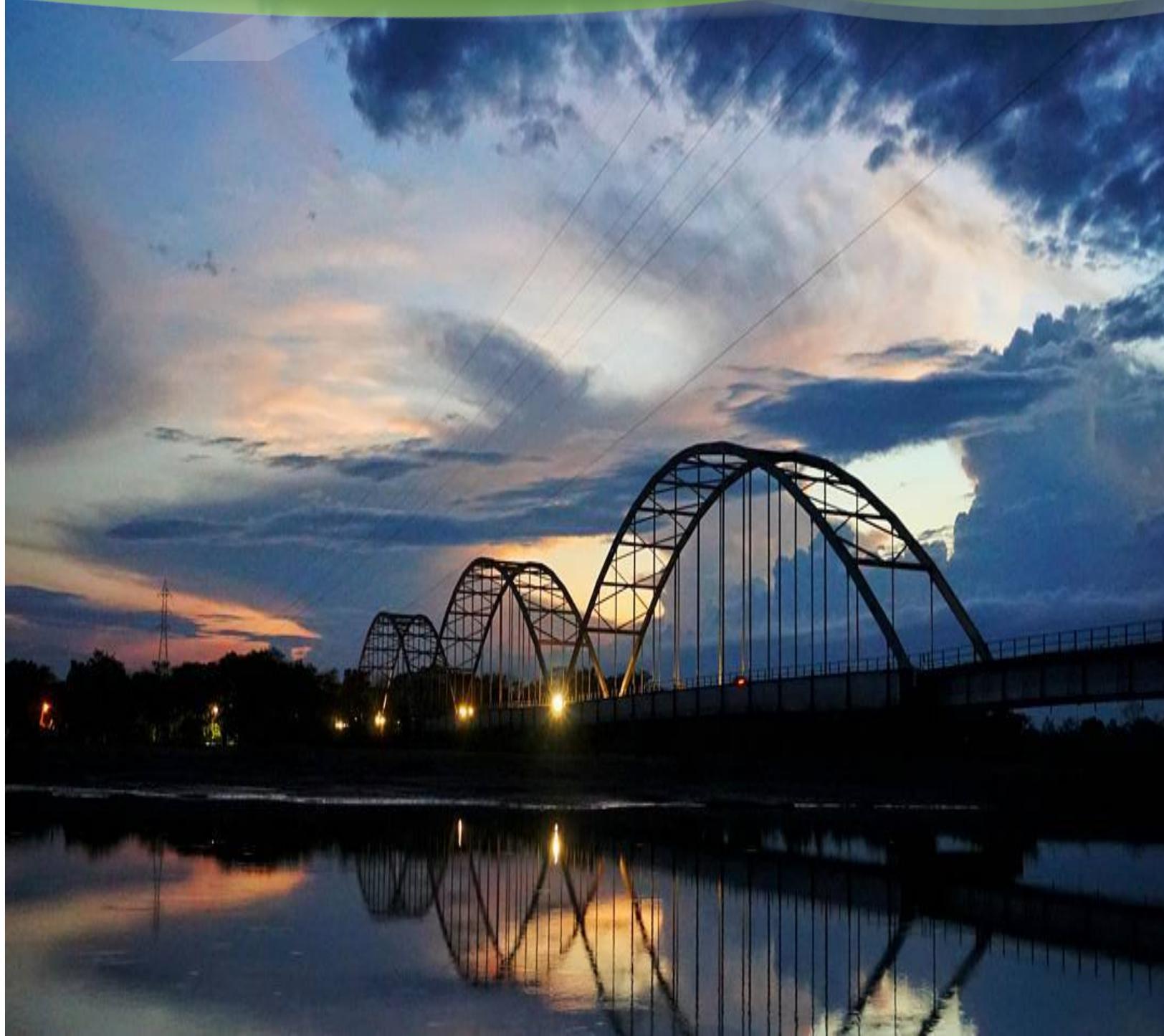


Meta
Somos la ruta natural



Medición turismo receptor
Sistema de información turística - SITUR Meta
Marzo 2024





Medición turismo receptor
Sistema de información turística
SITUR Meta
Marzo 2024



Angie Camila Urrego Mendivelso
Estadística, autora del presente informe
Lic. Matemáticas y Física

TABLA DE CONTENIDO

1 INTRODUCCIÓN	1
2 Objetivos	3
2.1 Objetivo general	3
2.2 Objetivos específicos	3
3 Metodología	4
3.1 Diseño de muestreo.	4
3.2 Instrumentos	5
3.3 Software	5
3.4 Riesgos e incomodidades asociadas al estudio	5
3.5 Privacidad y confidencialidad.	5
4 Análisis de las encuestas a visitantes	6
4.1 Lugar de la encuesta	6
4.2 Medición turismo receptor.	6
5 Conclusiones	14
6 Anexos	16
6.1 Encuesta de satisfacción	16
7 Ficha técnica	19

LISTA DE FIGURAS

1	Mapa 1 <i>Departamento de residencia de turistas nacionales</i>	7
2	Mapa 2 <i>País de residencia</i>	8
3	Infografía 1. <i>Género</i>	8
4	Infografía 2. <i>Edad</i>	8
5	Infografía 3. <i>Motivo de viaje, total</i>	9
6	Infografía 4. <i>Tipo de turismo</i>	9
7	Gráfica 1. <i>Número de noches que pernoctan los turistas en el Meta</i>	10
8	Infografía 5. <i>Tipo de alojamiento</i>	10
9	Infografía 6. <i>Tipo de transporte utilizado</i>	10
10	Gráfica 2. <i>Promedio de personas con las que realizaron el viaje desde su llegada hasta la salida de su destino</i>	10
11	Infografía 7. <i>Plan turístico</i>	11
12	Gráfica 3. <i>Visitantes por primera vez en el departamento del Meta</i>	11
13	Gráfica 4. <i>Presupuesto estimado por el turista para su viaje</i>	12
14	Gráfica 5. <i>Nivel de satisfacción de los turistas respecto a su estadía en el departamento</i>	13
15	Infografía 8. <i>Lugares visitados</i>	13

LISTA DE TABLAS

1	Tamaño de la muestra	5
2	Ficha técnica	19

1. INTRODUCCIÓN

El turismo, en su propia naturaleza, debe ser práctica sostenible, orientarse estratégicamente para asegurar que la llegada de visitantes a un destino no solo genere impactos positivos significativos, sino que también impulse de manera integral el crecimiento económico, eleve la calidad de vida y promueva sustancialmente el bienestar de las comunidades implicadas. Este enfoque integral requiere una planificación cuidadosa y un compromiso firme con prácticas responsables y éticas que respeten tanto el patrimonio cultural como los ecosistemas naturales del destino, garantizando así que el turismo se convierta en una fuerza motriz para el desarrollo sostenible y la armonía comunitaria a largo plazo

En este sentido, la Organización Mundial del Turismo - **OTM** - plantea como propósitos del turismo sostenible (Ortega, 2018) :

- Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El Instituto de Turismo del Meta fomenta la formalización y el desarrollo integral del turismo, promoviendo las rutas turísticas como estrategia fundamental de naturaleza, ambiental, social y económicamente sostenible, mediante el cumplimiento de políticas, planes y proyectos que fortalecen la economía del departamento, mejorando la calidad de vida de sus habitantes y los actores de la cadena de valor, para posicionar el Meta como destino competitivo, seguro, accesible, incluyente y de experiencias únicas, satisfaciendo las expectativas de los turistas nacionales como internacionales.

El **Instituto de Turismo del Meta** tiene como objetivo primordial posicionar al departamento como un destino competitivo, seguro, accesible, incluyente y único, satisfaciendo las expectativas de

los turistas, tanto nacionales como internacionales. Para ello, ha adelantado diversas actividades destinadas a promover el sector turístico, divulgando los productos y servicios específicos de la región. Su visión es ser reconocido como la entidad líder en fortalecer y desarrollar la actividad turística del Meta, consolidando la región como un destino de referencia para disfrutar de la naturaleza, la aventura y la cultura llanera, y así contribuir al desarrollo económico y competitivo del departamento.

En consecuencia, la entidad está ejecutando y respaldando planes, programas y actividades que promuevan un turismo sostenible desde las perspectivas económica, social y ambiental. Esto incluye la estructuración e implementación del sistema estratégico de información turística del Meta, destinado a integrarse al centro de información turístico nacional de Colombia. Por ahora, se ha definido un tipo de encuesta dirigida a diversos grupos poblacionales, con el objetivo de recopilar datos de la demanda turística en el departamento.

Esta meticulosa recopilación de datos no solo facilitará una comprensión más profunda de las necesidades y preferencias de los visitantes, sino que también proporcionará una base sólida para la toma de decisiones informadas y el diseño de estrategias turísticas adaptadas. Al alinear las expectativas de los turistas con la oferta disponible, el Instituto de Turismo del Meta busca no solo enriquecer la experiencia del visitante, sino también impulsar el desarrollo local, promoviendo un turismo que beneficie tanto a los visitantes como a las comunidades anfitrionas, asegurando así un impacto positivo y duradero en el tejido socioeconómico y cultural del departamento.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Recopilar, organizar y analizar datos para medir el impacto económico, social y ambiental del turismo en una región, y ejecutar una prospectiva estratégica de la industria turística, siguiendo las metodologías y recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo - **OMT** -.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una caracterización detallada de los visitantes y sus viajes turísticos mediante la recolección sistemática de datos en intervalos mensuales (Medición del turismo receptor).
- Evaluar la satisfacción y las preferencias de los visitantes a través de encuestas periódicas, para identificar oportunidades de mejora en la oferta turística de la región.

3. METODOLOGÍA

El enfoque cuantitativo se adoptó en esta investigación debido al uso de formatos proporcionados por el **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo** para la recolección de datos. Estos formatos permitieron presentar numéricamente las variables, requiriendo el análisis estadístico para alcanzar los objetivos del estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

El diseño fue no experimental, transeccional y descriptivo, ya que no implicó manipulación de variables. Se limitó a la observación y recopilación de datos en un momento específico para medir el turismo como sector económico, caracterizando visitantes y viajes. Este proceso incluyó la recopilación de datos mensuales, seguida de su análisis para proporcionar una descripción detallada. La investigación, de tipo descriptivo, buscó especificar las características importantes del fenómeno estudiado (Hernández et al., 2010).

Con base en el enfoque cuantitativo y el diseño no experimental, transeccional y descriptivo empleado, esta investigación logró obtener una visión detallada del sector turístico en el contexto específico del departamento del Meta. Al no manipular variables y centrarse en la recolección de datos de manera objetiva y numérica, se facilitó una comprensión profunda de las dinámicas del turismo, proporcionando descubrimientos valiosos sobre las características y tendencias de los visitantes. Este método permitió no solo describir las condiciones actuales de manera eficaz, sino también establecer una base sólida para futuras investigaciones que busquen explorar cambios o impactos dentro del sector turístico, reforzando así el valor de un enfoque sistemático y cuantitativo para el análisis de fenómenos complejos.

3.1. DISEÑO DE MUESTREO

El muestreo utilizado fue aleatorio simple, con un margen de error estándar del 5 %. Se encuestó a 613 usuarios durante el mes de marzo. La distribución de las respuestas incluyó un 13.5 % de participantes en Bogotá durante la feria Anato, donde el instituto estuvo presente; un 81 % para el área metropolitana de Villavicencio; y un 0.5 % para el municipio de Cumaral. Las encuestas se distribuyeron de manera aleatoria. De acuerdo con lo propuesto, se presentan a continuación las encuestas a realizar durante marzo:

Municipio	Muestra	Porcentaje
Bogotá	83	13,5 %
Villavicencio	497	81 %
Cumaral	33	5 %
Total encuestas mensual	613	100 %

Tabla 1: Tamaño de la muestra

3.2. INSTRUMENTOS

Se utilizaron dos herramientas para medir la caracterización de los visitantes y viajes turísticos al departamento del Meta, como se detalla en el Anexo I.

3.3. SOFTWARE

La información se recopiló y procesó en un archivo de Excel como medida de seguridad, antes de ser transferida al software correspondiente, para el análisis de los datos.

3.4. RIESGOS E INCOMODIDADES ASOCIADAS AL ESTUDIO

La realización de este estudio no implica riesgos para la salud física o mental de los participantes. Sin embargo, los resultados del análisis estadístico dependen de la precisión y veracidad de los datos proporcionados por los individuos.

3.5. PRIVACIDAD Y CONFIDENCIALIDAD

Los hallazgos del estudio podrían divulgarse en revistas científicas o en encuentros de investigadores y expertos del sector, conforme lo determine la Concesión. La identidad de los sujetos investigados se mantendrá confidencial, cumpliendo con la Ley 1581 de 2012 sobre protección de datos personales, el decreto 1074 de 2015 y cualquier otra normativa aplicable.

4. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS A VISITANTES

Entender la percepción de los visitantes sobre un destino turístico es crucial para evaluar su sostenibilidad. Los comportamientos y gastos de los turistas impactan significativamente en los ámbitos económico, social, cultural y ambiental, contribuyendo al crecimiento económico y a la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales. Por ello, es esencial promover el departamento del Meta como un destino turístico atractivo, lo cual requiere el compromiso conjunto de entidades gubernamentales, gremios, empresarios e instituciones. Este esfuerzo conjunto asegura que los turistas disfruten de experiencias memorables y auténticas, aumentando la competitividad turística del Meta.

La realización de estas encuestas es fundamental para analizar el turismo receptor, identificando necesidades, oferta y demanda turísticas en el Meta. A través de la recolección de datos del 27 de febrero al 31 de marzo de 2024 en municipios como Villavicencio, Bogotá y Cumaral, se busca perfilar al turista y sus actividades. Los resultados apuntan a desarrollar estrategias innovadoras que promuevan la sostenibilidad del turismo a largo plazo, impulsando el desarrollo regional, fortaleciendo el tejido empresarial y mejorando la calidad de vida local.

La relevancia de esta investigación reside en su capacidad para informar el diseño de políticas y estrategias eficientes que fomenten un turismo sostenible, partiendo del entendimiento de que los destinos turísticos deben comprender a fondo las expectativas, opiniones y presupuestos de viaje de sus visitantes. Mediante encuestas sobre el turismo receptor en el Meta, se obtienen percepciones críticas que facilitan la mejora continua y el alineamiento de las acciones con las necesidades de turistas y comunidades, mejorando así la competitividad del departamento como destino turístico y promoviendo un desarrollo económico inclusivo y sostenible.

4.1. LUGAR DE LA ENCUESTA

El desarrollo de las encuestas se da en el destino principal que es Villavicencio (81 % N=497), la ciudad de Bogotá en la feria Anato (13,5 %, N=83) y Cumaral (5 %, N=33)

4.2. MEDICIÓN TURISMO RECEPTOR.

Esta iniciativa de medición del turismo receptor se enfoca en caracterizar a los visitantes y sus actividades turísticas mediante la recopilación de datos mensuales.

4.2.1. Indicadores de perfil.

En relación con la medición del turismo receptivo a través del **SITUR Meta**, se ha avanzado en la implementación de indicadores específicos para el departamento, tales como:

- **Departamento de residencia de turistas nacionales.** En el análisis del departamento de residencia para el periodo contemplado en esta medición, se destaca el distrito capital de Bogotá con un 47,0 % del total; seguido por Boyacá con 9,7 % y Cundinamarca 9,0 %. Para completar el análisis hasta alcanzar el 85 % del total, le siguen Caldas con un 4,5 %, Tolima con 4,5 %, Casanare con 3,7 %, Antioquia, Arauca y Cesar con un 2,2 % cada uno. El 5,0 % restante se distribuye entre los departamentos de Atlántico, Caquetá, Chocó, Guavire, Huila, La Guajira, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander y Valle del Cauca. Esto se presenta en el siguiente imagen (Mapa 1).

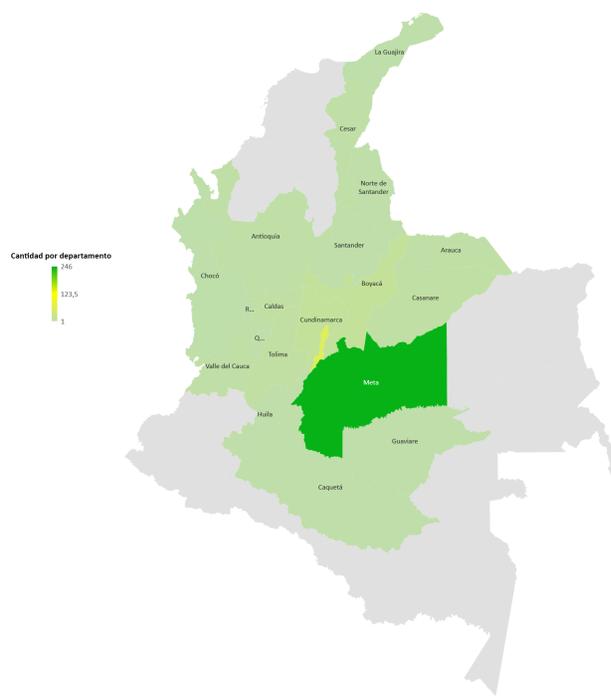


Figura 1: **Mapa 1** Departamento de residencia de turistas nacionales

- **País de residencia** En relación con los visitantes extranjeros, es relevante subrayar que, durante el período actual, el 91,8 % de los entrevistados son turistas nacionales, residentes en departamentos de Colombia distintos al Meta. Del 8,2 % restante de visitantes internacionales, se registran turistas de Estados Unidos y Venezuela, con un 2,1 % cada uno; seguidos por Alemania, con un 1,4 %. El porcentaje restante se distribuye entre visitantes de Bélgica, España, México y Panamá.

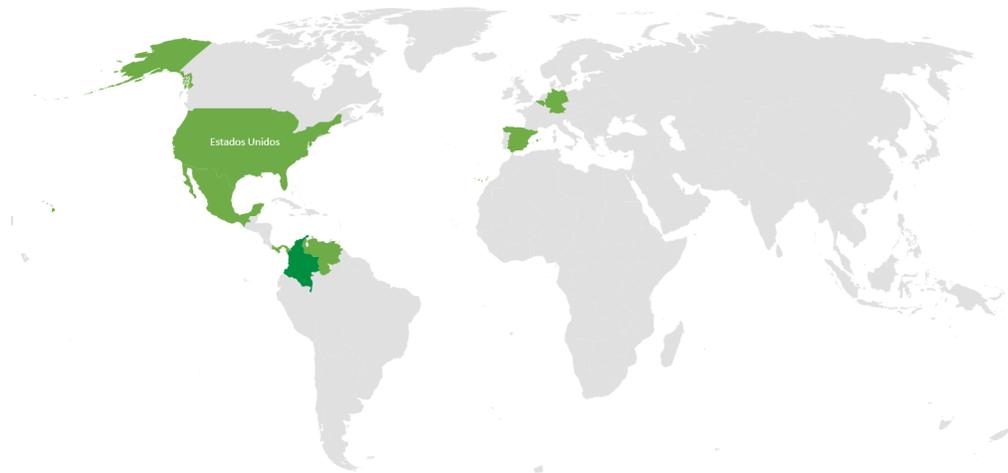


Figura 2: Mapa 2País de residencia

• **Perfil sociodemográfico** Respecto a la edad de los encuestados, se encontró que el 57,3 % son hombres y el 42,7 % mujeres (Infografía 1); con edades entre los 18 a 45 años mayoritariamente (Infografía 2).

Figura 3: Infografía 1. Género

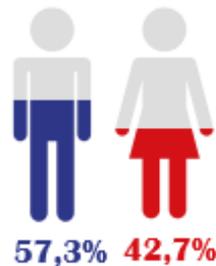
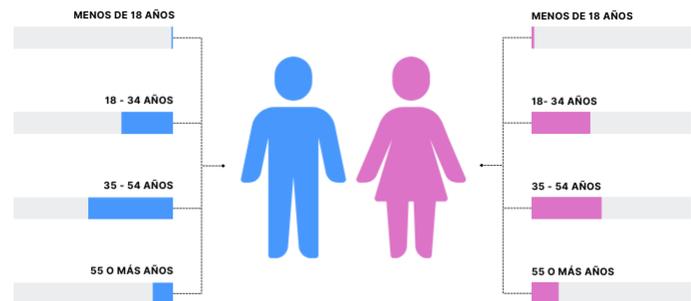


Figura 4: Infografía 2. Edad



4.2.2. Indicadores de caracterización de visitantes y viajes turísticos

• **Motivo principal de viaje para visitar el departamento del Meta** El motivo principal de un viaje es fundamental para determinar si este encaja en la categoría de turismo, y consecuentemente, si quien lo realiza puede ser clasificado como visitante turístico, según define la Organización Mundial del Turismo (OMT). Esta información resulta ser de gran valor para caracterizar el perfil de gasto de los visitantes, ya que los diferentes motivos de viaje suelen correlacionarse con distintos patrones de consumo. Además, permite identificar con mayor precisión segmentos de mercado específicos, los cuales pueden ser el foco de estrategias de marketing y desarrollo de productos turísticos personalizados. Entender las razones detrás de los viajes ayuda a los destinos a adaptar

sus servicios y ofertas para satisfacer mejor las necesidades y deseos de cada tipo de turista, lo que puede aumentar la satisfacción del visitante y potenciar el impacto económico positivo en la región.

En el análisis de los datos obtenidos mediante la aplicación de las encuestas, se encontró que los motivos de viaje de los visitantes al Meta se pueden clasificar en cuatro grandes segmentos, en primera medida *visitar a familiares y/o amigos* con un 36,5 % seguido por *vacaciones, recreo y ocio* con un 26,3 %, *asistir a eventos religiosos* con un 20,1 % y *descanso* con un 17,1 %. (Infografía 3).

Figura 5: **Infografía 3.** *Motivo de viaje, total*



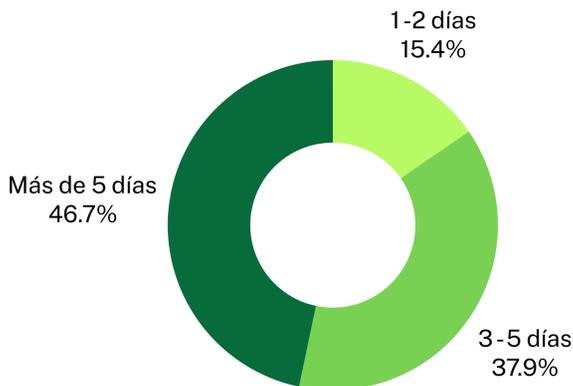
• **Tipo de Turismo** En lo que respecta al tipo de turismo practicado por los visitantes en el departamento del Meta, se evidenció que un 30.5 % participaron en turismo gastronómico. Por otra parte, el 18 % se inclinó por el turismo religioso, mientras que tanto el turismo natural como el cultural representaron un 17.3 % cada uno; finalmente, el turismo de recreo y ocio fue elegido por el 16.9 % de los visitantes (Infografía 4).

Figura 6: **Infografía 4.** *Tipo de turismo*



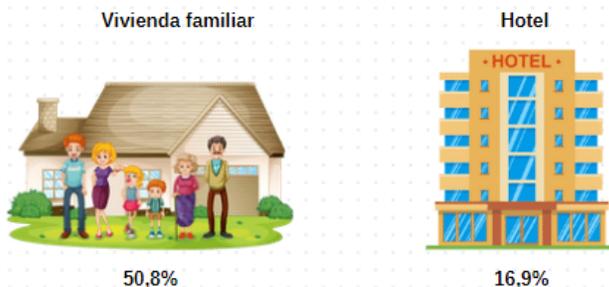
- **Número de noches que pasa en el departamento del Meta** En cuanto a este indicador, se encontró que el número promedio de noches que pernoctan los turistas durante el mes comprendido entre el 27 de febrero y el 31 de marzo de 2024 fue de 4 días (Gráfica 1).

Figura 7: **Gráfica 1. Número de noches que pernoctan los turistas en el Meta**



- **Tipo de alojamiento** El principal tipo de alojamiento de los turistas entrevistados es en viviendas familiares con un 63,8 % y hoteles en un 21,3 % (Infografía 5).

Figura 8: **Infografía 5. Tipo de alojamiento**



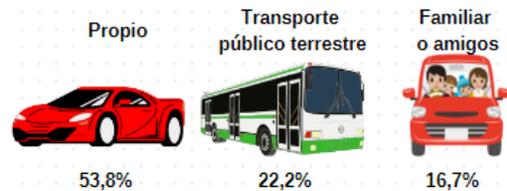
Es de resaltar, que el restante 32,3 % se divide en cuatro tipos de alojamientos diferentes, en donde el 20,5 % cuentan con vivienda propia, el 5,8 %

se hospedaron en fincas, el 3,5 % en camping/ glamping y un 2,5 % en centros vacacionales.

4.2.3. Indicadores de caracterización de transporte

En relación al tipo de transporte utilizado para llegar al destino elegido, el 61,6 % de visitantes viajan en vehículo propio, seguido del 20,1 % que viaja en transporte terrestre de pasajeros y el 9,9 % en motocicleta (Infografía 6).

Figura 9: **Infografía 6. Tipo de transporte utilizado**

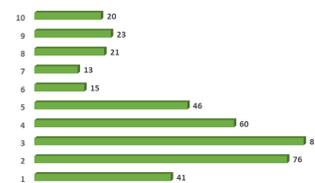


El 7,3 % restante, se divide entre planes turísticos con un 5,8 % y transporte aéreo con 1,5 %.

4.2.4. Indicadores de caracterización del grupo de personas con las que realizó el viaje

En cuanto a este indicador, se evidenció que el número promedio de personas que realizaron el viaje desde la llegada hasta la salida de su destino fue de 4,2 (Gráfica 2).

Figura 10: **Gráfica 2. Promedio de personas con las que realizaron el viaje desde su llegada hasta la salida de su destino**



4.2.5. Indicadores de caracterización del plan turístico o excursión

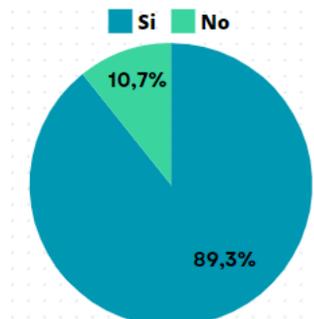
En este segmento se preguntó a los visitantes cómo se enteraron del turismo en el departamento, con el objetivo de fortalecer las redes de comunicación y promocionar el área como destino turístico. Se descubrió que la mayoría viaja al Meta para visitar familiares y/o amigos, representando un 43.2 % de las encuestas, seguido por experiencias personales con un 21.8 % y un 16,9 % en redes sociales (Infografía 7); el restante indicaron que se enteraron por avisos en internet, correo electrónico, guía turística impresa, agencia de viajes, medios de comunicación masiva (prensa, radio o TV) y búsquedas en internet.

Figura 11: **Infografía 7.** *Plan turístico*



- **Visita por primera vez el departamento del Meta** La mayoría de viajeros ya habían visitado al departamento del Meta; lo que significa que, el 89,3 % si conocían el departamento y el 10,7 % restante, no.

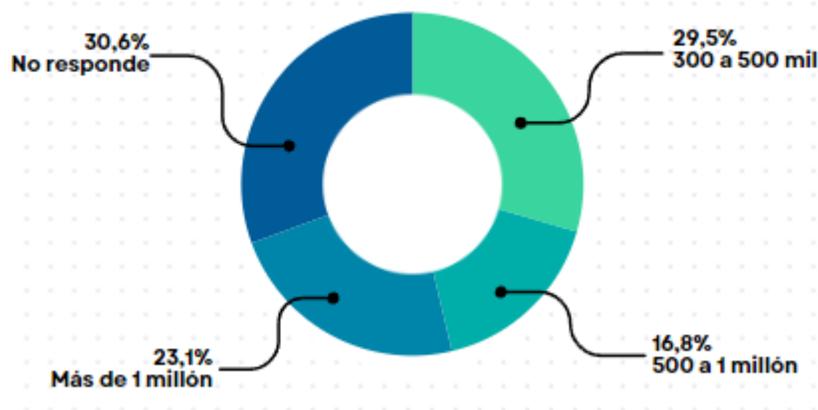
Figura 12: **Gráfica 3.** *Visitantes por primera vez en el departamento del Meta*



4.2.6. Indicadores de caracterización de gastos durante el viaje

Para calcular el gasto relacionado con hospedaje, transporte y alimentación, se le preguntó al turista cuál es el presupuesto estimado para su visita. Los resultados mostraron que los viajeros invirtieron más en visitas culturales durante su viaje al departamento del Meta, seguidos por el hospedaje y la alimentación, según se detalla en la Gráfica 4.

Figura 13: **Gráfica 4.** Presupuesto estimado por el turista para su viaje

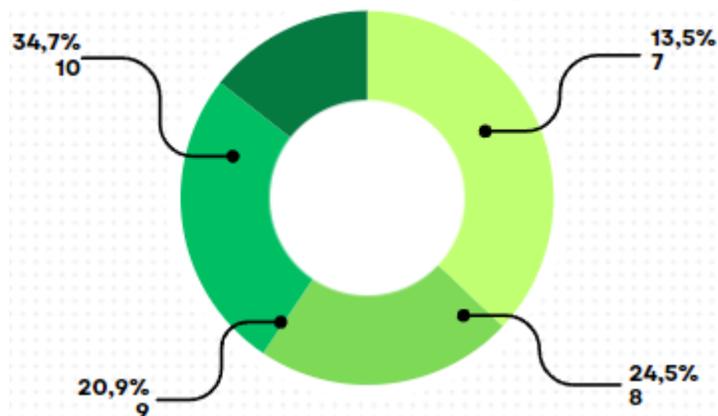


Cabe resaltar que 111 personas no quisieron responder la pregunta, por lo tanto, no se obtiene dato sobre ese 30,6 %.

4.2.7. Indicadores de calificación respecto a su estadía en el departamento del Meta, incluyendo alojamiento, alimentación, transporte y actividades

En este apartado, los viajeros calificaron su grado de satisfacción en una escala de 1 a 10, donde 1 corresponde a "Muy insatisfecho" y 10 a "Muy satisfecho". Se encontró que el 93,6 % de los participantes otorgaron una calificación entre 7 y 10, indicando alta satisfacción con su visita al departamento. Por otro lado, el 6,4 % reportó una mala experiencia, atribuida a problemas como alojamiento deficiente, inseguridad en las calles, servicio insatisfactorio de taxistas y altas tarifas de transporte. Esta conclusión se basa en que a los visitantes que eligieron una calificación menor a 7 se les solicitó especificar los motivos de su insatisfacción, siendo estos los aspectos más frecuentemente mencionados.

Figura 14: **Gráfica 5.** Nivel de satisfacción de los turistas respecto a su estadía en el departamento



4.2.8. Lugares visitados

Finalmente, se consultó a los visitantes sobre los lugares que visitaron durante su estancia. Se encontró que el 38 % visitó otros municipios del Meta, seguido por un 15,8 % que asistió a parques temáticos como el Bioparque Los Ocarros, Tiuma Park, entre otros. Un 15,5 % visitó miradores paisajísticos, cascadas, ríos, pozos y balnearios, entre otros; otro 15,5 % practicó deportes turísticos como el rafting. El 15,2 % restante asistió a misas, procesiones y lugares sagrados. (Ver Infografía 8).

Figura 15: **Infografía 8.** Lugares visitados



5. CONCLUSIONES

Los visitantes del Meta provienen principalmente de Bogotá, seguido por otros departamentos y países, con una variedad de motivos de viaje que incluyen visitas a familiares y amigos, vacaciones, y eventos religiosos. Esta diversidad subraya la importancia de segmentar el mercado turístico para desarrollar ofertas específicas que satisfagan diferentes intereses y necesidades.

Los visitantes del Meta muestran un interés significativo en el turismo gastronómico, religioso, natural, cultural, y de ocio. La mayoría se aloja en viviendas familiares, seguido por hoteles y otros tipos de alojamiento. Esto indica la necesidad de diversificar y mejorar la calidad de las opciones de alojamiento y actividades turísticas para satisfacer la demanda variada.

Con una estadía promedio de 3 días, existe una oportunidad para desarrollar y promocionar actividades y atracciones que incentiven estancias más largas. Aumentar la duración de la estadía de los visitantes puede tener un impacto económico positivo significativo en el departamento, al aumentar el gasto turístico y distribuir los beneficios económicos de manera más amplia en la región.

La mayoría de los visitantes prefieren utilizar su vehículo propio para llegar a su destino en el departamento del Meta, lo que sugiere una tendencia hacia la independencia en el desplazamiento y la posibilidad de que los turistas valoren la flexibilidad y comodidad que ofrece viajar en vehículo propio. Esto podría indicar la necesidad de mejorar la infraestructura vial y las facilidades de estacionamiento en los destinos turísticos para acomodar y fomentar este modo de transporte.

Los turistas tienden a viajar en grupos de aproximadamente cuatro personas, lo que puede reflejar un predominio de familias pequeñas o grupos de amigos. Este dato es crucial para el diseño de paquetes turísticos y promociones, que pueden ser adaptados para satisfacer las necesidades y preferencias de este tipo de grupos, potencialmente incluyendo actividades y alojamiento que mejor se ajusten a sus requerimientos.

Una gran mayoría de los viajeros han visitado previamente el departamento del Meta y reportan una alta satisfacción con su experiencia, lo que indica un vínculo positivo con el destino y una percepción general favorable. Sin embargo, es importante abordar los aspectos que han causado insatisfacción entre el pequeño porcentaje de visitantes, como alojamiento deficiente e inseguridad, para mejorar la experiencia turística global y mantener altos niveles de satisfacción.

Los turistas invierten significativamente en visitas culturales, alojamiento y alimentación durante su estancia en el Meta, lo que subraya la importancia de estos aspectos en la experiencia turística.

ca general. La cultura y la hospitalidad son, por lo tanto, componentes clave en la atracción de visitantes, implicando que los esfuerzos para promover el turismo deberían centrarse en realzar y promocionar la riqueza cultural del departamento y asegurar estándares elevados en servicios de hospedaje y gastronomía.

Los visitantes exploran una amplia variedad de actividades durante su estancia en el Meta, desde visitar otros municipios y parques temáticos hasta disfrutar de la naturaleza y participar en deportes turísticos. Esto refleja la rica diversidad de opciones turísticas que ofrece el departamento, satisfaciendo una amplia gama de intereses y preferencias. La diversificación de las actividades turísticas no solo enriquece la experiencia del visitante sino que también distribuye los beneficios económicos del turismo a través de diferentes sectores y comunidades locales, subrayando la importancia de continuar desarrollando y promoviendo un amplio espectro de atracciones turísticas en el Meta.

6. ANEXOS

6.1. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Edad del encuestado			
Genero		Masculino	Femenino
		Otro:	

1. Características del Visitante			
Ciudad o municipio de residencia		Departamento	Pais

¿Cuál fue el motivo principal para venir al Municipio?			
	Vacaciones, recreo y ocio		Descansar
	Visitar a familiares y/o amigos		Asistir a eventos religiosos/peregrinaciones
	Motivos laborales		Artista de espectáculo (concierto, obra de teatro, danza, etc.).
	Educación/Formación		Realizar inversión y/o asistir a reunión de negocio.
	Salud y atención médica (incluye la cirugía estética)		Compras para uso personal o para regalo

¿Ha visitado usted antes este municipio o destino? SI No

¿Qué le ayudó a decidir venir al departamento o municipio? (puede seleccionar varios)			
	Gastronomía		Riqueza natural
	Historia y patrimonio		Clima
	Costo de vida		Cultura
	Programas religiosos		Pasadía aventura

Tipo de alojamiento			
	Hotel/Apartahotel		Vivienda/Apto propio
	Viviendas familiares/amigos		Camping/Glamping
	Centro vacacional		Finca

2. DURACIÓN DE LA ESTANCIA Y LUGARES VISITADOS			
¿Cuántos días planeas quedarte en el departamento?			
	1-2 días		3-5 días
	Más de 5 días		

¿Qué municipios visitó o planea visitar durante su estadía en el departamento del Meta?					
	Acacias		Granada		Puerto López
	Barranca de Upiá		Guamal		Puerto Rico
	Cabuyaro		La Macarena		Restrepo
	Castilla la Nueva		La Uribe		San Carlos de Guaroa
	Cubarral		Lejanías		San Juan de Arama
	Cumaral		Mapiripán		San Juanillo
	El Calvario		Mesetas		San Martín
	El Castillo		Puerto Concordia		Villavicencio
	El Dorado		Puerto Gaifán		Vista Hermosa
	Fuente de Oro		Puerto Lleras		Ninguno

¿Qué actividades realizó en el Departamento del Meta?

Visita a parques temáticos/parque de atracciones ¿Cuáles?	
Parque Los Ocarros	Parque Kabod
Parque Las Malocas	Parque Fundadores
Parque La Llanura	Parque Infantil
Tiuna Park	Parque Araguana
Parque Cacayal	Ninguno de los anteriores

Visita a parques naturales, cascadas, ríos, pozos, balnearios, zoológicos y Jardines botánicos.	
Caño Cristales	Cañón del río Guejar
Reservas/Parques Naturales	Jardines Botánicos
Miradores Paisajísticos	Cuevas
Cascadas	Lagos y Lagunas
Ríos, pozos, Balnearios	Otro ¿Cuál?
Ninguno de los anteriores	

¿Practico algún deporte Turístico?	
Rafting	Rappel
Espeleología	Parapente
Otro ¿Cuál?	Ninguno de los anteriores

Turismo religioso	
Procesiones	Retiros espirituales
Misas	Conferencias o charlas
Visitas a lugares santos o sagrados	Otro: _____

3. TRANSPORTE UTILIZADO

¿Qué tipo de transporte utilizó para llegar al Municipio?	
Vehículo propio	Transporte aéreo
Vehículo de amigos o familiares	Alquiler de vehículo
Transporte terrestre de excursiones y/o planes turísticos	Transporte público terrestre (bus, buseta, taxi, automóvil)

4. VIAJE EN GRUPO

¿Cuántas personas incluyendo usted, realizaron el viaje desde la llegada hasta la salida de su destino?

1
 2
 3
 4
 5
 6
 7
 8
 9
 10
 Mas de 10

5. GASTOS DEL VIAJE

¿Cuál es tu presupuesto estimado para esta visita? (Incluye alojamiento, alimentación, transporte y actividades)	300 a 500 mil	500 mil a 1 Millon	Mas de 1 Millon
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cuánto estimas gastar diariamente en alimentación?	
\$50.000 - \$100.000 COP	\$100.000 - \$300.000 COP

Más de \$300.000 COP		
Respecto al alojamiento, ¿Cuánto planeas gastar por noche?		
\$50.000 - \$100.000 COP por noche		Más de \$200.000 COP por noche
\$100.000 - \$200.000 COP por noche		

6. PERCEPCIÓN DEL VIAJE

En una escala de 1 a 10, donde 1 es Muy insatisfecho y 10 Muy satisfecho, califique su experiencia durante la estadía en el Departamento o municipio, incluyendo alojamiento, alimentación, transporte y actividades.	
---	--

En caso de que la calificación sea menor a 7, por favor indique los motivos de su puntuación

Mala calidad alojamiento	Tarifas de transporte muy costosas
Instalaciones en mal estado	Ofería poca variedad en actividades
Mala atención de los servicios	Tarifas engañosas
Inseguridad en las calles	Poca oferta para niños
Mal servicio por parte de los taxistas	Poca oferta para adolescentes

7. CÓMO SE ENTERAN LOS VISITANTES

¿Antes de venir al Municipio, cuál fue el medio por el cual se enteró del turismo en el departamento?

Experiencia personal	Twitter
Amigos y/o familiares	Facebook
Busquedas Internet	Otras redes sociales
Medios de comunicación masiva (Prensa,radio,TV)	Correo electrónico
Agencia de viajes	Avisos en internet
Guía turística impresa	

7. FICHA TÉCNICA

Población objeto	Hombres y mujeres que visitan el departamento del Meta desde otros departamentos a nivel nacional o desde el exterior
Cubrimiento geográfico	Departamento del Meta en los municipios de Villavicencio y Cumaral
Técnica	Entrevista cara a cara para turistas que visitan el departamento del Meta desde otros departamentos o el exterior
Total de la muestra	613 turistas, del total de visitantes que llegan durante un periodo mensual al departamento del Meta
Momento estadístico	Entre el 27 de febrero y 31 de marzo de 2024
Diseño muestral	Muestreo aleatorio simple
Margen de error esperado	Error estándar de 5 %
Nivel de confianza	95 %
Tema al que se refiere	Turismo receptor, emisor y movimientos internos en el departamento del Meta.

Tabla 2: Ficha técnica