



**EL CENTENARIO DE CORONACIÓN DE
LA VIRGEN DEL ROSARIO DE CHIQUINQUIRÁ Y SU IMPACTO EN EL
SECTOR HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías)**

ANTECEDENTES

Chiquinquirá ha sido considerada la capital religiosa de Colombia, debido a su gran historia y peregrinaciones alrededor del lienzo de la Virgen del Rosario de Chiquinquirá, el cual hace 432 años de manera milagrosa renovó su imagen, convirtiendo a la 'Ciudad Mariana' en un importante destino turístico y cultural del país.

Un acontecimiento importante en el siglo pasado, fue la coronación del lienzo de Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá, la cual se realizó durante el gobierno del presidente de la República de Colombia, Marco Fidel Suárez, en el atrio de la Catedral Primada de Bogotá, el 9 de julio de 1919, donde se celebró una solenne misa pontifical que reunió a miles de feligreses.

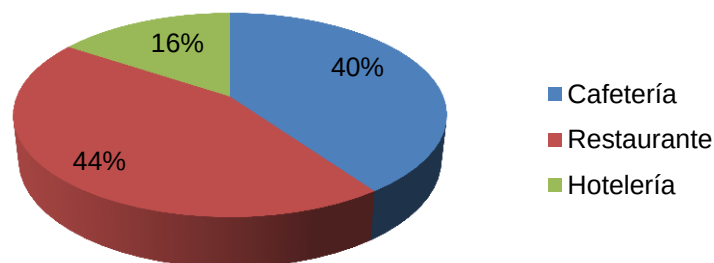
De este momento se describe lo siguiente: *“...el Excelentísimo Señor Eduardo Maldonado y Calvo tomó en sus manos las coronas y solemnemente se acercó al lienzo bendito de la Virgen de Chiquinquirá y, muy emocionado, colocó la corona del Niño y, luego colocó en las virginales sienes de la Santísima Virgen la preciosa corona de oro, esmeraldas y diamantes, diciendo a la vez en alta voz: Así como hoy os coronamos en la tierra, así también merezcamos ser coronados en el cielo”*. (Sastoque, pág. 60).

Es importante resaltar que desde ese acontecimiento, la Virgen de Chiquinquirá fue proclamada Reina y Patrona de Colombia y su fiesta se celebra el 9 de julio. En este 2019, al cumplirse el Centenario de la Coronación, la ciudad se preparó para recibir un gran número de peregrinos participes en los diferentes homenajes marianos, realizados del 6 al 9 de julio en honor a la Virgen.

Con el propósito de conocer la opinión y las expectativas frente a este evento, la Cámara de Comercio de Tunja realizó una encuesta a los empresarios vinculados a la actividad relacionada con la hotelería, restaurantes y cafeterías de Chiquinquirá. Sus resultados los presentamos a continuación.

El Centenario de la Coronación de la Virgen del Rosario de Chiquinquirá y su Impacto en el Sector HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías)

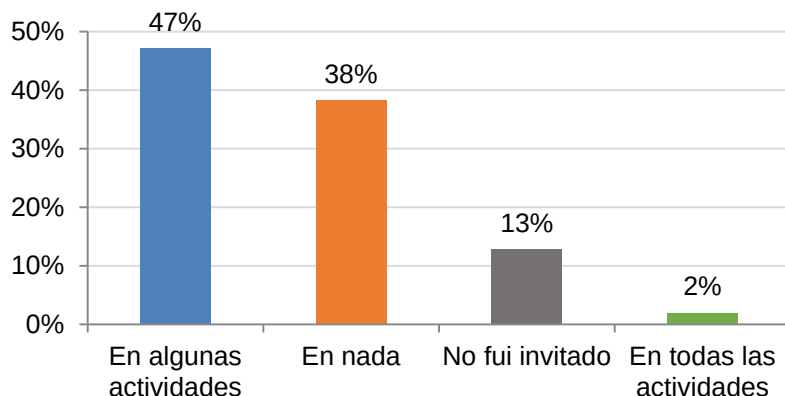
1. Sector económico de las unidades empresariales



El 44% de los establecimientos encuestados corresponde a restaurantes, el 40% a cafeterías, mientras tanto los hoteles, alojamientos o posadas, al 16%.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

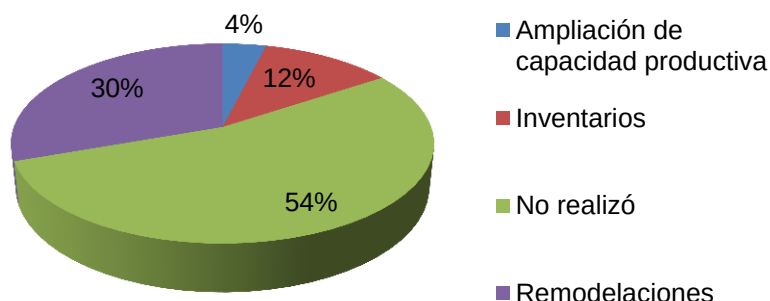
2. Participación en las actividades del evento



El 47% de los empresarios encuestados participó en algunas actividades relacionadas con la organización del evento, mientras el 38% no lo hizo. El 13% manifestó no haber sido invitado y tan sólo el 2% fue partícipe activo en todas las actividades.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

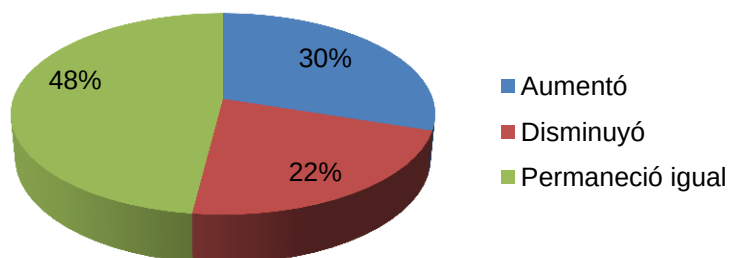
3. Inversiones recientes en su unidad empresarial



El 46% de los empresarios encuestados manifestó haber realizado inversiones recientemente en su unidad empresarial, destacando que el 30% las realizó en remodelaciones, el 12% en inventarios y el restante 4% amplió su capacidad productiva. El 54% de los empresarios no realizó inversión alguna.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

4. Nivel de afectación en las ventas

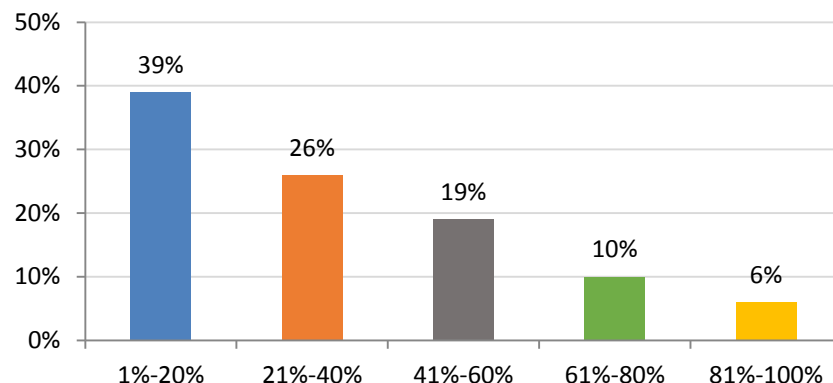


Los comerciantes de Chiquinquirá fueron indagados acerca del nivel de ventas durante la realización del evento, para el 48% de los encuestados sus ventas permanecieron igual, el 30% obtuvo un aumento y solamente el 22% experimentó disminución en el nivel de sus ventas.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

El Centenario de la Coronación de la Virgen del Rosario de Chiquinquirá y su Impacto en el Sector HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías)

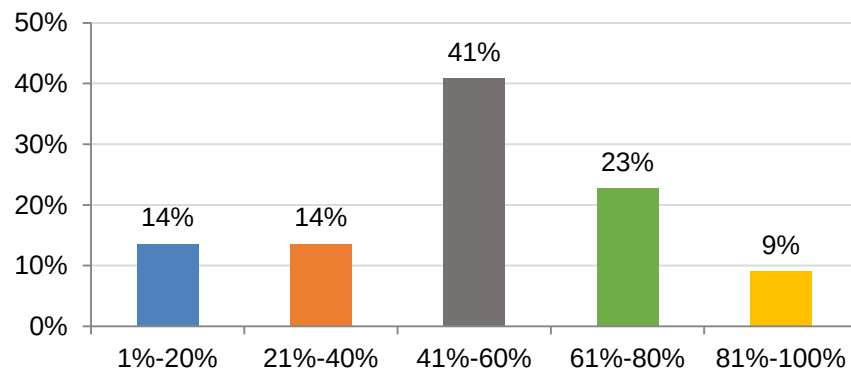
4.1 Porcentaje en el que aumentaron las ventas



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

El promedio ponderado, de la variación del aumento de las ventas, fue del 34,1%. Como se observa, el 39% de los encuestados tuvo un impacto positivo en el intervalo del 1 al 20%, para el 26% el aumento de sus ventas osciló entre el 21 al 40%; por su parte para el 19% sus ventas se incrementaron entre el 41 y 60%, y el 16% manifestó que sus ventas crecieron más del 61%.

4.2 Porcentaje en el que disminuyeron las ventas

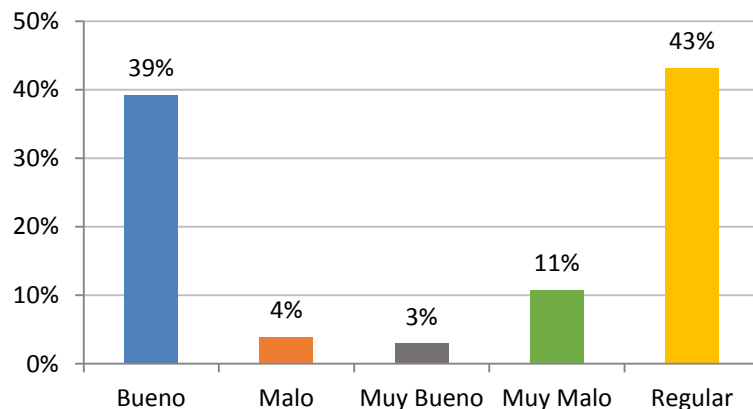


Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

El promedio ponderado, de la variación de disminución de las ventas, fue del 50,8%. El 28% de los encuestados impactados por la disminución en las ventas manifestó que su afectación esta dada en un intervalo del 1 al 40%, mientras para el 41% la disminución de sus ventas estuvo dado en el rango de variación entre 41 y 60%, y el 32% restante tuvo afectación en sus ventas en más del 61%.

Para las preguntas 4.1 y 4.2, y con el propósito de lograr una adecuada interpretación de los resultados, se utilizó la fórmula estadística de promedio ponderado.

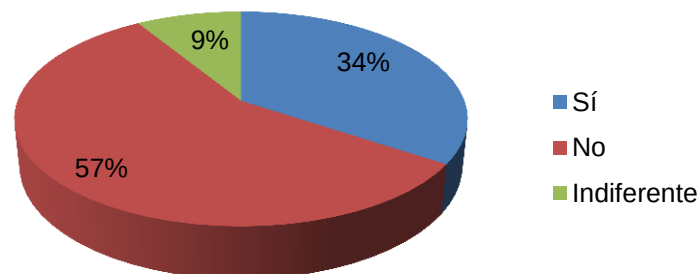
5. Grado de satisfacción frente al comportamiento de las ventas



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

El grado de satisfacción de los empresarios frente al comportamiento del nivel de ventas durante el evento, indica que para el 43% fue regular, el 39% manifiesta que fue bueno, el 11% fue muy malo, el 4% malo y el 3% muy bueno.

6. Percepción de algún problema durante el evento

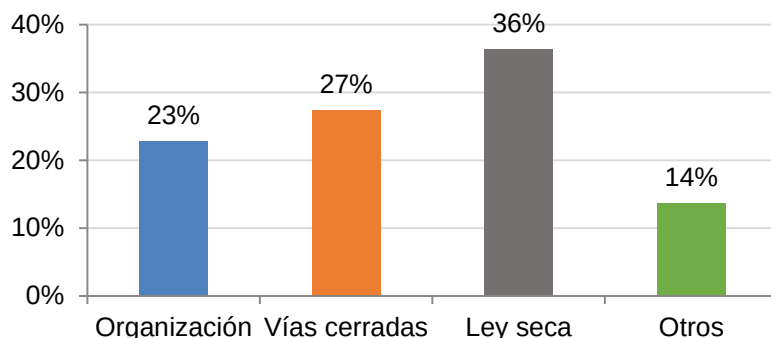


Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta comerciantes 2019

El 34% de los encuestados percibió algún problema durante la realización del evento, mientras el 57% manifestó que no ocurrió ningún problema. El 9% se mantuvo indiferente.

El Centenario de la Coronación de la Virgen del Rosario de Chiquinquirá y su Impacto en el Sector HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías)

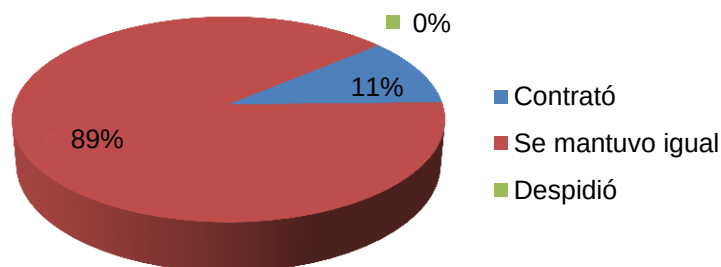
6.1 Problemas percibidos durante la realización del evento



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

Se observa que el principal problema percibido por los empresarios, fue en un 36% la implementación de la medida de Ley Seca, seguido del 27% el cerramiento de las vías y el 23% la organización del evento, el restante 14% manifestó otros problemas presentados.

7. Variación en el número de trabajadores

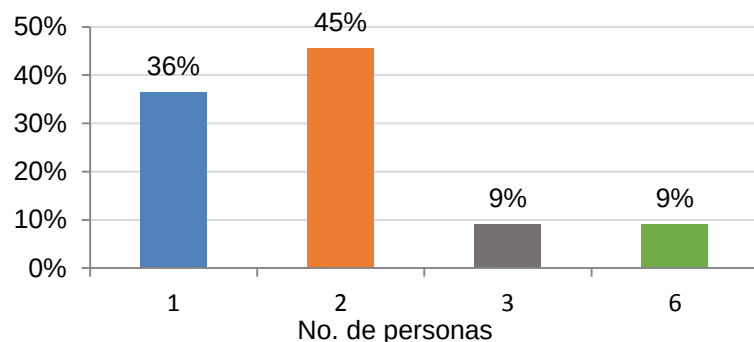


Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

El 89% de los empresarios encuestados respondieron que su nómina se mantuvo igual durante el evento, frente al 11% que si contrató personal. Es importante destacar que no hubo despido de empleados.

El Centenario de la Coronación de la Virgen del Rosario de Chiquinquirá y su Impacto en el Sector HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías)

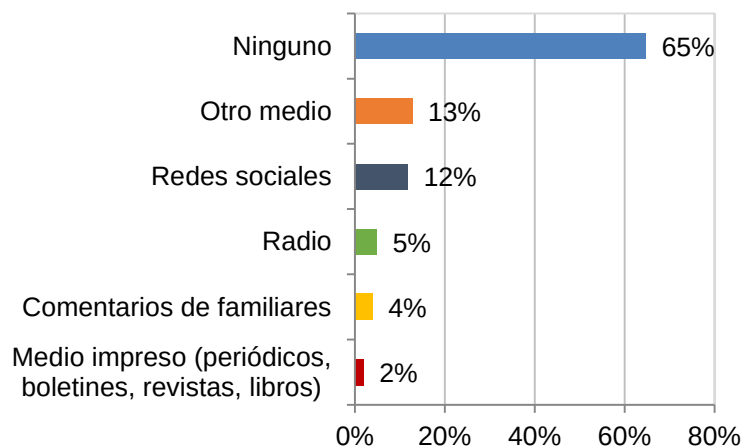
7.1 Número de personas que contrató



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

Se observa que el 36% de los empresarios contrató una persona adicional, el 45% dos empleados, el restante 18% de los encuestados contrató más de tres empleados.

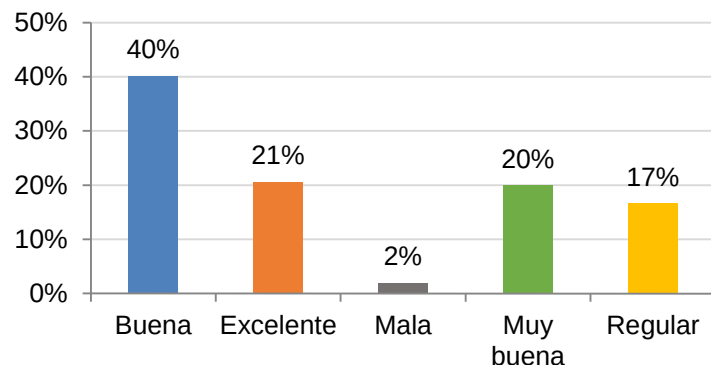
8. Medio de difusión para promocionar productos y servicios



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

El 65% de los encuestados manifestaron no haber utilizado medios de difusión para promocionar sus productos y servicios durante la celebración, el 13% afirmó haber usado otros medios de comunicación, mientras el 12% utilizó redes sociales, el 5% lo hizo a través de la radio, el 4% lo promocionó mediante comentarios de familiares, amigos y conocidos, y sólo el 2% usó medios impresos.

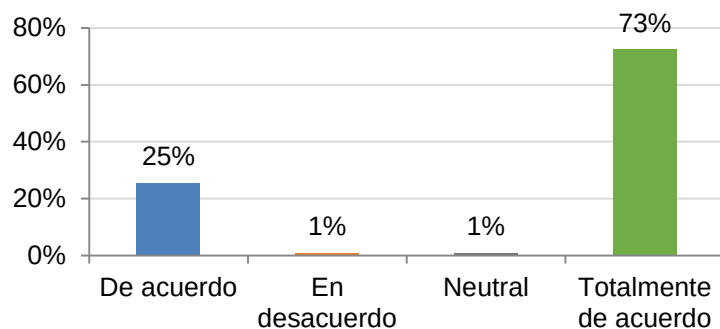
9. Percepción sobre la organización del evento



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

En referencia a la percepción de los empresarios frente a la organización del evento, se observa que el 40% opinó que fue buena, el 21% excelente y el 20% muy buena, a diferencia del 17% que consideró una organización regular y el 2% mala. Estos resultados revelan que la organización del evento fue exitosa.

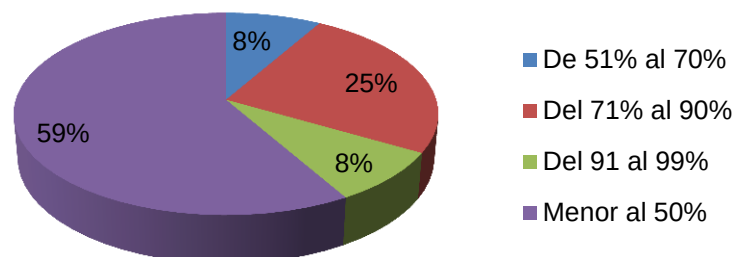
10. ¿Considera que el fortalecimiento del turismo religioso dinamizaría la economía del municipio?



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

El 73% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que el fortalecimiento del turismo religioso dinamizaría la economía de Chiquinquirá, el 25% está de acuerdo, solamente el 1% se mostró en desacuerdo. Frente a esta situación el 98% de los empresarios tienen expectativas de crecimiento de la economía teniendo como referente las peregrinaciones y eventos religiosos.

11. Nivel de ocupación en hotel, posada o alojamiento



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

Al preguntar a los comerciantes encuestados dedicados a hotelería, sobre el nivel de ocupación de su hotel, alojamiento o posada, durante el evento de Centenario de la Coronación, el 59% manifestó que fue menor al 50%, el 8% indicó que estuvo entre el 51% y el 70%; mientras tanto el 25% tuvo un nivel de ocupación del 71% al 90% y sólo el 8% manifestó que estuvo entre el 91% al 99%.

CONCLUSIONES

- En la organización del Centenario de la Coronación de la Virgen del Rosario de Chiquinquirá, se evidenció una importante participación del sector HORECA de la ciudad, debido a que el 49% participó activamente en la organización de las diferentes actividades programadas.
- Se observa que más del 50% de los comerciantes no realizó inversiones en su establecimiento, para garantizar la adecuada prestación de los servicios durante este evento religioso, mientras el 30% hizo algunas remodelaciones, el 12% invirtió en inventarios y sólo el 4% realizó ampliación de su capacidad productiva, lo cual refleja las dificultades que presentaron los empresarios con respecto a su capacidad instalada, en relación con el incremento de clientes durante los días de la celebración.
- Respecto al nivel de ventas, para el 48% de los comerciantes permanecieron igual, el 30% tuvo un aumento y para el 22% sus expectativas no fueron las esperadas, viéndose afectados de manera negativa al descender sus ventas según promedio ponderado en un 50,8%.
- Dentro de las principales problemáticas, los comerciantes manifestaron que la medida de la Ley Seca implementada durante el evento y el cierre de vías alrededor de la plaza principal, afectaron directamente sus ventas.
- Por último se observa una escasa difusión publicitaria de los productos y servicios ofrecidos por los comerciantes; se recomienda estructurar campañas masivas que permitan potencializar la dinámica económica.

METODOLOGÍA

Población objetivo

Para este estudio se tomó una población objetivo de 314 empresarios vinculados a las actividades relacionadas con hotelería, alojamiento, posadas, restaurantes y cafeterías (HORECA) de Chiquinquirá.

Tipo de muestreo y tamaño de la muestra

El tipo de muestreo utilizado fue el aleatorio simple para proporciones, utilizando la siguiente fórmula de muestreo:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2} \text{ donde:}$$

Z es el índice de confianza en un 95% cuyo valor para nuestro cálculo es 1,96

p es la probabilidad de éxito, como la probabilidad es del 50%, el valor de $p=0,5$

q es la probabilidad de fracaso, su valor es 0,5

e es el margen de error del 8%

Al aplicar la fórmula anterior, se seleccionó una muestra aleatoria de 102 unidades empresariales de Chiquinquirá, inscritas en la Cámara de Comercio de Tunja.

Técnica

Esta investigación es de carácter descriptivo con enfoque cuantitativo. La encuesta, se realizó por medio de llamadas telefónicas a través de un formulario electrónico en Google Docs. El análisis se realizó por cada una de las preguntas formuladas a través del cuestionario virtual.

Periodo de medición

Encuesta realizada entre el 15 y el 19 de julio del 2019.

BIBLIOGRAFÍA

Cámara de Comercio de Tunja. (2019). *Base de datos empresarios 2019*.

Sastoque, Poveda Fr. (s.f.). *Historia de Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá*. Obtenido de <http://zeus.ustadistancia.edu.co/distancia/ventanainfinito/descargas/Libro%20de%20Chiquinquira.pdf>

PRESIDENTE EJECUTIVO

Julián Andrés Galvis Pabón

CONSOLIDACIÓN Y EDICIÓN

Director de Planeación y Estudios Económicos

Luis Alejandro Suárez Amaya

Analista estadístico y de estudios económicos

Johana Paulina Sánchez Perilla

Pasante Escuela de Economía - Uptc

Harold Mauricio Suárez Calderón

**Estudios Económicos
Cámara de Comercio de Tunja
Julio de 2019**