliografia.PDF>.