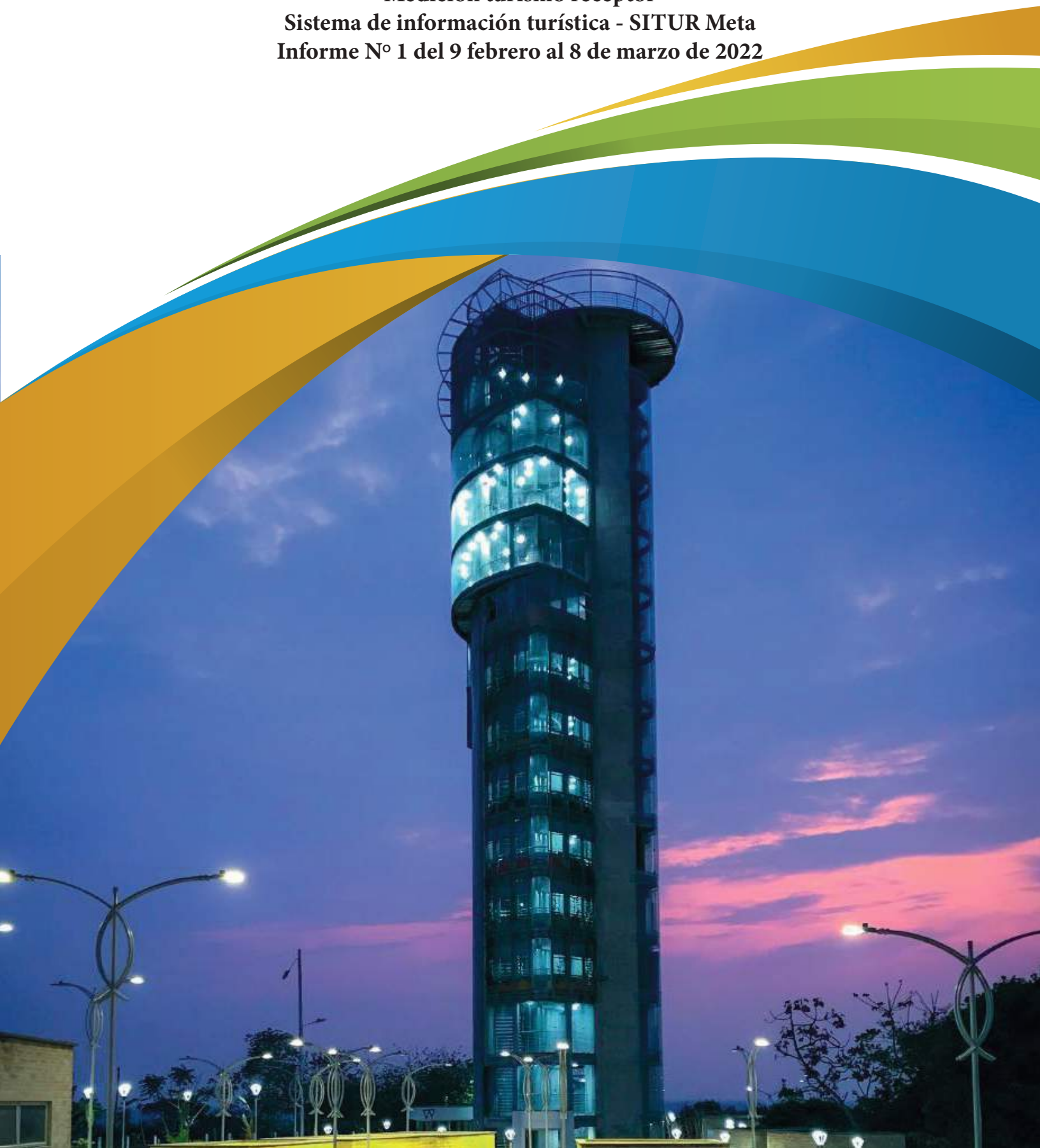




**Medición turismo receptor**  
**Sistema de información turística - SITUR Meta**  
**Informe N° 1 del 9 febrero al 8 de marzo de 2022**



Medición turismo receptor  
Sistema de información turística  
SITUR Meta

Informe N° 1 del 9 febrero al 8 de marzo de  
2022



AL SERVICIO DE LA GENTE  
GOBERNACION DEL META



INSTITUTO DE  
TURISMO  
DEL META



**EQUIPO SITUR META**

Luis Alexys Pinzón Castro

**Estadístico, autor del presente informe**

*Cto PhD Estadística matemática y aplicada, Universidad de Granada*

*Magister: E Ciencias exactas y Naturales, Universidad Nacional de Colombia*

*Magister Estadística aplicada, universidad de Granada*

*Especialista Estadística Aplciada, Fundación Universitaria Los Libertadores*

*Licenciado en Matemáticas y Física, Universidad de los Llanos*

**Coordinadores y Equipo de encuestadores**

# Tabla de contenido

1. Introducción .....	1
2. Objetivos .....	2
2.1. Objetivo general .....	2
2.2. Objetivo específico .....	2
3. Metodología .....	2
3.1. Diseño de muestreo .....	2
3.2. Instrumentos .....	3
3.3. Software .....	3
3.4. Riesgos e incomodidades asociadas al estudio .....	3
3.5. Privacidad y confidencialidad .....	3
4. Análisis de la encuesta a visitantes .....	4
4.1. Lugar de la encuesta .....	4
4.2. Medición turismo receptor .....	5
4.2.1. Indicadores de perfil .....	5
4.2.2. Indicadores de caracterización de visitantes y viajes turísticos .....	7
4.2.2.1. Motivo principal de viaje para visitar el departamento del Meta .....	7
4.2.2.2. Conocimiento de la oferta turística de su destino .....	7
4.2.2.3. Número de municipios que visitó desde el momento en el que llegó al departamento del Meta.....	8
4.2.2.4. Número de noches que pasa en el departamento del Meta .....	8
4.2.2.5. Destino principal de los visitantes .....	8
4.2.2.6. Número de noches que pasa el turista en el destino principal .....	9
4.2.2.7. Tipo de alojamiento .....	9
4.2.3. Indicadores de caracterización de actividades realizadas en el departamento del Meta .....	9
4.2.3.1. Actividades realizadas en el departamento del Meta .....	9
4.2.3.2. Visita a parques temáticos de la región .....	10
4.2.3.3. Visita a parques naturales, cascadas, ríos, zoológicos y jardines botánicos .....	11
4.2.3.4. Práctica de deporte turístico .....	11
4.2.4. Indicadores de caracterización de transporte .....	12
4.2.4.1. Dificultad para llegar al municipio .....	12
4.2.5. Indicadores de caracterización del grupo de personas con las que realizó el viaje .....	12
4.2.5.1. Grupo de personas con las que realizó el viaje .....	13
4.2.6. Indicadores de caracterización del plan de turístico o excursión .....	13
4.2.6.1. Productos y servicios que incluía el paquete turístico .....	14
4.2.7. Indicadores de caracterización de gastos durante el viaje .....	14
4.2.8. Indicadores de caracterización de satisfacción con el alojamiento, alimentación, aseo, actividades y carreteras .....	16
4.2.8.1. Hospedaje .....	16
4.2.8.2. Consumo de alimentos .....	18
4.2.8.3. Factores ambientales .....	19
4.2.8.4. Actividades de ocio y recreación .....	20
4.2.8.5. Carreteras, transporte y seguridad .....	22
4.2.9. Indicadores de caracterización para la conservación del medio ambiente .....	22
4.2.9.1. Actividades que ayuden a la conservación del medio ambiente .....	22
4.2.9.2. Información sobre normas y cuidado de fauna y flora .....	22
4.2.10. Indicadores de caracterización de estancia en el municipio .....	23



4.2.10.1. Calificación del trato recibido como turistas .....	23
4.2.10.2. Calificación de la experiencia al visitar el municipio .....	23
4.2.10.3. Veces en que ha visitado el municipio .....	23
4.2.10.4. Recomendación del municipio como destino turístico .....	24
4.2.10.5. Facilidad de encontrar servicios, productos y atractivos del municipio .....	25
4.3. Red social frecuente .....	25
5. Conclusiones .....	26
6. Anexos .....	28
6.1. Encuesta .....	28
7. Ficha técnica .....	31

## TABLAS

Tabla 1. Muestra base .....	2
-----------------------------	---

## MAPAS

Mapa 1. Lugar de la encuesta .....	4
Mapa 2. Departamento de residencia de turistas nacionales .....	5
Mapa 3. País de residencia .....	6
Mapa 4. Destino principal .....	9

## INFOGRAFÍAS

Infografía 1. Género .....	6
Infografía 2. Edad .....	6
Infografía 3. Motivo principal de viaje, total .....	7
Infografía 4. Motivo principal de viaje, por municipio impactado .....	7
Infografía 5. Tipo de alojamiento .....	9
Infografía 6. Actividades realizadas en el departamento del Meta .....	10
Infografía 7. Parques temáticos de la región visitados .....	10
Infografía 8. Parques naturales de la región visitados .....	11
Infografía 9. Práctica de deporte turístico .....	12
Infografía 10. Tipo de transporte utilizado .....	12
Infografía 11. Grupo familiar con quién viajó .....	13
Infografía 12. Compra del paquete turístico .....	14
Infografía 13. Productos y servicios que incluía el paquete turístico .....	14
Infografía 14. Formas en las que se enteraron de los destinos turísticos visitados .....	25
Infografía 15. Red social frecuente .....	25


## GRÁFICAS

Gráfica 1. Porcentaje de conocimiento de la oferta turística .....	8
Gráfica 2. Número promedio de municipios que visitan los turistas en el Meta .....	8
Gráfica 3. Número de noches que pernoctan los turistas en el Meta .....	8
Gráfica 4. Número de noches que pernoctan los turistas en el Meta en el destino principal .....	9
Gráfica 5. Porcentaje de turistas que visitan parques temáticos de la región .....	10



Gráfica 6. Porcentaje de turistas que visitan parques naturales de la región .....	11
Gráfica 7. Porcentaje de turistas que practican deporte turístico .....	12
Gráfica 8. Dificultad promedio en el traslado para llegar al municipio .....	12
Gráfica 9. Promedio de personas con las que realizaron el viaje desde su llegada hasta la salida de su destino .....	13
Gráfica 10. Viajeros que realizaron su viaje con un plan turístico o excursión .....	13
Gráfica 11A. Gasto promedio diario durante el viaje en restaurantes (alimentación) .....	14
Gráfica 11B. Gasto promedio diario durante el viaje en transporte (aéreo, terrestre e interno) .....	15
Gráfica 11C. Gasto promedio diario durante el viaje en hoteles (hospedaje) .....	15
Gráfica 11D. Gasto promedio diario durante el viaje en bares, cafeterías (ocio) .....	15
Gráfica 11E. Gasto promedio diario durante el viaje en compras (tienda de recuerdos) .....	15
Gráfica 11F. Gasto promedio diario durante el viaje en visitas culturales (parques naturales y temáticos) ...	16
Gráfica 12. Visitantes que se hospedaron en algún alojamiento en el departamento del Meta .....	16
Gráfica 12A. Calificación promedio del grado de satisfacción con el estado del edificio .....	17
Gráfica 12B. Calificación promedio del grado de satisfacción con el estado de los muebles .....	17
Gráfica 12C. Calificación promedio del grado de satisfacción con el estado de las sábanas y toallas del hospedaje .....	17
Gráfica 12D. Calificación promedio del grado de satisfacción con la limpieza e higiene del alojamiento ....	17
Gráfica 12E. Calificación promedio del grado de satisfacción con el trato del personal del alojamiento .....	17
Gráfica 12F. Calificación promedio del grado de satisfacción con el servicio de comidas del alojamiento ...	17
Gráfica 12G. Calificación promedio del grado de satisfacción con la relación costo/beneficio de los precios del alojamiento .....	18
Gráfica 13. Visitantes que han consumido alimentos al menos en un restaurante en el departamento del Meta .....	18
Gráfica 13A. Calificación promedio del grado de satisfacción con el sabor de los alimentos que consumió	19
Gráfica 13B. Calificación promedio del grado de satisfacción con la variedad de la oferta gastronómica de los restaurantes .....	19
Gráfica 13C. Calificación promedio del grado de satisfacción con el trato del personal del establecimiento	19
Gráfica 13D. Calificación promedio del grado de satisfacción con la limpieza e higiene de los restaurantes	19
Gráfica 13E. Calificación promedio del grado de satisfacción con el precio de los platos .....	19
Gráfica 14. Visitantes que han prestado atención a los factores ambientales .....	20
Gráfica 14A. Calificación promedio del grado de satisfacción con la limpieza y aseo de los municipios visitados .....	20
Gráfica 14B. Calificación promedio del grado de satisfacción con la limpieza y conservación de los lugares visitados .....	20
Gráfica 14A. Calificación promedio del grado de satisfacción con la calidad del agua potable .....	20
Gráfica 15. Visitantes que han participado en actividades de ocio y recreación .....	21
Gráfica 15A. Calificación promedio del grado de satisfacción con las actividades culturales .....	21
Gráfica 15B. Calificación promedio del grado de satisfacción con las actividades deportivas .....	21
Gráfica 15C. Calificación promedio del grado de satisfacción con los parques .....	21
Gráfica 15D. Calificación promedio del grado de satisfacción con las discotecas, bares o casinos .....	21
Gráfica 16A. Calificación promedio del grado de satisfacción con las carretas por las cuales ha transitado	22
Gráfica 16B. Calificación promedio del grado de satisfacción con el transporte local .....	22
Gráfica 16C. Calificación promedio del grado de satisfacción con la seguridad en general de los sitios en los que ha estado .....	22
Gráfica 17. Actividades que ayudan a la conservación del medio ambiente .....	22
Gráfica 18. Viajeros que fueron informados sobre los cuidados y normas para conservar la fauna y flora ...	23





Gráfica 19. Calificación promedio del trato recibido .....	23
Gráfica 20. Calificación promedio del grado de satisfacción con la experiencia como visitante .....	23
Gráfica 21. Promedio de las veces que ha visitado el municipio en los últimos dos años .....	24
Gráfica 22. Visitantes que volverían a visitar el municipio .....	24
Gráfica 23. Recomendación del municipio como destino turístico .....	24



## 1. Introducción

El turismo en esencia debe ser una actividad sostenible, teniendo en cuenta que el objetivo es lograr que la llegada de visitantes a un destino genere impactos positivos lo suficientemente relevantes para provocar crecimiento económico, mejoramiento de la calidad de vida y bienestar a las comunidades involucradas.

En este sentido, la Organización Mundial del Turismo - **OMT** - plantea como propósitos del turismo sostenible:

- 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**, tiene como objetivo primordial en su misión liderar y promocionar el desarrollo turístico del departamento del Meta, planeando y ejecutando acciones dentro del programa “*Productividad y competitividad de las empresas del Departamento del Meta*”, siguiendo los lineamientos del Plan de Desarrollo “*Hagamos Grande al Meta*”; liderado por la gobernación del departamento del Meta, el Instituto ha venido adelantando diferentes actividades encaminadas a engrandecer el sector turístico, a través de la divulgación de los productos y servicios turísticos propios de esta zona del país, con el objetivo de cumplir su visión la cual es posicionar al departamento del Meta en una importante opción turística en el ámbito nacional e internacional.

Por lo anterior, la entidad viene ejecutando y apoyando planes, programas y actividades de desarrollo turístico que garanticen la sostenibilidad económica, social y ambiental del desarrollo turístico regional; por tanto, se realiza la estructuración e implementación del sistema estratégico de información turística del departamento del Meta, con el fin de integrarlo al centro de información turístico de Colombia, el cual definió cuatro tipos de encuestas a realizar las cuales corresponde a grupos poblacionales diversos con el fin de abarcar la información tanto de la demanda de Servicios Turísticos, así como de la oferta de servicios en el Departamento del Meta.

## 2. Objetivos

### 2.1. Objetivo general

Recopilar, organizar y analizar los datos relacionados con la medición del turismo como sector económico, la medición del impacto económico, social y ambiental derivado de la llegada de visitantes a una región y la ejecución de un ejercicio de prospectiva estratégica de la industria, utilizando las recomendaciones y la metodología propuesta por la Organización Mundial del Turismo - **OMT** -.

### 2.2. Objetivo específico

Caracterizar los visitantes y viajes turísticos con recolección de datos mensuales. (Medición del turismo receptor).

## 3. Metodología

El enfoque que se adecuó a la presente investigación fue el cuantitativo, debido a que se utilizó para la recolección de datos los formatos entregados por **Ministerio de Comercio Industria y Turismo**, el cual presenta numéricamente las variables, en donde se tuvo que recurrir al uso del análisis estadístico de las mismas para así alcanzar los objetivos de investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

El diseño fue no experimental transeccional descriptivo; debido a que no se realizó la manipulación deliberada de variables, sino que sólo se observaron y recopilaron datos en un momento único, acerca de la recopilación y análisis de datos relacionados con la medición de turismo como sector económico caracterizando los visitantes y los viajes turísticos con recolección de los datos mensuales, para después analizarlos y proporcionar una descripción de los mismos. El tipo de investigación fue descriptivo porque busca especificar características importantes del fenómeno (Hernández et al., 2010).

### 3.1. Diseño de muestreo

La población propuesta para este estudio, tiene como población a los visitantes promedio mensual potenciales del departamento del Meta durante el año 2021 y su estimado para 2022 (363.776) según **SITUR**.

El muestreo es aleatorio simple y con un 2,75% de error estándar; la muestra es de 1.280 usuarios encuestados mensualmente que según participación y respuesta participaron (56,25% para el área metropolitana de Villavicencio y 43,75% para los dos municipios con vocación turística del departamento del Meta; esto es, Cubarral y Puerto López) distribuidas de forma aleatoria.

Según lo propuesto, se muestra que las encuestas a realizar mensualmente son:

**Tabla 1** Muestra base

Encuestador	Municipio	Muestra	Muestra semanal
V1	Villavicencio	180	45
V2	Villavicencio	180	45
V3	Villavicencio	180	45
V4	Villavicencio	180	45
M1	Mesetas	140	35
M2	Mesetas	140	35
PL1	Puerto López	140	35
PL2	Puerto López	140	35
<b>Total encuestas mensuales</b>		<b>1.280</b>	<b>320</b>

Fuente: Estadístico SITUR



### **3.2. Instrumentos**

En relación con los instrumentos, se aplicaron dos instrumentos que miden la caracterización de los visitantes y viajes turísticos al departamento del Meta (Ver Anexo I).

### **3.3. Software**

Para el procesamiento de la información y como protocolo de seguridad se recopiló y trató la información en un archivo de Excel, para luego ser trasladado al software SPSS versión 24.0, en el que todos los análisis estadísticos se realizarán con una confianza de 0.95.

### **3.4. Riesgos e incomodidades asociadas al estudio**

El desarrollo del presente estudio no representa riesgo alguno para la salud física ni mental de los participantes; sin embargo, los análisis estadísticos están sujetos a la veracidad de la información plasmada por cada participante.

### **3.5. Privacidad y confidencialidad**

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o presentados en reuniones de investigadores y profesionales en el área según la Concesión disponga, pero la identidad de la población objeto del estudio nunca será divulgada, puesto que nos acogeremos a la Ley 1581 de 2012 de protección de datos personales, decreto único 1074 de 2015, y las demás normas que las desarrollen, modifiquen o sustituyan.

## 4. Análisis de la encuesta a visitantes

Conocer la percepción que tienen los visitantes de un destino turístico es de suma importancia para determinar si un destino es sostenible; el comportamiento y los gastos generados por los visitantes al realizar compras de productos y servicios provocan impactos en el ámbito económico, social, cultural y ambiental, permitiendo que las comunidades involucradas logren crecimiento económico y se mejore su calidad de vida. Para tal fin, se hace necesario motivar la escogencia del departamento del Meta como destino de viajes turísticos; y para hacer realidad este propósito, se requiere de un compromiso compartido entre todos los actores de esta cadena económica, como los son las entidades gubernamentales, gremios, empresarios e instituciones que directa o indirectamente participan en la atención a los visitantes, logrando así que los visitantes vivan experiencias placenteras, auténticas e inolvidables y el turismo en el Meta sea competitivo.

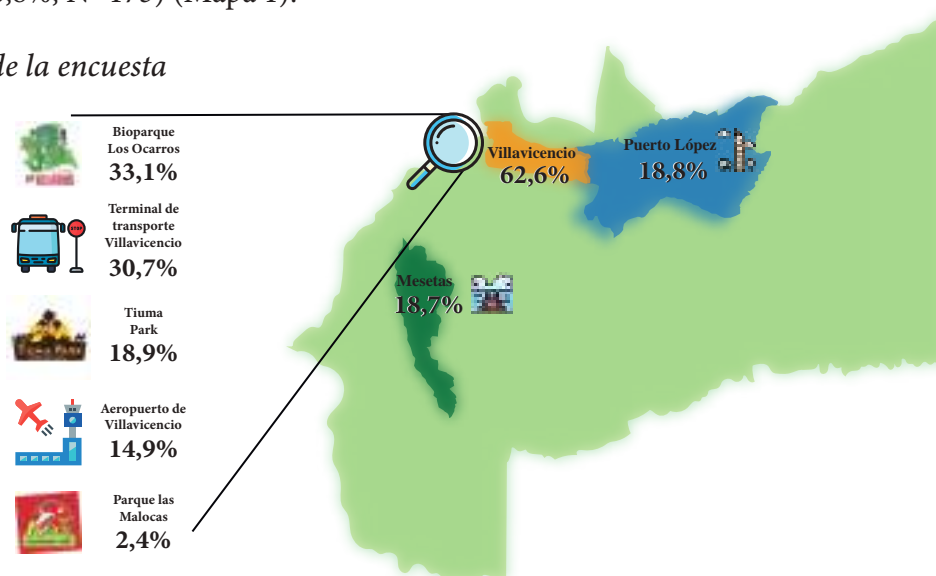
Por tal motivo, la aplicación de estas encuestas permite medir el turismo receptor e identificar sus principales necesidades, la oferta y la demanda en el departamento, caracterizando los visitantes y viajes turísticos mediante la recolección de datos (*medición del turismo receptor*) en el período comprendido entre el 09 de febrero y el 08 de marzo de 2022 en los municipios de Villavicencio, Mesetas y Puerto López, mediante la aplicación de un estudio estadístico para obtener el perfil del turista y los viajes turísticos en el departamento del Meta. Los resultados obtenidos pretenden generar alternativas innovadoras que motiven el propósito de lograr sostenibilidad en el turismo a largo plazo, propiciando el desarrollo y crecimiento regional, fortaleciendo las actividades empresariales en el engranaje económico y mejorar así la calidad de vida de las comunidades involucradas.

La presente medición de turismo receptor toma relevancia en el entendido que los destinos turísticos que quieran o pretenden mantener su vocación turística, deben entender las necesidades de sus visitantes, conocer sus opiniones y expectativas, los gastos que han planificado para su viaje, entre otros aspectos importantes para el turismo.

### 4.1. Lugar de la encuesta

El desarrollo de las encuestas se da en el destino principal que es Villavicencio (62,6%, N=583), donde se ubicaron los parques temáticos como Las Malocas (2,4%) y Ocarros (33,1%), así mismo, en el lugar donde llegan más visitantes que es a la terminal de transporte (30,7%) y en el aeropuerto Vanguardia (14,9%) y parque Tiuna Park (18,9%); además, en el municipio de Mesetas (18,7%; N=174) y Puerto López en el mirador turístico (18,8%; N=175) (Mapa 1).

Mapa 1 Lugar de la encuesta



## 4.2. Medición turismo receptor

La medición del turismo receptor tiene por objeto caracterizar los visitantes y los viajes turísticos con recolección de datos mensuales.

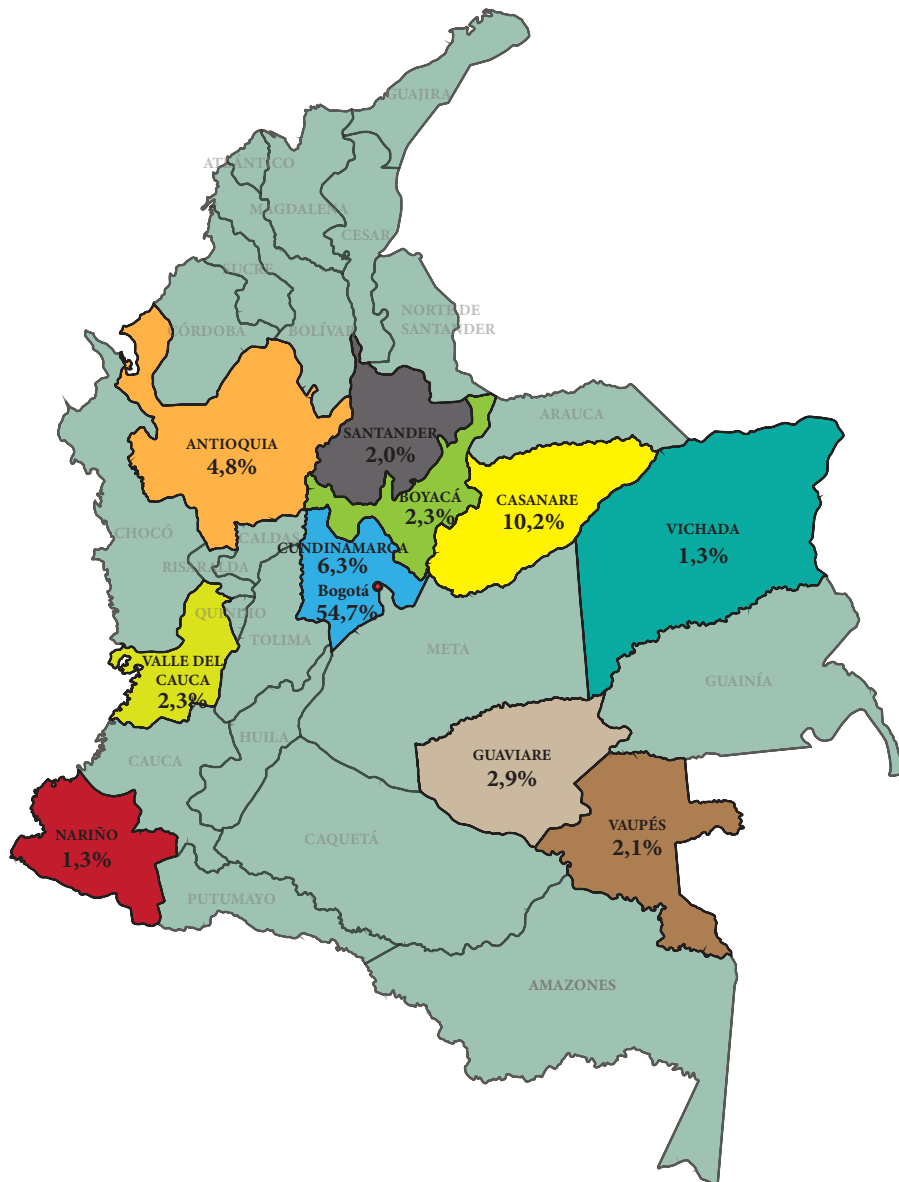
### 4.2.1. Indicadores de perfil

Referente a la medición de turismo receptor a través del SITUR Meta, se trabajó en la implementación de indicadores para el departamento del Meta, tales como:

#### ◦ *Departamento de residencia de turistas nacionales*

En el caso del departamento de residencia para el horizonte temporal de esta medición, se evidenció al distrito capital de Bogotá con un 54,7% en general; seguido por, Casanare con un 10,2%, Cundinamarca con un 6,3% y en su orden para un pareto del 91,4% le siguen los departamentos de Antioquia, Guaviare, Boyacá, Valle del cauca, Vaupés, Santander, Nariño y Vichada (Mapa 2).

Mapa 2 Departamento de residencia de turistas nacionales



### ◦ País de residencia

En cuanto a visitantes extranjeros, cabe resaltar que durante el presente período el porcentaje de visitantes extranjeros entrevistados fue del 2,5% del total de visitantes entrevistados. Por lo anterior, se evidenció que el 97,5% de turistas entrevistados son nacionales residentes en otros departamentos de Colombia diferentes al Meta; del restante 2,5%, son turistas franceses (0,5%), Venezolanos (0,4%), Chilenos (0,3%), Alemanes (0,2%), Mexicanos (0,2%), Peruanos (0,2%), Panameños (0,2%) y Españoles (0,1%), Italianos (0,1%) y Suizos (0,1%) (Mapa 3).

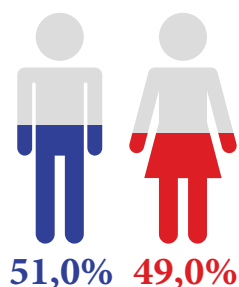
Mapa 3 País de residencia



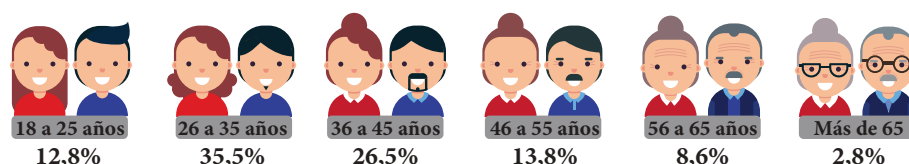
### ◦ Perfil sociodemográfico

Respecto a la edad de los visitantes encuestados, se encontró que los valores de la variable son muy parejos, sin embargo, el 51,0% son hombres y el 49,0% mujeres (Infografía 1); con edades entre los 26 a 45 años mayoritariamente (Infografía 2).

Infografía 1 Género



Infografía 2 Edad



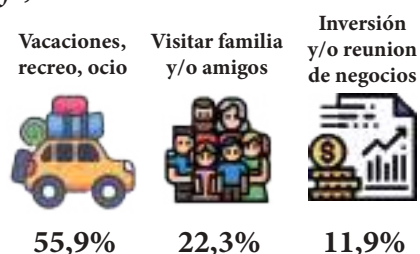
## 4.2.2. Indicadores de caracterización de visitantes y viajes turísticos

### 4.2.2.1. Motivo principal de viaje para visitar el departamento del Meta

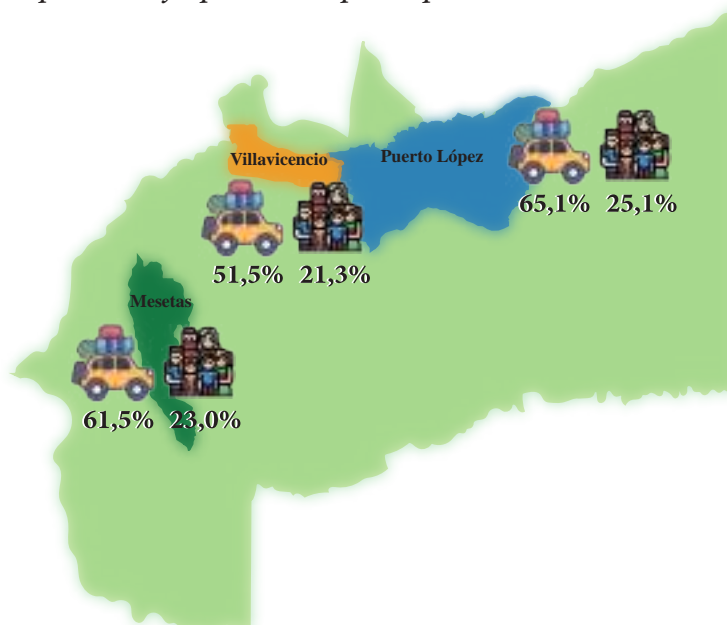
“El motivo principal de un viaje ayuda a determinar si éste puede considerarse un viaje turístico y si el viajero es un visitante” (OMT). Este dato es muy útil para caracterizar el perfil de gasto de los visitantes e identificar segmentos de interés.

En el análisis de los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuestas, se encontró que los motivos de viaje de los visitantes al Meta se pueden clasificar en tres grandes segmentos (Pareto de 90,6%): en primera medida *vacaciones, recreo y ocio* con un 55,9%; seguido por *visita a familiares y/o amigos* con un 22,3% y *realizar inversión y/o asistir a reuniones de negocios* con un 11,9% (Infografía 3). Cabe resaltar, que en el municipio de mesetas se encontró que el 4,0% de turistas visitan el municipio para vender bienes o prestar servicios y el 5,1% de turistas en Puerto López van en tránsito a otro destino al igual que el 3,4% de turistas de Mesetas (Infografía 4) (Anexo 03 CD).

**Infografía 3** Motivo principal de viaje, total



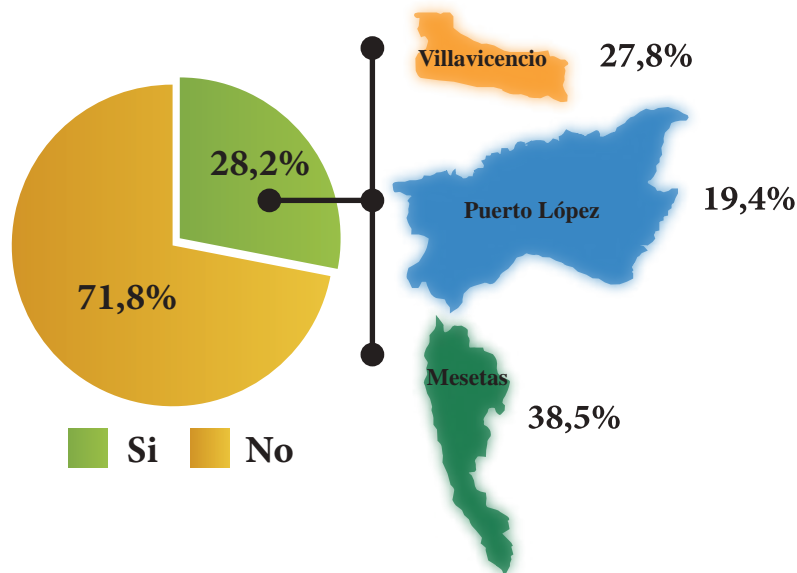
**Infografía 4** Motivo principal de viaje, por municipio impactado



### 4.2.2.2. Conocimiento de la oferta turística de su destino

En cuanto a los conocimientos de los visitantes de la oferta turística del departamento del Meta el 28,2% aseguraron conocerla mientras que el 71,8% la desconocen, lo que hace denotar la importancia de aumentar la promoción y publicidad del departamento para el posicionamiento como destino turístico (Gráfica 1). Cabe resaltar, que los turistas que llegan al municipio de Mesetas presentan un mayor conocimiento del destino con un 38,5%.

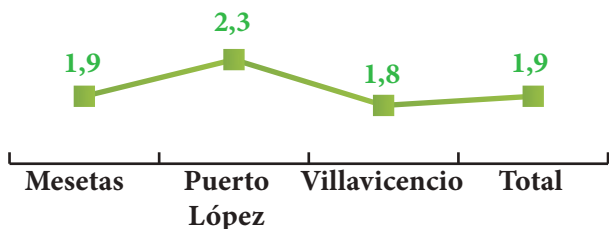
**Gráfica 1** Porcentaje de conocimiento de la oferta turística



**4.2.2.3. Número de municipios que visitó desde el momento en el que llegó al departamento del Meta**

Para el presente indicador, se evidenció que en promedio los turistas que llegan al departamento visitan 1,9 municipios durante su estancia (Me=1,9; DS=1,2); sin embargo, los visitantes de Puerto López en promedio visitan 2,3 municipios durante su estancia (Me=2,3; SD=1,2) (Gráfica 2). Es de resaltar, que en general el rango de municipios visitados va desde 1 hasta 8 municipios; aunque el pareto se condensa entre 1 y 3 municipios (Anexo 03 CD).

**Gráfica 2** Número promedio de municipios que visitan los turistas en el Meta

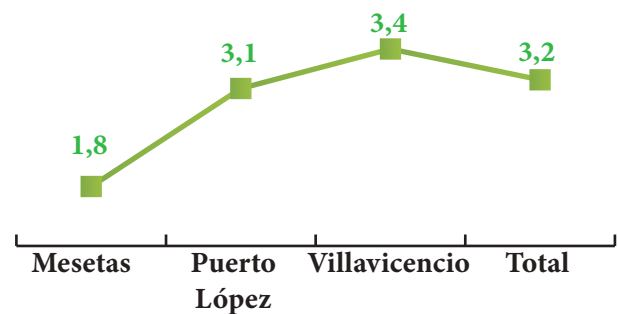


**4.2.2.4. Número de noches que pasa en el departamento del Meta**

En cuanto a este indicador, se encontró que el número promedio de noches que pernoctan los

turistas durante el mes comprendido entre el 9 de febrero y el 8 de marzo de 2022 fue de 3,2 días (Me=3,2; SD=3,7); es importante mencionar, que los turistas del municipio de mesetas pernoctan en promedio 1,8 días (Me=1,8; SD=1,5) (Gráfica 3).

**Gráfica 3** Número de noches que pernoctan los turistas en el Meta



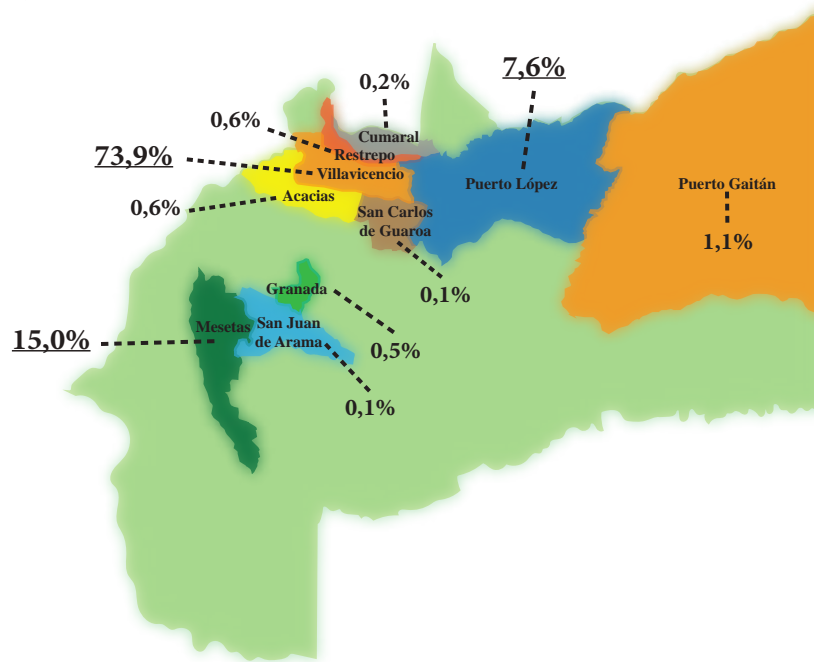
**4.2.2.5. Destino principal de los visitantes**

“El destino principal de un viaje turístico se define como el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje” (OMT). Un viaje turístico receptor se refiere al que realiza un visitante a partir del momento en el que llega al departamento del Meta hasta el momento en el que se traslada a otro; una de sus características principales es la identificación del destino principal.

Para los visitantes encuestados el destino principal es Villavicencio, capital del departamento del Meta

conocido como la puerta del Llano y la ciudad más grande de la Orinoquía colombiana, de allí viajan a los municipios cercanos que están en las rutas turísticas que ofrecen variadas actividades como: Restrepo en la ruta del Piedemonte llanero y del pan de arroz, en esa misma vía, Cumaral con su muestra gastronómica de los asaderos de carne a la llanera, Acacias, Mesetas, Granada, San Carlos de Guaroa y san Juan de Arama ubicado sobre la ruta del embrujo llanero y Puerto López y Puerto Gaitán en la ruta del Amanecer llanero (Mapa 4).

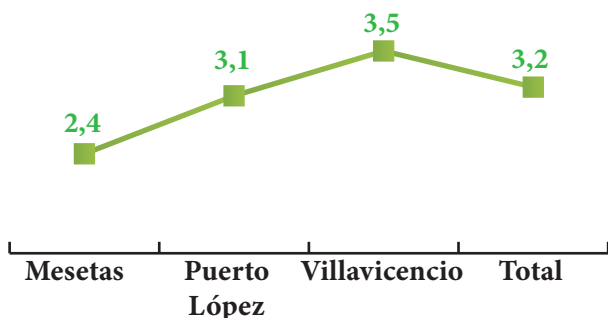
**Mapa 4 Destino principal**



**4.2.2.6. Número de noches que pasa el turista en el destino principal**

En cuanto a este indicador, se evidencia que el número promedio de noches que pernoctan los turistas en el destino principal durante el mes comprendido entre el 9 de febrero y el 8 de marzo de 2022 fue de 3,2 días (Me=3,2; SD=3,6); es importante mencionar, que los turistas del municipio de mesetas pernoctan en promedio 2,4 días (Me=2,4; SD=1,6) (Gráfica 4).

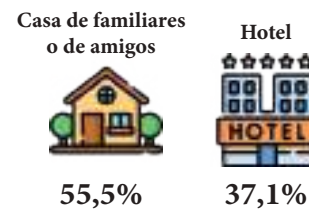
**Gráfica 4 Número de noches que pernoctan los turistas en el Meta en el destino principal**



**4.2.2.7. Tipo de alojamiento**

El principal tipo de alojamiento de los turistas entrevistados es la casa de familiares o amigos con un 55,5%; y hotel con un 37,1% (Infografía 5).

**Infografía 5 Tipo de alojamiento**



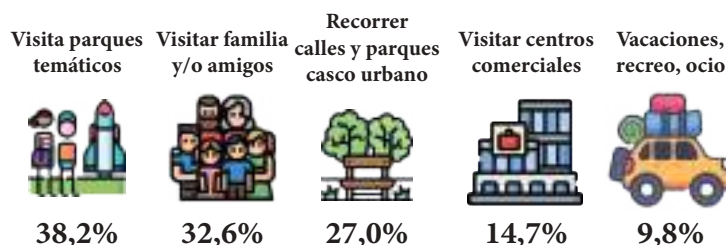
**4.2.3. Indicadores de caracterización de actividades realizadas en el departamento del Meta**

**4.2.3.1. Actividades realizadas en el departamento del Meta**

Las actividades preferidas por los turistas que visitaron el departamento del Meta entre el 9 de febrero y

y el 8 de marzo son en su orden: la *visita a parques temáticos o parques de atracciones* para el 38,2% de turistas, seguido por el 32,6% de turistas que *visitaron a sus familiares y/o amigos*, el 27,0% que *recorrieron las calles y parques del casco urbano*, el 14,7% *visita a centros comerciales* y el 9,8% solo manifiesta venir al Meta de *vacaciones, recreo y ocio* (Infografía 6). Cabe resaltar, que los turistas entrevistados en el municipio de Mesetas tienen como actividades principales la *visita a familiares y/o amigos*, *vacaciones, recreo y ocio* y *visita a parques naturales, cascadas, ríos, pozos, balnearios, zoológicos y jardines botánicos*; mientras que, los turistas de Puerto López en general visitan las mismas atracciones que el global del departamento al igual que los visitantes de Villavicencio, el 11,1% de turistas de Villavicencio *realizan inversiones o reuniones de negocios*; lo que incentiva el turismo de negocios (Anexo 03 CD).

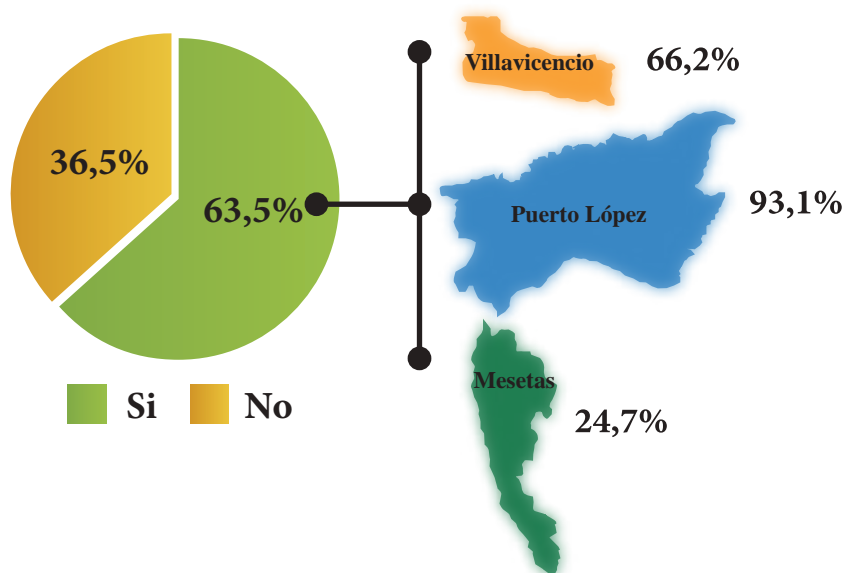
### Infografía 6 Actividades realizadas en el departamento del Meta



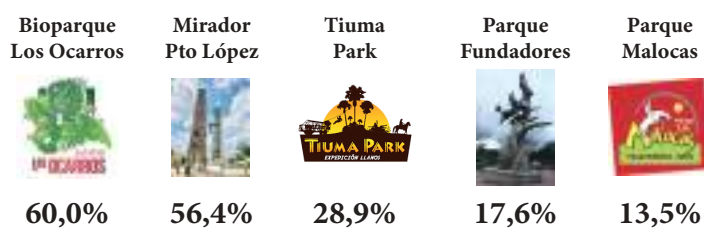
#### 4.2.3.2. Visita a parques temáticos de la región

La mayoría de los visitantes encuestados (63,5%) manifestaron visitar los parques temáticos de la región (Gráfica 5), tales como: parque los Ocarros (60,0%), Mirador de Puerto López (56,4%), Tiuma Park (28,9%), parque los Fundadores (17,6%) y el parque Malocas (13,5%) principalmente (Infografía 7).

Gráfica 5 Porcentaje de turistas que visitan parques temáticos de la región



### Infografía 7 Parques temáticos de la región visitados

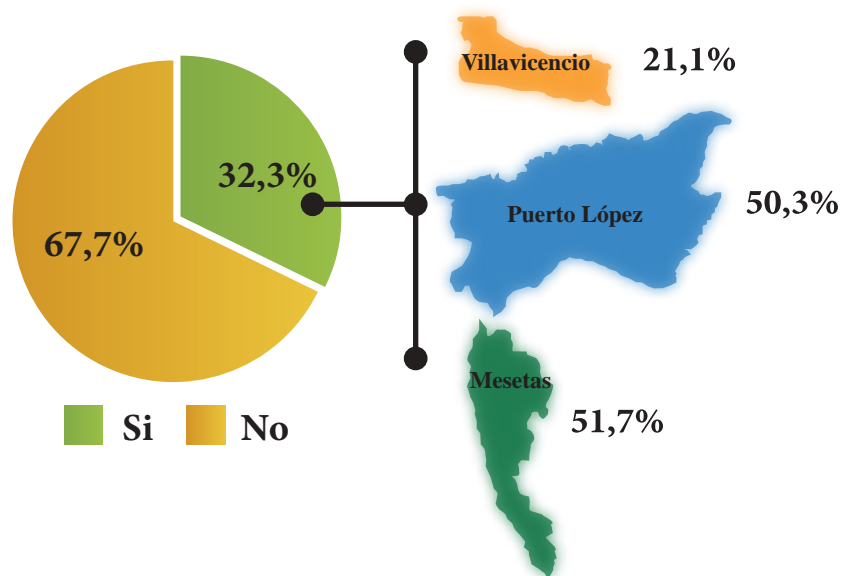




#### 4.2.3.3. Visita a parques naturales, cascadas, ríos, zoológicos y jardines botánicos

En este aspecto, del total de encuestados, tan sólo el 32,3% planificó visitar parques naturales en su estadía en el departamento del Meta (Gráfica 6); entre los cuales manifestaron: ríos, pozos y balnearios con el 43,5%, miradores paisajísticos con el 29,6%, el cañón del río Güejar con el 28,9% y los malecones turísticos con el 23,9% (Infografía 8).

Gráfica 6 Porcentaje de turistas que visitan parques naturales de la región



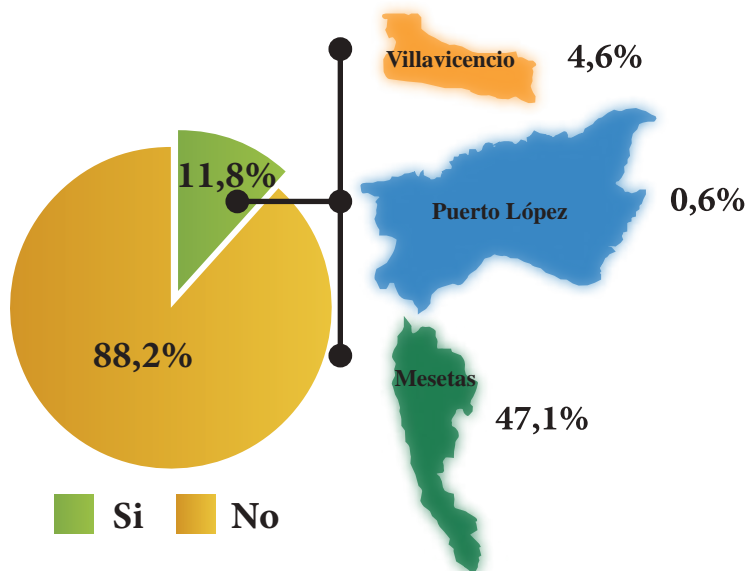
Infografía 8 Parques naturales de la región visitados



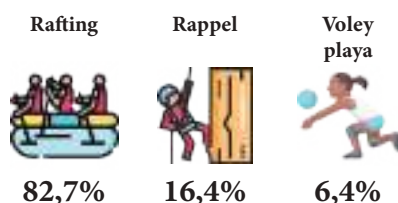
#### 4.2.3.4. Práctica de deporte turístico

Al respecto, un bajo porcentaje manifestó practicar algún deporte turístico (11,8%) (Gráfica 7); entre los cuales se encuentran principalmente el rafting (82,7%), rappel (16,4%) y voleyplaya (6,4%) (Infografía 9).

**Gráfica 7** Porcentaje de turistas que practican deporte turístico



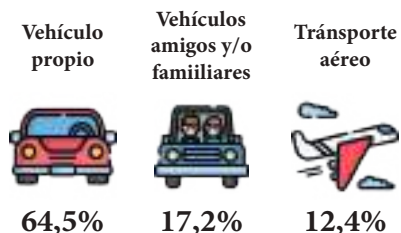
**Infografía 9** Práctica de deporte turístico



#### 4.2.4. Indicadores de caracterización de transporte

En relación al tipo de transporte utilizado para llegar al destino elegido, el 64,5% de visitantes viajan en vehículo propio, seguido del 17,2% que viaja en vehículo de amigos o familiares y el 12,4% en transporte aéreo (Infografía 10).

**Infografía 10** Tipo de transporte utilizado

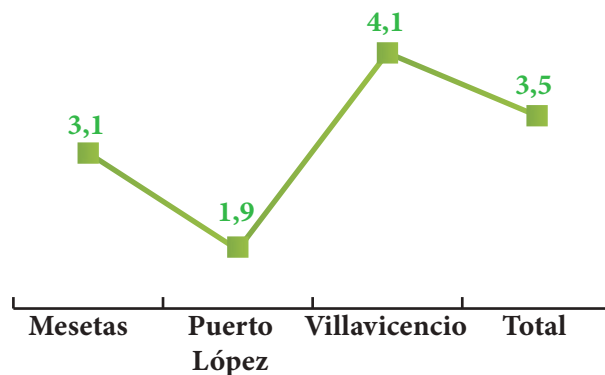


##### 4.2.4.1. Dificultad para llegar al municipio

Los viajeros encuestados debían calificar en una escala de 1 a 10 la dificultad para trasladarse y llegar al municipio de interés, los cuales en prome-

dio manifestaron una dificultad de 3,5 (Me=3,5; SD=3); es de resaltar que los turistas del municipio de Villavicencio consideran una dificultad promedio de 4,1 en la escala (Me=4,1; SD=3,1) (Gráfica 8).

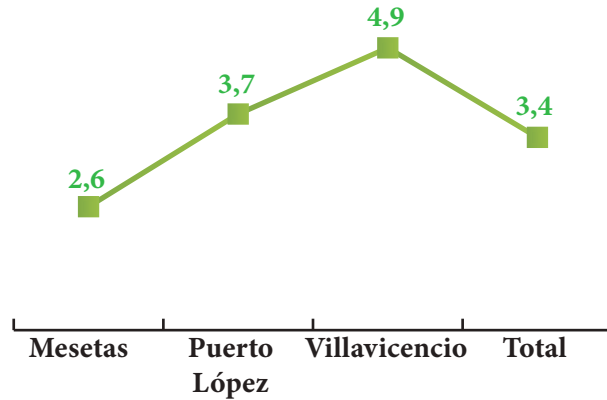
**Gráfica 8** Dificultad promedio en el traslado para llegar al municipio



#### 4.2.5. 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 salda de su destino fue de 3,4 (Me=3,4; SD=5,9); es importante mencionar, que los turistas del municipio de Villavicencio viajaron en promedio con 4,9 personas (Me=4,9; SD=7,3) (Gráfica 9).

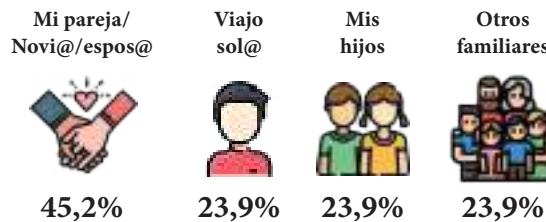
**Gráfica 9** Promedio de personas con las que realizaron el viaje desde su llegada hasta la salida de su destino



#### 4.2.5.1. Grupo de personas con las que realizó el viaje

En este segmento, se preguntó a los viajeros por el grupo de personas que acompañaron su viaje, encontrando que el 45,2% viajaron con su pareja, novio y/o esposo, el 23,9% viajaron solos, el 23,9% viajaron con sus hijos y el 23,9% con otros familiares (Infografía 11).

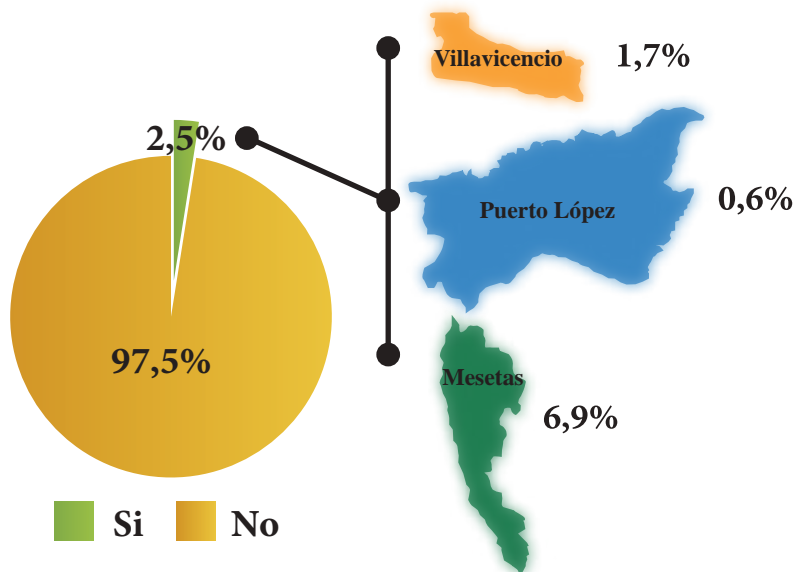
**Infografía 11** Grupo familiar con quién viajó



#### 4.2.6. Indicadores de caracterización del plan de turístico o excursión

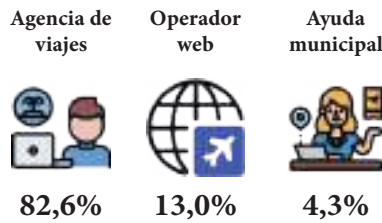
Para esta pregunta, tan sólo el 2,5% manifestó que su viaje lo realizó mediante un plan turístico o excursión (Gráfica 10).

**Gráfica 10** Viajeros que realizaron su viaje con un plan turístico o excursión



Así mismo, se les preguntó a quién fue comprado el plan turístico o excursión mediante el cual viajaron al municipio destino, encontrando que el 82,6% fue comprado a una agencia de viajes (Infografía 12).

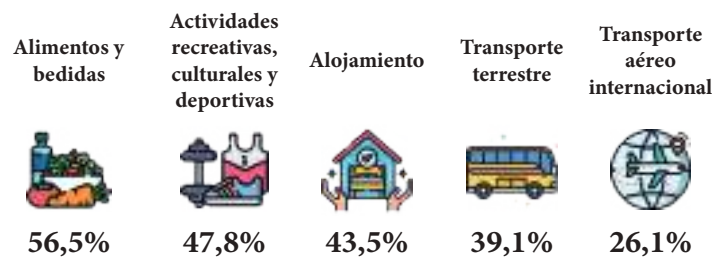
#### Infografía 12 Compra del paquete turístico



#### 4.2.6.1. Productos y servicios que incluía el paquete turístico

Los viajeros encuestados que compraron un paquete turístico para realizar su viaje, manifestaron que incluía alimentación y bebidas (56,5%), así como, actividades recreativas, culturales y deportivas (47,8%), además del alojamiento (43,5%), el transporte terrestre de pasajeros (39,1%) y/o aéreo internacional (26,1%) (Infografía 13).

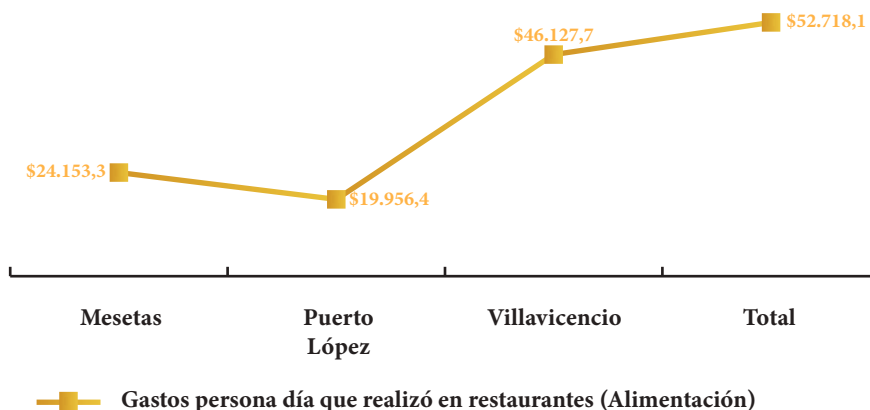
#### Infografía 13 Productos y servicios que incluía el paquete turístico



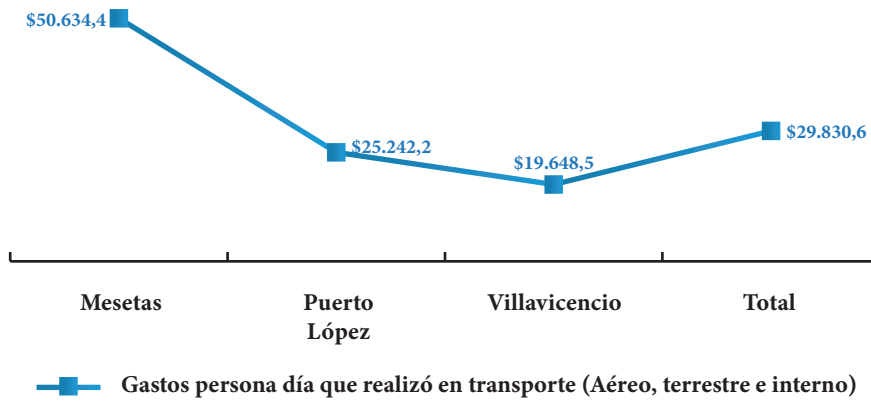
#### 4.2.7. Indicadores de caracterización de gastos durante el viaje

Para determinar el gasto en cuanto a hospedaje, restaurantes, transporte, compras y demás, se realizó un promedio encontrando que en los que más gastaron los viajeros en su viaje al departamento del Meta fue en las visitas culturales, seguido del hospedaje y la alimentación (Gráfica 11A, B, C, D, E y F).

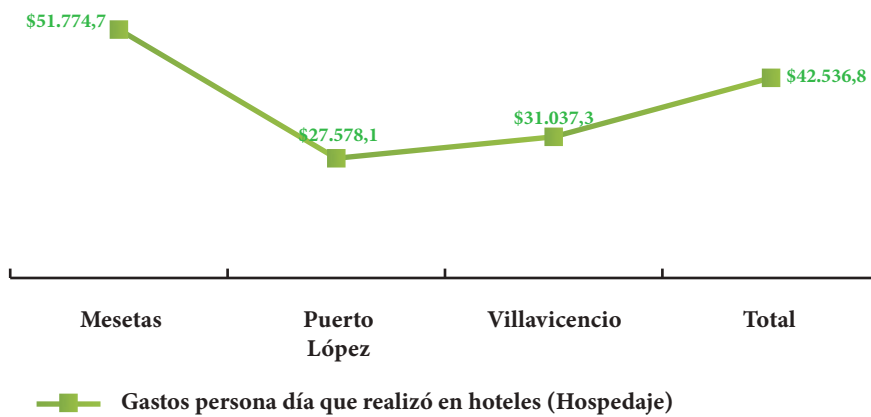
#### Gráfica 11A Gasto promedio diario durante el viaje en restaurantes (alimentación)



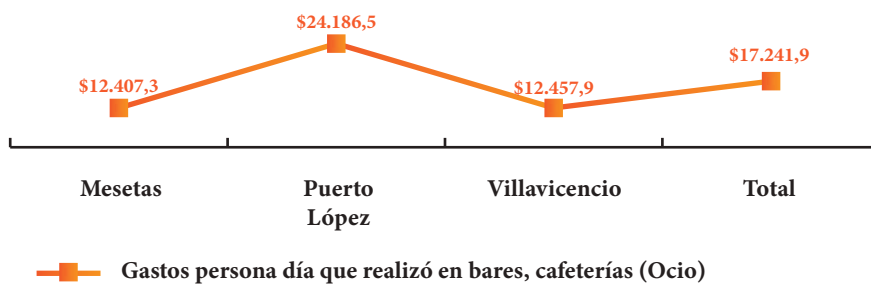
Gráfica 11B Gasto promedio diario durante el viaje en transporte (aéreo, terrestre e interno)



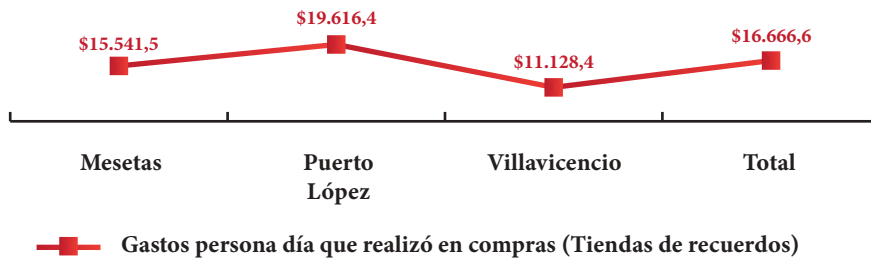
Gráfica 11C Gasto promedio diario durante el viaje en hoteles (hospedaje)



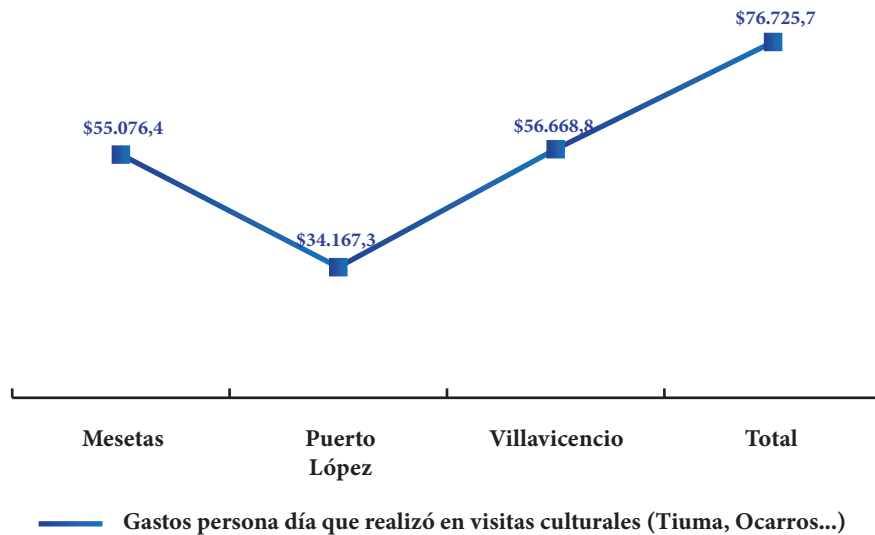
Gráfica 11D Gasto promedio diario durante el viaje en bares, cafeterías (ocio)



Gráfica 11E Gasto promedio diario durante el viaje en compras (tiendas de recuerdos)



**Gráfica 11F Gasto promedio diario durante el viaje en visitas culturales (parques naturales y temáticos)**



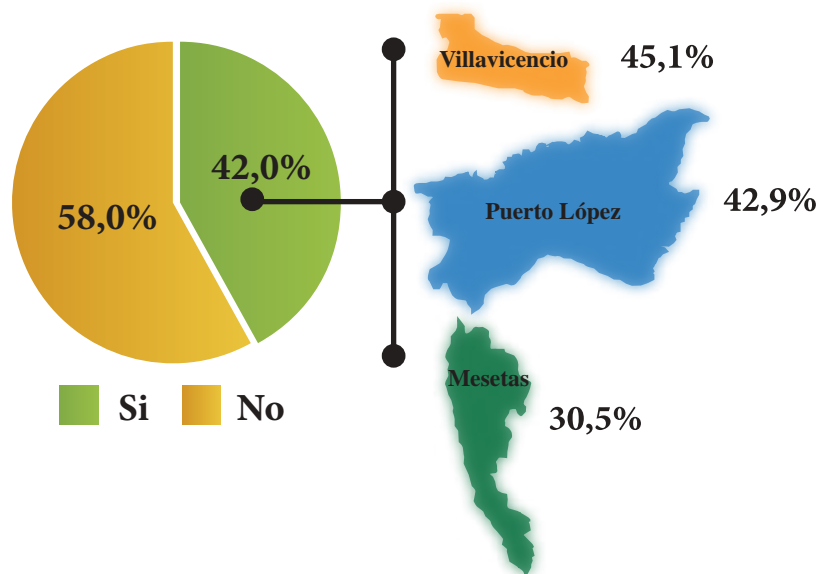
**4.2.8. Indicadores de caracterización de satisfacción con el alojamiento, alimentación, aseo, actividades y carreteras**

Es este apartado, los viajeros calificaron el grado de satisfacción mediante una calificación en escala de 1 a 10, donde 1 es muy insatisfecho y 10 es muy satisfecho. Los resultados obtenidos muestran los siguiente:

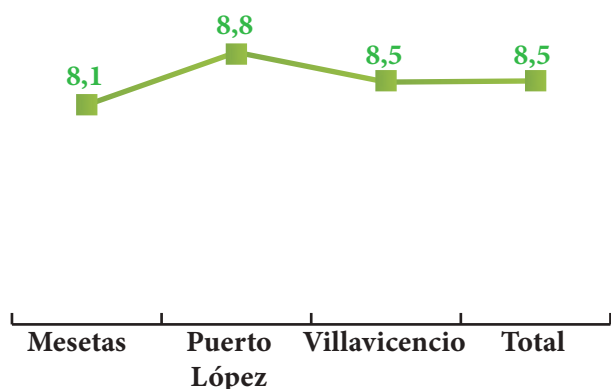
**4.2.8.1. Hospedaje**

En cuanto al alojamiento, el 42,0% de los visitantes se hospedó en algún alojamiento en el departamento del Meta (Gráfica 12); así mismo, se le preguntó por el grado de satisfacción respecto al estado del edificio del alojamiento el cual fue calificado con un promedio de 8,5 (Gráfica 12A); seguido por el estado de los muebles con una calificación promedio de 8,4 (Gráfica 12B); el estado de las sábanas y toallas del hospedaje con un promedio de 8,5 (Gráfica 12C); la limpieza e higiene del alojamiento con un promedio de 8,6 (Gráfica 12D); el trato del personal del lugar con un promedio de 8,5 (Gráfica 12E); el servicio de comida con una calificación promedio de 8,3 (Gráfica 12F) y la relación costo beneficio de los precios del alojamiento en promedio un 8,5 (Gráfica 12G).

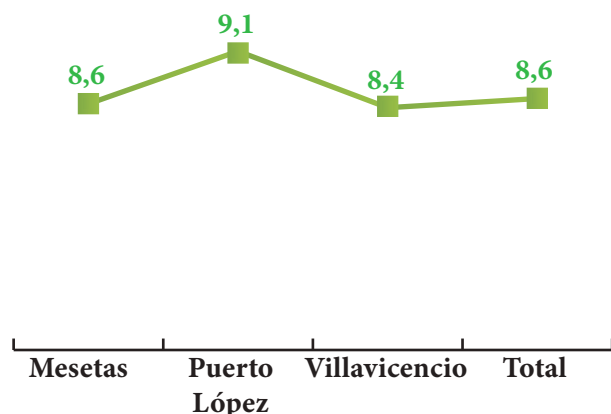
**Gráfica 12 Visitantes que se hospedaron en algún alojamiento en el departamento del Meta**



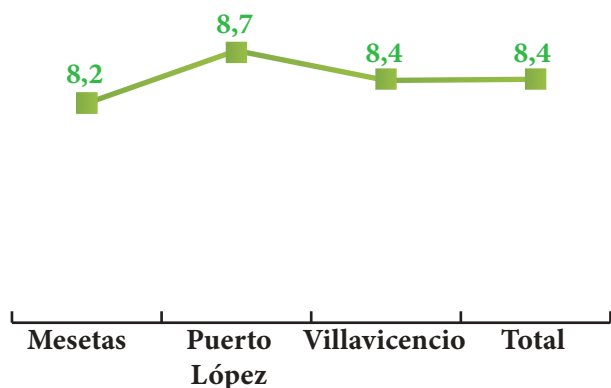
**Gráfica 12A** Calificación promedio del grado de satisfacción con el estado del edificio



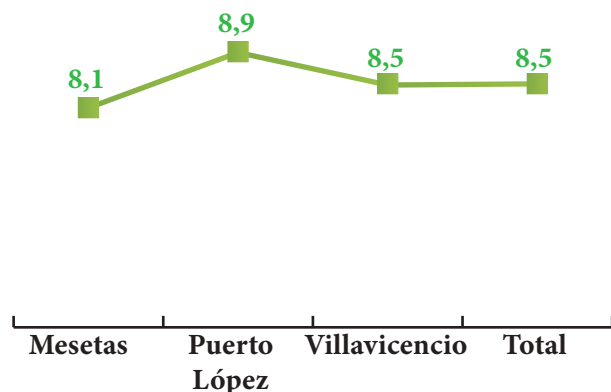
**Gráfica 12D** Calificación promedio del grado de satisfacción con la limpieza e higiene del alojamiento



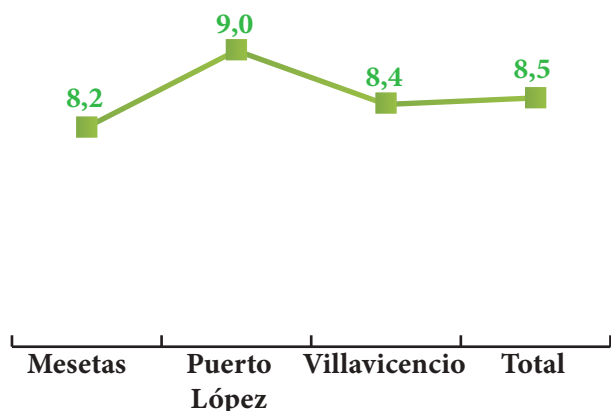
**Gráfica 12B** Calificación promedio del grado de satisfacción con el estado de los muebles



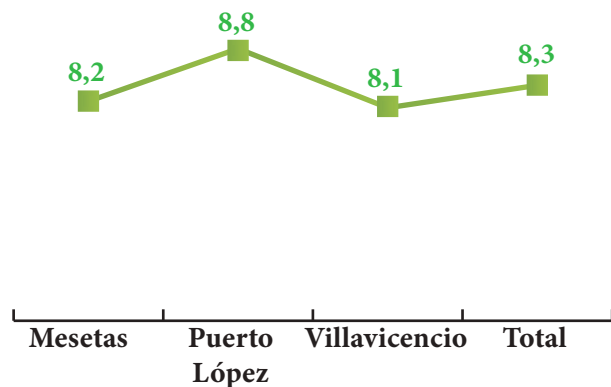
**Gráfica 12E** Calificación promedio del grado de satisfacción con el trato del personal del alojamiento



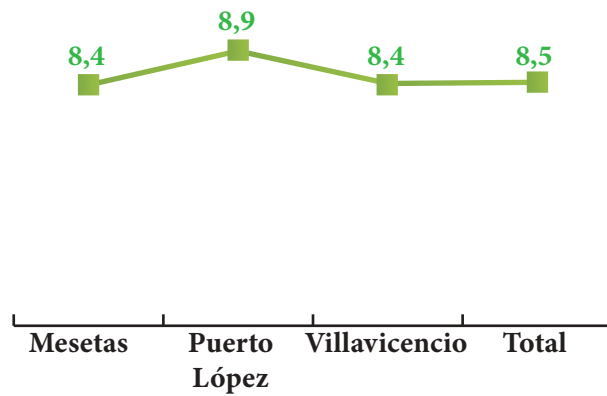
**Gráfica 12C** Calificación promedio del grado de satisfacción con el estado de las sábanas y toallas del hospedaje



**Gráfica 12F** Calificación promedio del grado de satisfacción con el servicio de comidas del alojamiento



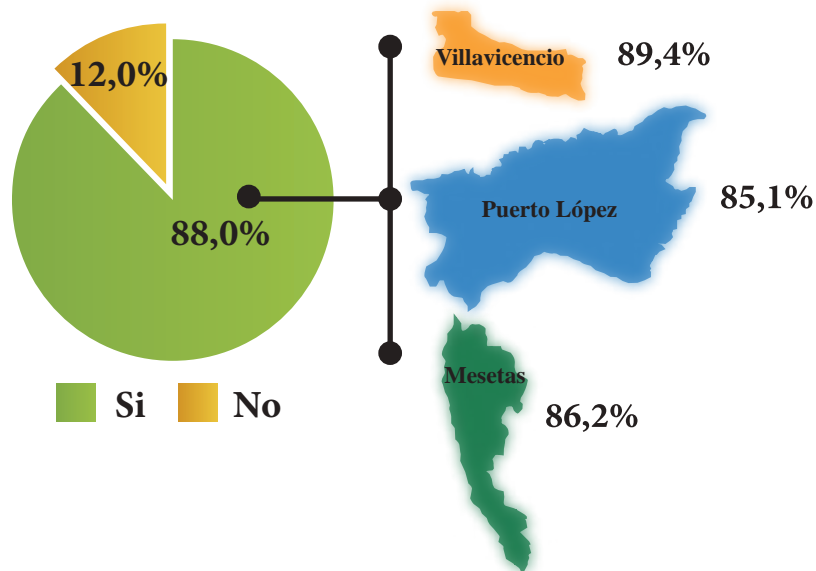
**Gráfica 12G** Calificación del grado de satisfacción con la relación costo/beneficio de los precios del alojamiento



**4.2.8.2. Consumo de alimentos**

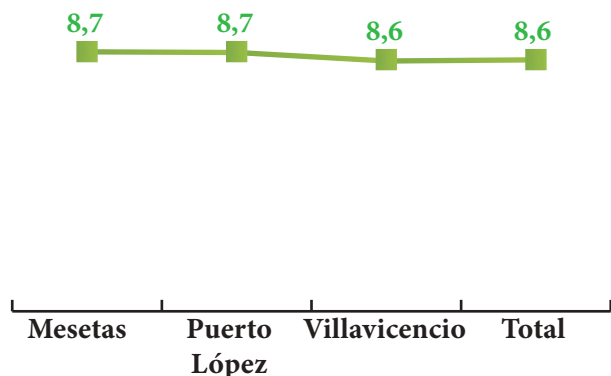
En cuanto al consumo de alimentos, el 88,0% de los visitantes consumió alimentos al menos en un restaurante en el departamento del Meta (Gráfica 13); así mismo, se le preguntó por el grado de satisfacción respecto al sabor de los alimentos el cual fue calificado con un promedio de 8,6 (Gráfica 13A); seguido por la variedad de la oferta gastronómica de los restaurantes que visitó con una calificación promedio de 8,2 (Gráfica 13B); el trato del personas del establecimiento con un promedio de 8,6 (Gráfica 13C); la limpieza e higiene del resutaurante con un promedio de 8,6 (Gráfica 13D) y el precio de los platos con un promedio de 8,4 (Gráfica 13E).

**Gráfica 13** Visitantes que han consumido alimentos al menos en un restaurante en el departamento del Meta

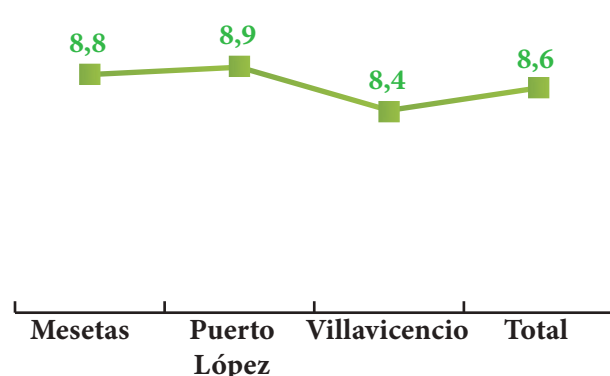




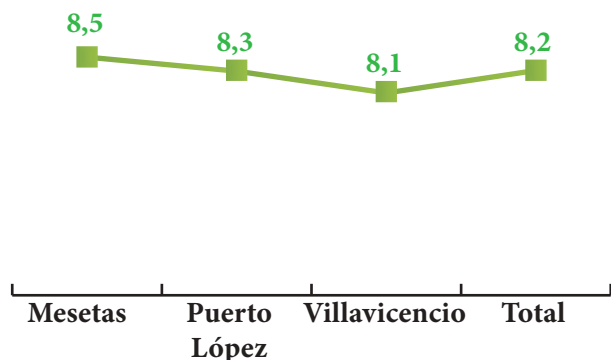
**Gráfica 13A** Calificación promedio del grado de satisfacción con el sabor de los alimentos que consumió



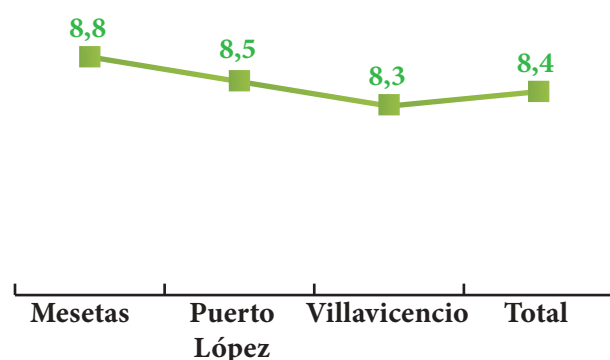
**Gráfica 13D** Calificación promedio del grado de satisfacción con la limpieza e higiene de los restaurantes



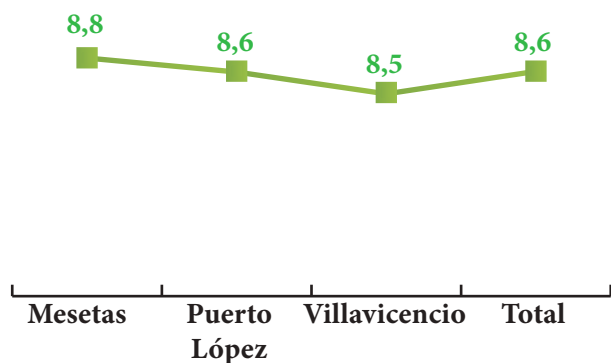
**Gráfica 13B** Calificación promedio del grado de satisfacción con la variedad de la oferta gastronómica de los restaurantes



**Gráfica 13E** Calificación promedio del grado de satisfacción con el precio de los platos



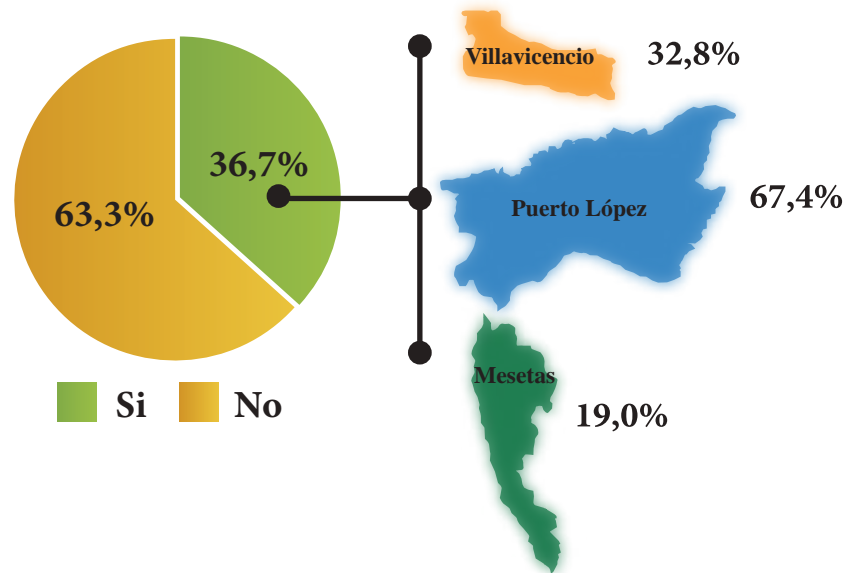
**Gráfica 13C** Calificación promedio del grado de satisfacción con el trato del personal del establecimiento



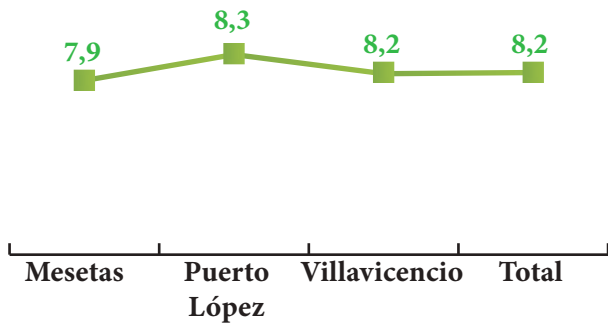
#### 4.2.8.3. Factores ambientales

En cuanto a los factores ambientales, tales como aseo de los municipios, conservación de los lugares que ha visitado o calidad del agua, el 36,7% de los visitantes manifestó que sí (Gráfica 14); así mismo, se le preguntó por el grado de satisfacción respecto a la limpieza y aseo de los municipios visitados con un promedio de 8,2 (Gráfica 14A); seguido por la limpieza y conservación de los lugares visitados (parques temáticos, parques naturales, etc) con una calificación promedio de 8,6 (Gráfica 14B) y el calidad del agua potable con un promedio de 8,0 (Gráfica 14C).

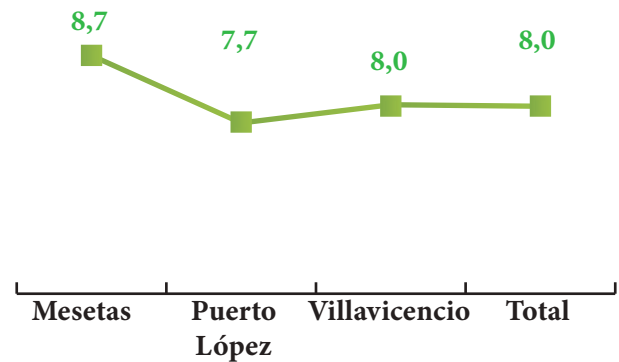
**Gráfica 14** Visitantes que han prestado atención a los factores ambientales



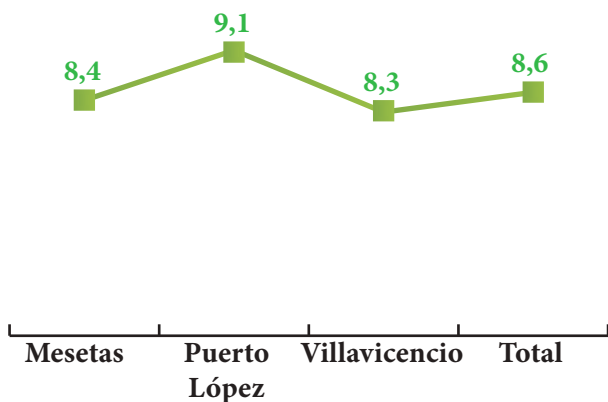
**Gráfica 14A** Calificación promedio del grado de satisfacción con la limpieza y aseo de los municipios visitados



**Gráfica 14C** Calificación promedio del grado de satisfacción con la calidad del agua potable



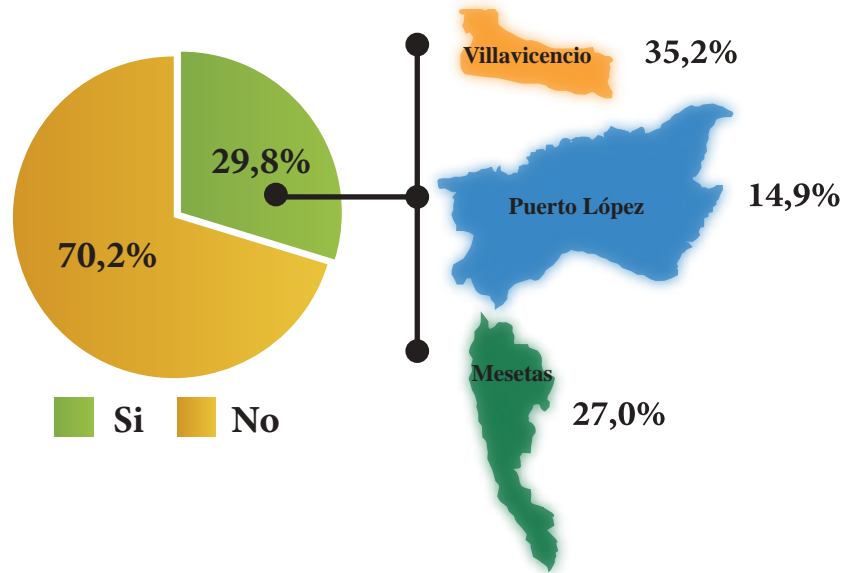
**Gráfica 14B** Calificación promedio del grado de satisfacción con la limpieza y conservación de los lugares visitados



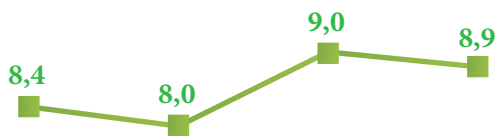
#### 4.2.8.4. Actividades de ocio y recreación

En cuanto a las actividades de ocio y recreación, el 29,8% de los visitantes manifestó que sí participaron en alguna de estas (Gráfica 15); así mismo, se le preguntó por el grado de satisfacción respecto a las actividades culturales con una calificación promedio de 8,9 (Gráfica 15A); seguido por las actividades deportivas con una calificación promedio de 8,4 (Gráfica 15B), la calificación de los parques con un promedio de 8,8 (Gráfica 15C) y la calificación de las discotecas, bares y casinos con un promedio de 8,5 (Gráfica 15D).

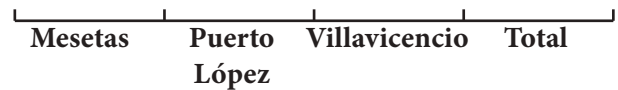
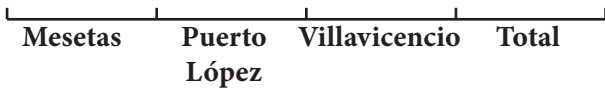
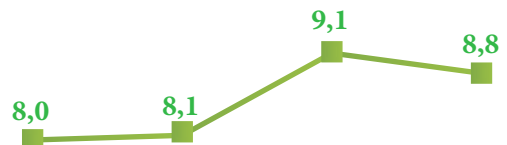
**Gráfica 15** Visitantes que han participado en actividades de ocio y recreación



**Gráfica 15A** Calificación promedio del grado de satisfacción con las actividades culturales



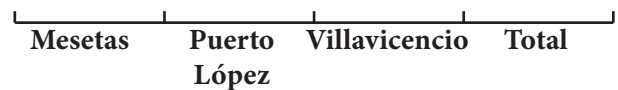
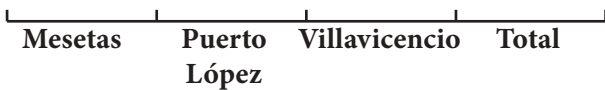
**Gráfica 15C** Calificación promedio del grado de satisfacción con los parques



**Gráfica 15B** Calificación promedio del grado de satisfacción con las actividades deportivas



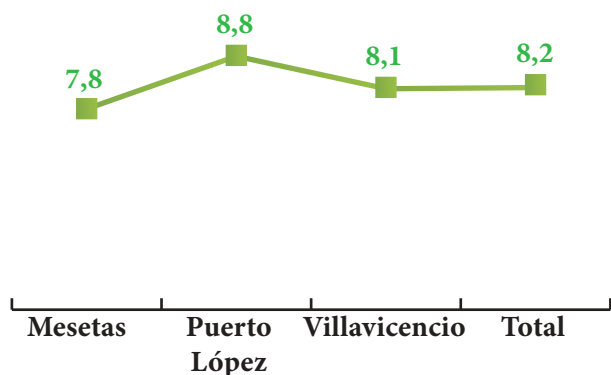
**Gráfica 15D** Calificación promedio del grado de satisfacción con las discotecas, bares o casinos



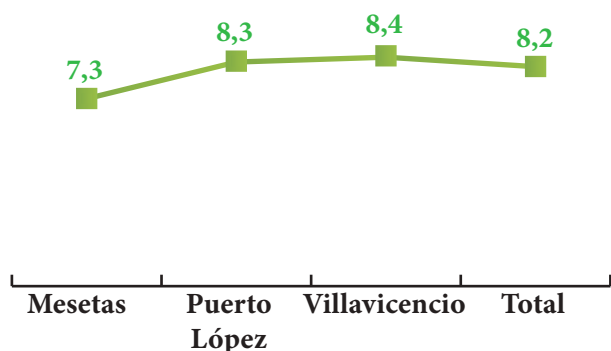
#### 4.2.8.5. Carreteras, transporte y seguridad

En cuanto a los ítems de evaluación de satisfacción en relación a las carreteras por las que ha transitado con un promedio de 8,2 (Gráfica 16A); seguido por el transporte local con una calificación promedio de 8,2 (Gráfica 16B) y la seguridad en general de los sitios en los que ha estado con un promedio de 8,5 (Gráfica 16C).

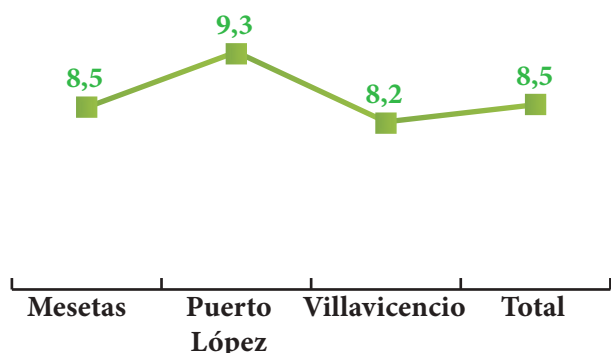
**Gráfica 16A** Calificación promedio del grado de satisfacción con las carreteras por las cuales ha transitado



**Gráfica 16B** Calificación promedio del grado de satisfacción con el transporte local



**Gráfica 16C** Calificación promedio del grado de satisfacción con la seguridad en general de los sitios en los que ha estado



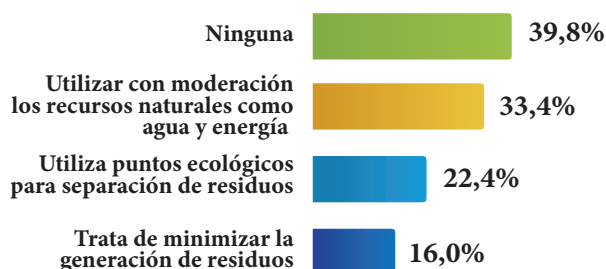
#### 4.2.9. Indicadores de caracterización para la conservación del medio ambiente

Es este segmento, se le preguntó a los viajeros por actividades realizadas que ayuden a conservar el medio ambiente y si fueron informados sobre normas y cuidados con la fauna y flora.

##### 4.2.9.1. Actividades que ayuden a la conservación del medio ambiente

Este aspecto es de suma importancia, dado que, la preservación del ecosistema es primordial para un territorio como el departamento del Meta, donde la fauna y flora proliferan a lo largo y ancho de la Orinoquía; así que se les preguntó a los viajeros si realizaron alguna actividad para ayudar a la conservación del medio ambiente en el municipio que visitaron, encontrando que el 39,8% no realizaron ninguna actividad, sin embargo, el 33,4% manifestaron que utilizaron con moderación los recursos naturales como agua y energía, el 22,4% utilizaron puntos ecológicos para la separación de los residuos y el 16,0% trataron de minimizar la generación de residuos (Gráfica 17).

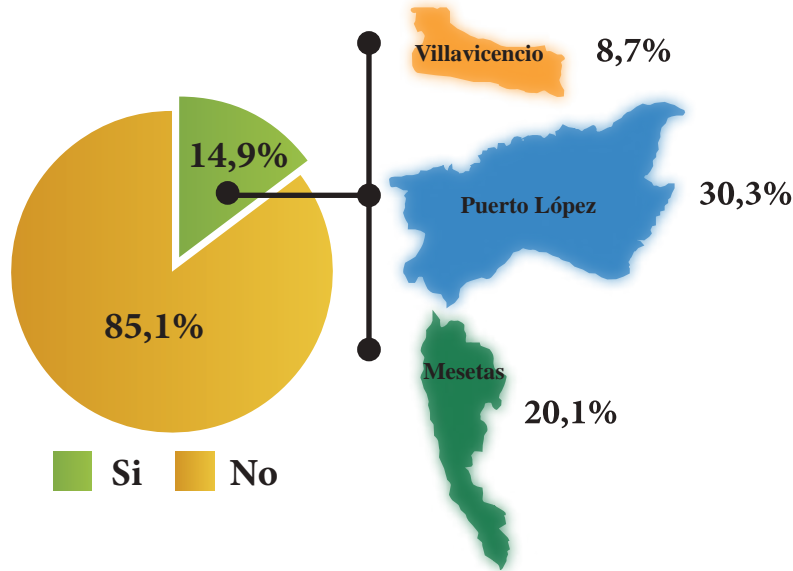
**Gráfica 17** Actividades que ayudan a la conservación del medio ambiente



##### 4.2.9.2. Información sobre normas y cuidado de fauna y flora

Tan sólo el 14,9% de los viajeros encuestados, manifestó que fue informado sobre las normas y cuidados que debe tener el visitante con la flora y fauna del lugar que visitaron (Gráfica 18). Es importante mencionar, que el municipio visitado donde los viajeros si recibieron dicha información fue en el de Puerto López con un 30,3%, seguido de Mesetas con el 20,1%.

**Gráfica 18** Viajeros que fueron informados sobre los cuidados y normas para conservar la fauna y flora



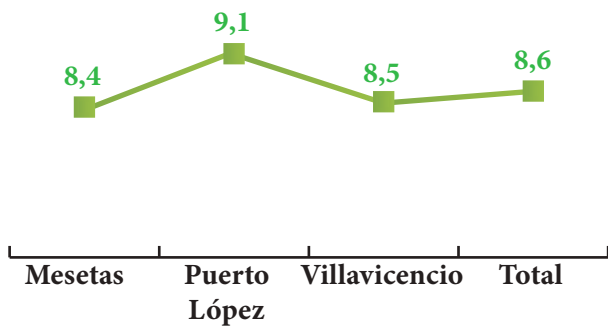
#### 4.2.10. Indicadores de caracterización de estancia en el municipio

Para identificar aspectos importantes durante la estancia en los municipios visitados, se indagó a los viajeros su grado de satisfacción en el trato recibido como turistas, la experiencia, si ya había visitado el municipio y si lo volvería a visitar y lo recomendaría como destino turístico, si fue fácil encontrar productos atractivos en su estancia y finalmente, de como se enteraron de sus destinos turísticos.

##### 4.2.10.1. Calificación del trato recibido como turistas

En este aspecto, en una escala de 1 a 10 donde 1 mal trato y 10 trato excelente, con un promedio de 8,6 los viajeros manifestaron sentirse satisfechos con el trato recibido en el municipio visitado, especialmente, los visitantes del municipio de Puerto López, con un promedio de 9,1 (Gráfica 19).

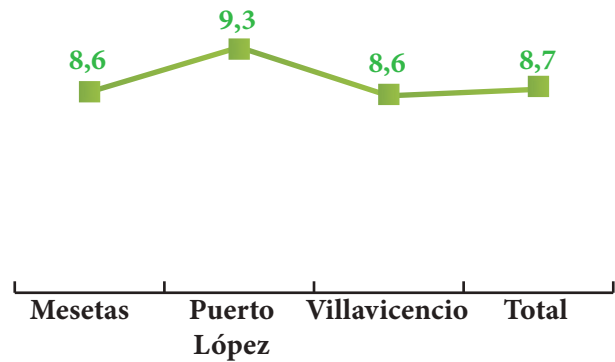
**Gráfica 19** Calificación promedio del trato recibido



##### 4.2.10.2. Calificación de la experiencia al visitar el municipio

El promedio general de los viajeros consideran que su experiencia la visitar el municipio es muy buena con una calificación de 8,7; así mismo, los visitantes del municipio de Puerto López fueron quienes evaluaron mejor su experiencia con un promedio de 9,3 (Gráfica 20).

**Gráfica 20** Calificación promedio del grado de satisfacción con la experiencia como visitante

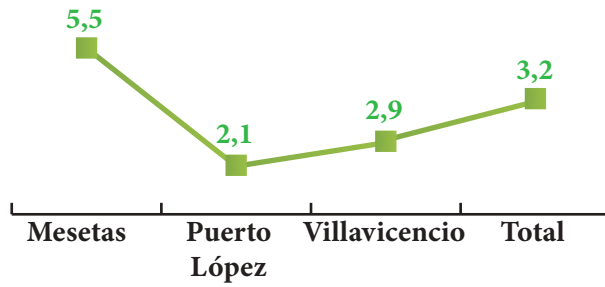


##### 4.2.10.3. Veces en que ha visitado el municipio

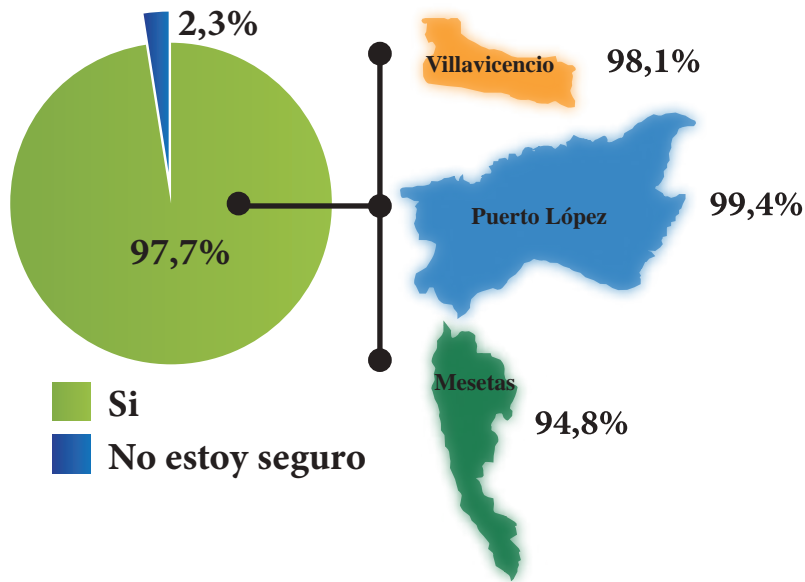
El municipio que han visitado mayor número de veces en los últimos dos años es Mesetas con un promedio de 5,5, seguido de Villavicencio con un promedio de 2,9 (Gráfica 21); quienes en su mayoría (97,7%) manifestaron que volverían a visitar el

municipio (Gráfica 22); el municipio que volverían a visitar en su mayoría es Puerto López.

**Gráfica 21** Promedio de las veces que ha visitado el municipio en los últimos dos años



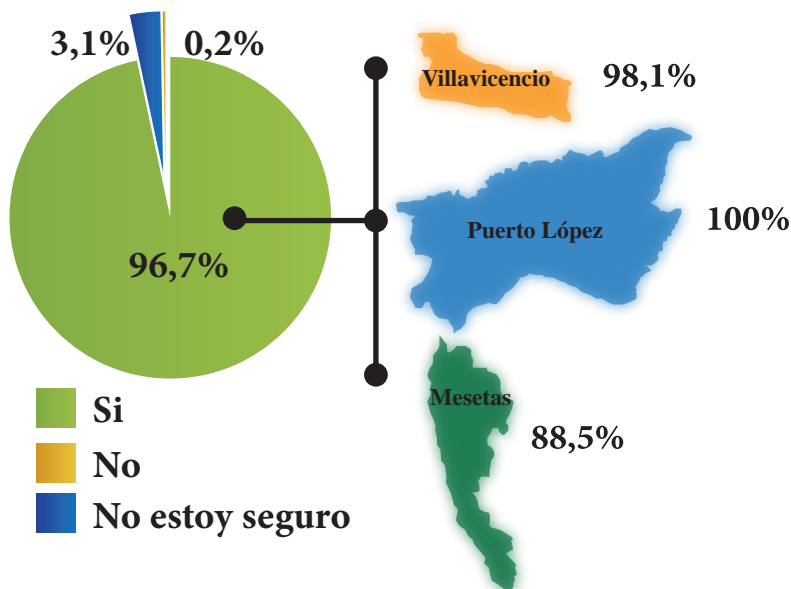
**Gráfica 22** Visitantes que volverían a visitar el municipio



#### 4.2.10.4. Recomendación del municipio como destino turístico

El 96,7% de visitantes si recomendarían el municipio visitado como destino turístico (Gráfica 23), por municipio se encontró Puerto López con el 100% y Villavicencio el 98,1%.

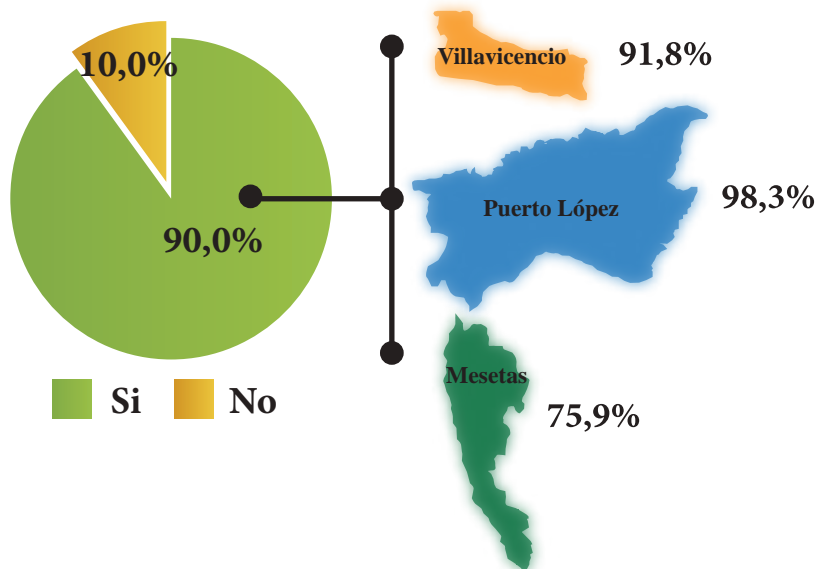
**Gráfica 23** Recomendación del municipio como destino turístico



#### 4.2.10.5. Facilidad de encontrar servicios, productos y atractivos del municipio

Para el 90,0% de viajeros encuestados, fue fácil encontrar servicios, productos y atractivos en el municipio que visitaron (Gráfica 24). Los municipios en los que mayoritariamente encontraron con facilidad productos y servicios fue en Puerto López y en Villavicencio.

**Gráfica 24** *Facilidad para encontrar servicios, productos y atractivos del municipio*



#### 4.2.10.5. Formas en las que se enteraron de los destinos turísticos visitados

Antes de planificar un viaje es importante indagar sobre los posibles destinos turísticos a visitar, para esto, los visitantes en general se enteraron principalmente a través de amigos y/o familiares (78,5%) y porque en una ocasión anterior ya los habían visitado (37,4%) (Infografía 14).

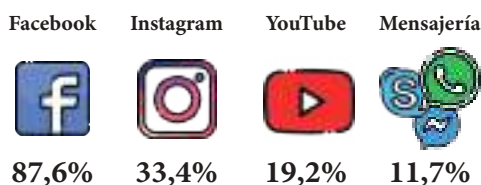
**Infografía 14** *Formas en las que se enteraron de los destinos turísticos visitados*



#### 4.3. Red social frecuente

Cómo última pregunta del cuestionario, se indagó sobre la red social que los viajeros usan con mayor frecuencia encontrado que el Facebook es la plataforma principal con el 87,6%, seguida de Instagram con el 33,4% y Youtube con el 19,2% (Infografía 15). Es importante resaltar, que otro medio es el de mensajería instantánea como WhatsApp, Messenger y Skype, la cual es usada frecuentemente por los viajeros visitantes del municipio de Mesetas principalmente.

**Infografía 15** *Red social frecuente*



## 5. Conclusiones

Al finalizar el estudio desarrollado que obtuvo información acerca del turismo receptor, se enuncian a continuación los principales resultados; en este mismo sentido se concluye:

- En cuanto al perfil sociodemográfico de los visitantes encuestados, se evidenció que a nivel general el 51,0% fueron hombres y el 48,0% mujeres, entre los 26 y 45 años (62,0%), quienes en su mayoría son residentes colombianos provenientes principalmente de Bogotá y Casanare.
- El motivo para visitar el departamento del Meta fueron vacaciones, recreo y ocio, visitar amigos y/o familiares y realizar inversiones y/o asistir a reuniones de negocios; es de resaltar, que un bajo porcentaje conoce la oferta turística del destino elegido.
- El principal municipio visitado por los turistas receptores fue Villavicencio, seguido de Mesetas y Puerto López.
- En promedio los viajeros visitaron 1,9 municipios, hospedándose en promedio 3,2 noches durante su estancia en el departamento del Meta, mayoritariamente en casa de familiares y/o amigos, seguido del hotel o casa/apartamento propio.
- De las actividades realizadas durante la estancia en el departamento del Meta se encontraron visitar familiares, recorrer las calles y parques del casco urbano y la visita a parques temáticos tales como: parque los Ocarros, mirador de Puerto López y el parque Tiuna Park; así como ríos, pozos, balnearios, miradores paisajísticos y el cañón del río Güejar.
- En relación al deporte turístico, un bajo porcentaje de visitantes practicó rafting y rappel.
- Los medios de transporte más utilizados para llegar al destino elegido por los turistas es el vehículo propio, de amigos o familiares o transporte aéreo.
- Los turistas encuestados manifiestan que la dificultad promedio para llegar a su destino fue de 3,5.
- En promedio el grupo de personas que viajaron al destino elegido fue de 3,4, conformándose principalmente por la pareja, los hijos u otros familiares.
- A nivel general, los visitantes al departamento no organizan su viaje mediante paquetes turísticos; sin embargo, se evidenció que los turistas que arriban al municipio de Mesetas en su mayoría compran planes turísticos; paquetes que incluyen alimentación, actividades recreativas, alojamiento y transporte terrestre.
- Los gastos medios por día para cada persona fue de \$235.719,6, los cuales incluyen alimentación, transporte, alojamiento, compras en tiendas de recuerdos, visitas a parques culturales y asistencia a bares y/o cafeterías.
- En cuanto al servicio de hospedaje, a nivel general obtuvo una calificación de 8,5 siendo la higiene y la limpieza el factor mejor calificado con 8,6 puntos en promedio, especialmente, para los encuestados en el municipio de Puerto López con 9,1 puntos.
- Respecto al servicio de restaurantes, a nivel general fue valorado con 8,5 puntos en promedio, resaltando el sabor de alimentos, el trato del personal que lo atendió y la higiene y la limpieza del lugar.



- La valoración general de los factores ambientales, fue calificada con un promedio de 8,3 puntos en una escala de 10, resaltando la limpieza y conservación de los lugares visitados con 8,6 puntos, principalmente para los visitantes encuestados en el mirador de Puerto López.
- Los visitantes que participaron en actividades de ocio y recreación, calificaron en 8,7 en promedio las actividades culturales y deportivas realizadas, los parques y las discotecas. Por municipio, se encontró que los entrevistados en Villavicencio, calificaron con 9,1 puntos los parques visitados.
- La calificación general de la experiencia visitando el municipio elegido fue de 8,7 en promedio. Para los visitantes encuestados en el municipio de Puerto López fue de 9,3 puntos sobre una escala de 10.
- En los últimos dos años, el municipio más visitado en promedio fue Mesetas (5,5 puntos de 10), seguido de Villavicencio con 2,9 puntos en promedio.
- La mayoría de turistas encuestados, manifestaron con si rotundo que volverían a visitar el municipio de su elección, principalmente los entrevistados en el municipio de Puerto López y Villavicencio, quienes los recomendarían como destino turístico.
- Los amigos y familiares son la principal fuente de información a la hora de elegir un destino turístico o porque ya lo conocían.
- Por último, la red social usada frecuentemente es Facebook, seguida de Instagram y YouTube.

## 6. Anexos

### 6.1. Encuesta turismo receptor

#### PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

##### P1. ¿Cuál fue el principal motivo para venir al municipio?

Vacaciones, recreo y ocio  Visitar a familiares y/o amigos  En tránsito a otro destino  Educación/Formación  Salud y atención médica (incluye la cirugía estética)  Asistir a eventos religiosos/peregrinaciones  Compras para uso personal o para arreglo  Realizar inversión y/o asistir a una reunión de negocio  Asistir a conferencia, congreso, feria comercial o exposición  Dictar conferencia, ponente en congreso, feria comercial o exposición  Artista de espectáculo (concierto, obra de teatro, danza, etc)  Competir en actividad deportiva  Investigación académica o científica  Comprar bienes o servicios para empresas  Vender bienes o prestar servicios como representante de empresa  Vine a ser empleado de una empresa  Otro motivo, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

##### P2. ¿Conoce usted la oferta turística de su destino?

Sí  No

##### P3. ¿Cuántos municipios visitó desde el momento que llegó al departamento del Meta hasta su partida?

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  Otro, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

##### P3.1. ¿Cuántas noches ha pasado o piensa pasar en el departamento?

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  Otro, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

##### P4. De los municipios visitados, ¿Cuál fue el destino principal del viaje? \_\_\_\_\_

##### P4.1. ¿Cuál es el número de noches que pasó o piensa pasar en el municipio principal?

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  Otro, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

##### P5. ¿En general en su viaje cuál fue o es el principal tipo de alojamiento que utiliza o utilizó?

Casa de familiares o amigos  Hotel  Casa/Apartamento propio  Finca agroturística  Casa/cabaña de vacaciones propia  Casa/cabaña de vacaciones arrendada  Centro vacacional  Posada  Casa/apartamento arrendado  Habitación sin pagar en vivienda de familia que no es allegada a la mía  Hostal albergue refugio  Habitación rentada en vivienda familiar

##### P6. ¿Qué actividades realizó en el Departamento del Meta? (selección múltiple)

Visita a parques temáticos/parque de atracciones  Visitar a familiares y/o amigos  Recorrer las calles y parques del casco urbano  Visita a centros comerciales  Vacaciones, recreo y ocio  Realizar inversiones/reunión de negocios  Visita a parques naturales, cascadas, ríos, pozos, balnearios, zoológicos y jardines botánicos  Ninguna  Práctica de deportes  Visita a discotecas, bares, karaoke y pistas de baile  Compras en almacenes no ubicados en centros comerciales

##### P7. ¿Usted visitó o piensa visitar parques temáticos de la región como Malocas, Ocarros, Tiuma Park, Parque de la Llanura, Parque Cacayal, Parque Infantil, Parque Araguana, Mirador de Puerto López....etc?

Sí  No

##### P7.1. ¿Cuáles parques visitó o piensa visitar?

Parque los Ocarros  Mirador de Puerto López  Tiuma Park  Parque Fundadores  Parque Malocas  Parque los Libertadores  Parque de las Avestruces  Parque Cacayal  Parque la Llanura  Parque infantil  Parque Kabod  Parque Araguana

##### P8. ¿Usted piensa visitar o ha visitado parques naturales, cascadas, ríos, pozos, balnearios, zoológicos y jardines botánicos?

Sí  No

##### P8.1. ¿Qué parques naturales, cascadas, ríos, pozos, balnearios, zoológicos y jardines botánicos ha visitado o piensa visitar?

Ríos, pozos, balnearios  Miradores paisajísticos  Cañón del río Güejar  Malecones turísticos  Reservas parques naturales  Cascadas  Caño cristales  Lagos y lagunas  Jardines botánicos  Cuevas

## PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

**P9. ¿Practicó algún deporte turístico?**

Sí  No

**P9.1. ¿Qué deporte turístico practicó? (selección múltiple)**

Rafting  Rappel  Voleyplaya  Fútbol playa  Parapente  Espeleología

**P10. ¿Qué tipo de transporte utilizó para llegar al municipio?**

Vehículo propio  Vehículo de familiares y/o amigos  Transporte aéreo  Transporte terrestre de pasajeros (bus, buseta, taxi, automóvil)  Transporte terrestre de excursiones y/o planes turísticos  Alquiler de vehículo

**P11. En una escala de 1 a 10, donde 1 es ninguna dificultad y 10 mucha dificultad, ¿Qué tanta dificultad tuvo para llegar al municipio?**

1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

**P12. ¿Cuántas personas incluyéndose usted realizaron el viaje desde la llegada hasta la salida de su destino?**

1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  Otro, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**P13. Las personas anteriormente mencionadas son: (selección múltiple)**

Mi pareja/novia(o)/esposo(a)  Viaje solo  Mis hijos  Otros familiares  Amigo(s)  Compañeros de trabajo  Otro turistas (incluye personas desconocidas)  Compañeros de estudio

**P14. ¿El viaje al departamento del Meta lo hizo parte de un paquete/plan turístico o excursión?**

Sí  No

**P14.1. El paquete/plan turístico o excursión fue comprado a: (selección única)**

Agencia de viajes  Operador web  Ayuda municipal

**P14.2. ¿Qué productos y servicios incluía el paquete turístico o excursión?**

Alimento y bebidas  Actividades recreativas, culturales y deportivas  Alojamiento  Transporte terrestre de pasajeros desde una ciudad de Colombia  Transporte aéreo internacional  Transporte aéreo desde una ciudad de Colombia  Transporte terrestre de pasajeros para movilizarse  Asistencia a conferencias, seminarios, congresos, ferias comerciales y exposiciones

**P15. Cuánto dinero gasto por persona en:**

Restaurantes \$ \_\_\_\_\_ Transporte \$ \_\_\_\_\_ Hotel \$ \_\_\_\_\_  
Bares, cafeterías \$ \_\_\_\_\_ Compras \$ \_\_\_\_\_ Visitas culturales \$ \_\_\_\_\_

**P16. ¿Usted se hospedó en algún alojamiento del departamento del Meta?**

Sí  No

**P16.1. En una escala de 1 a 10, califique:**

Estado del edificio \_\_\_\_\_ Estado de los muebles \_\_\_\_\_ Estado de las sábanas y toallas del hospedaje \_\_\_\_\_ La higiene y limpieza del alojamiento \_\_\_\_\_ El trato amable del personal de alojamiento \_\_\_\_\_ El servicio de comidas del alojamiento \_\_\_\_\_ La relación costo beneficio de los precios del alojamiento \_\_\_\_\_

**P17. ¿Ha consumido alimentos en al menos un restaurante en el Meta?**

Sí  No

**P17.1. En una escala de 1 a 10, califique:**

El sabor de los alimentos que consumió \_\_\_\_\_ La variedad de la oferta gastronómica del o de los restaurantes que visitó \_\_\_\_\_ El trato del personal del o de los restaurantes \_\_\_\_\_ Higiene y limpieza de los restaurantes \_\_\_\_\_ El precio de los platos \_\_\_\_\_

## PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

**P18. ¿Usted ha puesto cuidado a los factores ambientales, tales como aseo de los municipios, conservación de los lugares que ha visitado o calidad del agua?**

Sí  No

**P18.1. En una escala de 1 a 10, califique:**

Limpieza y aseo de los municipios que usted ha visitado \_\_\_\_\_ Limpieza y conservación de los lugares visitados \_\_\_\_\_

Calidad del agua potable \_\_\_\_\_

**P19. ¿Usted participó en actividades de ocio y recreación?**

Sí  No

**P19.1. En una escala de 1 a 10, califique:**

Actividades culturales \_\_\_\_\_ Actividades deportivas \_\_\_\_\_ Parques \_\_\_\_\_ Discotecas, bares o casinos \_\_\_\_\_

**P20.1. En una escala de 1 a 10, califique:**

Estados de las carreteras por las cuales ha transitado \_\_\_\_\_ Transporte local \_\_\_\_\_ Seguridad en general \_\_\_\_\_

**P21. ¿Realizó alguna de las siguientes actividades para ayudar a la conservación del medio ambiente en el municipio?**

Ninguna  Utilizar con moderación los recursos naturales como agua y energía  Utiliza puntos ecológicos para separación de residuos  Trata de minimizar la generación de residuos  Cumple las recomendaciones para causar un menor impacto y no degradar espacios naturales  Ayuda con limpieza, bosques, ríos, lagunas, playas, etc

**P22. ¿Fue informado sobre las normas y cuidados que debe tener el visitante con la flora y fauna del lugar visitado?**

Sí  No

**P23. En una escala de 1 a 10, califique:**

Trato que reciben los turistas en el municipio \_\_\_\_\_

**P24. En una escala de 1 a 10, califique:**

Valore la experiencia de su visita al municipio \_\_\_\_\_

**P25. Cuántas veces ha visitado el municipio en los últimos dos años?**

1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

**P26. ¿Volvería a visitar el municipio?**

Sí  No estoy seguro

**P27. ¿Recomendaría al municipio como destino turístico?**

Sí  No  No estoy seguro

**P28. ¿Fue fácil encontrar los servicios, productos y atractivos del municipio?**

Sí  No

**P29. Antes de venir al municipio, ¿De qué forma se enteró de los destinos turísticos visitados? (selección múltiple)**

Amigos y/o familiares  Ya los conocía  Facebook  Instagram  Agencia de viajes  Otras redes sociales   
Página web del instituto de turismo del Meta  Medios de comunicación masiva

**P30. ¿Qué redes sociales utiliza con frecuencia? (selección múltiple)**

Facebook  Instagram  YouTube  Mensajería (Skype, Messenger, WhatsApp)  Google+  Twitter  TripAdvisor  
No comparto en redes sociales  Pinterest

## 7. Ficha técnica

<b>Población objetivo</b>	Hombres y mujeres que visitan el departamento del Meta desde otros departamentos a nivel nacional o desde el exterior
<b>Cubrimiento geográfico</b>	Departamento del Meta en los municipios de Villavicencio, Puerto López y Mesetas
<b>Técnica</b>	Entrevista cara a cara para turistas que visitan el departamento del Meta desde otros departamentos o el exterior
<b>Total de la muestra</b>	932 turistas, de un universo estimado de 363.788 turistas que llegan durante un período mensual al departamento del Meta
<b>Momento estadístico</b>	Entre el 9 de febrero y el 8 de marzo de 2022
<b>Diseño muestral</b>	Muestreo aleatorio simple
<b>Margen de error esperado</b>	error estándar de 3,2%
<b>Nivel de confianza</b>	95%
<b>Tema al que se refiere</b>	Turismo receptor, visitantes al departamento del Meta



AL SERVICIO DE LA GENTE  
GOBERNACION DEL META

