



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA
SECRETARÍA DE TURISMO



SITA: Sistema de Inteligencia Turística de Antioquia

Documento Metodológico
Encuesta Departamental de clasificación del Turista
Preferencias de Viajes de los Turistas en Antioquia
SECRETARÍA DE TURISMO
GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA

MEDELLÍN, 2023



Contenido:

INTRODUCCIÓN	4
1. ANTECEDENTES	4
2. DISEÑO DE LA OPERACIÓN ESTADÍSTICA	5
2.1. DISEÑO TEMÁTICO:	5
2.1.1. Necesidades de información:	5
2.1.3. Alcance:	6
2.1.4. Marco de referencia:	7
2.1.5. Definición de variables y construcción de indicadores estadísticos:	9
2.1.6. Resultados estadísticos:	10
2.1.7. Estándares estadísticos utilizados:	10
2.1.8. Diseño del cuestionario:	10
2.1.9. Normas, especificaciones o reglas de edición e imputación de datos:	11
2.2. DISEÑO ESTADÍSTICO:	11
2.2.1. Universo de estudio:	12
2.2.2. Población objetivo:	12
2.2.3. Cobertura geográfica:	12
2.2.4. Desagregación geográfica:	12
2.2.5. Desagregación temática:	12
2.2.6. Fuentes de datos:	12
2.2.7. Unidades estadísticas:	12
2.2.8. Período de referencia:	13
2.2.9. Período de recolección/acopio y frecuencia:	13
2.2.10. Marco estadístico (censo o muestral, aplica para operaciones estadísticas por censo o por muestreo, en los demás casos omite este apartado): 13	
2.2.11. Diseño muestral (aplica para operaciones estadísticas por muestreo, en los demás casos omite este apartado):	13
2.2.12. Ajustes de cobertura (o ajuste de cobertura por no respuesta, aplica para operaciones estadísticas por censo o por muestreo, en los demás casos omite este apartado):	13
2.2.13. Especificaciones de ponderadores (aplica para operaciones estadísticas por muestreo probabilístico, en los demás casos omite este apartado):	14
2.3. DISEÑO DE LA RECOLECCIÓN/ACOPIO	14
2.3.1. Métodos y estrategias de recolección o acopio de datos:	14
2.3.2. Estructura organizacional del operativo y definición del equipo requerido:	15
2.3.3. Conformación del equipo:	15
2.3.4. Proceso de sensibilización y acuerdos de intercambio:	16
2.3.5. Elaboración de manuales:	17
2.3.6. Diseño de la estrategia de comunicación y plan de contingencias:	17
2.3.7. Diseño de la estrategia de seguimiento y control:	17
2.3.8. Diseño de sistemas para la obtención de datos:	17
2.3.9. Transmisión de datos:	18



SC4887-1



2.4. DISEÑO DEL PROCESAMIENTO	18
2.4.1. Consolidación de archivos de datos:.....	18
2.4.2. Codificación:.....	18
2.4.3. Diccionario de datos:.....	18
2.4.4. Revisión y validación:.....	19
2.4.5. Diseño de instrumentos de edición (validación y consistencia) e imputación de datos:.....	19
2.4.6. Diseño para la generación de cuadros de resultados:.....	19
2.5. DISEÑO DEL ANÁLISIS	19
2.5.1. Métodos de análisis de resultados:	19
2.5.2. Anonimización de microdatos.....	20
2.5.3. Verificación de la anonimización de microdatos:	20
2.5.4. Comités de expertos:.....	20
2.6. DISEÑO DE LA DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN.....	20
2.6.1. Diseño de los sistemas de salida:.....	20
2.6.2. Diseño de productos de difusión y comunicación:	20
2.6.4. Estrategia de servicio:	21
2.7. DISEÑO DE LA EVALUACIÓN DE LAS FASES DEL PROCESO	21
2.8. DISEÑO DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y FLUJOS DE TRABAJO:	22
3. DOCUMENTACIÓN RELACIONADA	22
GLOSARIO	22
BIBLIOGRAFÍA	23



SC4887-1

INTRODUCCIÓN

El levantamiento de información estadística para el análisis del sector turístico posibilita aumentar la capacidad de los oferentes para crear productos a la medida, potenciar la conexión con nuevos mercados, tomar decisiones basadas en evidencia, desarrollar ventajas competitivas y optimizar la inversión a partir de datos que permitan diagnosticar las tendencias del sector.

Buscando optimizar la toma de decisiones en el sector turístico departamental, la secretaría de Turismo de la Gobernación de Antioquia realizó la encuesta “¿Cómo viajas por Antioquia?”, la cual busca caracterizar la demanda turística en el departamento y brindar insumos que permitan informar, señalar y focalizar las acciones de los oferentes turísticos para el aprovechamiento de las necesidades y tendencias emergentes en los consumidores de productos y servicios turísticos.

Con esta operación estadística se pretende analizar las principales preferencias de los turistas antioqueños en sus viajes por el departamento y presentar las tendencias más relevantes en sus necesidades de consumo de productos y servicios turísticos locales. Así mismo, destacar las principales preferencias de los viajeros en cuanto a precios, tiempos, mecanismos de compra, destinos y atractivos turísticos en Antioquia.

1. ANTECEDENTES

A través del equipo de trabajo de la Secretaría de Turismo de Antioquia, se plantearon las necesidades de información acerca del sector turístico, con esto se comenzó a estructurar la encuesta de preferencias de viaje de los turistas en Antioquia, para lo cual se tomó en consideración algunos estudios internacionales¹. Para el desarrollo del estudio metodológico, en el año 2022, el equipo se dio a la tarea de plantear las preguntas en un formulario de Google Forms, el cual constaba de 44 preguntas que tenían en consideración diversos segmentos característicos tanto de la demanda como de la oferta presente en el territorio enfocada a los 125 municipios del Departamento, posterior a la primera versión de la encuesta, se le realizan algunas modificaciones a partir de la cual se busca tener una mejor percepción del turista Antioqueño. Para el año 2023 se plantearon un total de 40 preguntas, estas modificaciones se hicieron en búsqueda de optimizar el tiempo de respuesta y la experiencia del usuario, para este año se diseñó en formulario de Microsoft Forms y se agregó el apartado de Antioquia es Mágica, con el cual se pretende determinar el impacto que ha tenido el programa en el turismo interno.

¹ Facultad de Comercio, T. y. (2020). *El Turismo en Asturias en 2020 - Sistema de Información Turística de Asturias (SITA)*.

2. DISEÑO DE LA OPERACIÓN ESTADÍSTICA

El diseño de la operación estadística abarca todos los distintos procedimientos y actividades, así como cada una de las fases del proceso estadístico; con el objetivo de satisfacer las necesidades de información. Este proceso inicia desde la clara definición de los objetivos hasta la validación del proceso, incluyendo aspectos como la recopilación de datos, selección de instrumentos de medición, procesamiento de datos, análisis estadístico, interpretación y presentación de los resultados que se obtienen de la Encuesta Departamental de clasificación del turista.

2.1. DISEÑO TEMÁTICO:

En esta fase se relacionan las diferentes necesidades de información, así como objetivos de la operación estadística, alcance, marco de referencia, definición de variables e indicadores, diseño del cuestionario, entre otros.

2.1.1. Necesidades de información:

Con esta operación estadística se pretende conocer las necesidades de viajes de los turistas debido a la alta oferta presente en el territorio Antioqueño, a través de lo cual se pueda sustentar desde la oferta mejores estrategias para suplir las necesidades de los turistas, debido a que la idea que se tiene del turista está de manera cualitativa, era necesario tener una base estadística que fundamentara las acciones, proyectos, y programas que desde entidades territoriales, como la Secretaría de Turismo han venido realizando.

Este lineamiento también se completa a partir del inicio de la política pública para el turismo sostenible, en el cual su eje central era la preservación de los destinos y atractivos del territorio, dentro de los que se resaltan la riqueza natural, cultural y gastronómica. Aspectos que han sido relevantes y le han dado posicionamiento a Antioquia tanto a nivel nacional como internacional.

La encuesta de preferencias de viaje de los turistas en Antioquia estaba planteada para conocer las preferencias individuales de cada municipio del departamento, sin embargo, debido a los alcances propios de la encuesta, se logró evidenciar que existía una gran concentración de turistas en el área metropolitana, esto permite a su vez tener en la primera versión de la encuesta una gran concentración de estas respuestas en el territorio mencionado, por ello las respuestas estarían enfocadas en conocer la irrigación de los turistas hacia los demás municipios, lo que permitió tener un nuevo enfoque de las preferencias de los turistas.

Finalmente, la encuesta tiene como propósito ser un insumo que permita a partir de la caracterización de los turistas la toma de decisiones institucionales, sin embargo, se logró evidenciar que el alcance podía ser mayor, ya que al hacerse públicos los resultados a través análisis estadísticos serían una herramienta que permitiese a los sectores públicos, privados, investigadores, grupos poblacionales y comunidad en general fortalecer y nutrir su conocimiento sobre las preferencias de los turistas de manera que pudiesen responder adecuadamente a los requerimientos que desde cada ámbito se presenten.

2.1.2. Objetivos:

a) Objetivo general de la operación estadística:

Identificar el tipo de turista que visita el departamento de Antioquia y como los Antioqueños hacen turismo, de manera que se puedan generar mejores análisis sectoriales en función de una mejor toma de decisiones.

a) Objetivos específicos:

- Identificar las preferencias de viajes de los turistas en Antioquia.
- Proporcionar información a los actores del turismo a partir de informes y tableros dinámicos con los cuales puedan tomar mejores decisiones en el sector.
- Desarrollar estrategias de mejora continua por parte de los oferentes de servicios turísticos a partir de la identificación de las preferencias de los turistas en Antioquia.

2.1.3. Alcance:

Considerando los elementos relacionados con las preferencias, deseos, consideraciones y opiniones de los turistas en el departamento de Antioquia, en relación con las experiencias y expectativas de estos, enmarcado en el contexto del turismo y la oferta turística de los destinos en Antioquia, todo ello a partir de la encuesta que se realiza de manera anual y que comprende un periodo de recopilación de respuestas de un (1) mes. Los elementos que no se tomaron en consideración son aquellos que vayan en contra de las políticas estipuladas para el turismo sostenible o que puedan generar susceptibilidades para los turistas y actores del sector.

2.1.4. Marco de referencia:

a) Marco teórico:

La operación estadística que comprende la encuesta sobre las preferencias de viaje de los turistas en Antioquia está soportada en elementos esenciales que permitan caracterizar el turismo interno en el departamento, tales como las decisiones sobre el tipo destino turístico, las actividades y experiencias que realizan en los viajes, los periodos que disponen para el turismo, aspectos como el gasto o canales de compra para los servicios turísticos y demás consideraciones importantes que faciliten el monitoreo de información que no están fácilmente presentes en las bases de datos que se tiene en el sector, a partir de lo cual, se pretende enmarcar el desarrollo de la encuesta en indicadores tales como intenciones de viaje a los municipios, gasto en los servicios turísticos, experiencias y actividades en el turismo, etc.

La encuesta es una fuente primaria de información a partir de la cual se ha podido determinar el nivel de irrigación de los turistas y en especial los residentes de la capital Medellín y el Área Metropolitana hacia los demás municipios del departamento, de modo que se puede tener con más precisión las intenciones en cuanto al turismo interno de los antioqueños, por ello gran parte de los encuestados están en estas zonas, aunado a lo anterior, la encuesta busca ser lo más detallada en la descripción de cada variable a la vez de clara para el encuestado, ya que si bien busca captar a la población del departamento, también está enfocada en los turistas, dando así una estructura con unas directrices claras sobre lo que quiere lograr y de fácil entendimiento tanto a la hora de resolver como de tabular, porque es a partir de los datos que se logren captar que se pueden llegar a analizar las preferencias de los turistas y tomar decisiones en pro de conseguir un turismo más sostenible.

b) Marco conceptual y marco legal o normativo:

Los conceptos relacionados con la operación estadística, comprende elementos del turismo, así como también aspectos del territorio en el cual se está realizando la encuesta, los términos que se mencionan son:

Turismo interno: El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor. (RIET, 2008 párr. 2.39)²

Turismo receptor: El turismo receptor engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor (RIET 2008, párr. 2.39).

² Nations, U. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008)*.

Viaje: El término “viaje” designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes que realizan los visitantes son viajes turísticos. (OMT, 2023)³

Sector turístico: El sector turístico, según la Cuenta Satélite de Turismo, es la agrupación de unidades de producción en diferentes industrias que suministran los bienes y servicios de consumo que demandan los visitantes. Esas industrias se denominan industrias turísticas porque las adquisiciones de los visitantes representan una proporción tan considerable de su oferta que, en ausencia de visitantes, su producción dejaría de existir en cantidades significativas. (OMT, 2023)

Procesamiento de datos: La operación realizada sobre los datos por la organización, instituto, organismo u otra entidad responsable de llevar a cabo la recopilación, tabulación, manipulación y preparación de los datos y la producción de metadatos. (OMT, 2023).

Gasto turístico: El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (RIET 2008, párr.4.2).

Artículo 7 del Decreto 1377 de 2013: Por medio del cual se reglamenta la Ley 1581 de 2012, en la que expidió el régimen general de la protección de datos personales.

c) Referentes internacionales:

Las estadísticas relacionadas con el sector turismo se basan en algunos referentes internacionales tales como:

- **RIET 2008** (Recomendaciones internacionales para estadísticas del turismo): En el cual se aportan los principales conceptos, definiciones y clasificaciones para la medición y obtención de estadísticas del turismo en todos los países.
- **Documento “el turismo en Asturias 2020”:** Este estudio ofrece un análisis cuantitativo y cualitativo del turismo con el objetivo de proporcionar una herramienta útil no solo para la planificación turística de la administración pública, sino también para la toma de decisiones.
- **OMT:** La Organización Mundial del Turismo es la entidad que vela por los procesos y proyectos relacionados con el turismo a nivel internacional, a través de esta se busca promover el turismo y la sostenibilidad de los destinos, de igual manera las prácticas y conceptos se ven aplicadas en la encuesta debido a

³ La Organización Mundial del Turismo es un organismo internacional que tiene como propósito promover el turismo. Formalmente vinculada a las Naciones Unidas

que permiten tener una visión más clara y una guía hacia lo que se pretende conseguir.

d) Referentes nacionales:

Para el desarrollo de la operación estadística se toma en cuenta referentes nacionales como los lineamientos del DANE para la creación del diccionario de datos, sin embargo, se está estudiando la posibilidad de tomar nuevos referentes para futuros estudios que permitan hacer unos planteamientos y mediciones más estandarizados a las dinámicas nacionales.

2.1.5. Definición de variables y construcción de indicadores estadísticos:

De la información obtenida se tienen diferentes indicadores sobre la demanda turística en el departamento y las preferencias de consumo de los habitantes de Antioquia en cuanto al turismo interno, los cuales son publicados en diferentes informes y boletines en el sistema de Inteligencia Turística de Antioquia (SITA) (*Ver Anexo 1-Informe como Viajas por Antioquia*), estos indicadores generados son:

- **Destinos preferidos por los antioqueños para hacer turismo:**
 - intenciones de viaje.
 - Meses preferidos para viajar.
 - Municipios preferidos para viajar.
 - Experiencias turísticas.
 - Duración de los viajes.
 - Compañeros de viaje preferidos.
 - Estándares de sostenibilidad,

- **Preferencias de consumo turístico:**
 - Compras: virtuales o presenciales.
 - Tiempo de antelación de una reserva.
 - Consumo de servicios ofertados por operadores turísticos.
 - Gastos de viaje.

- **Satisfacción general de los turistas de Antioquia:**
 - Visitas en los últimos 12 meses.
 - Satisfacción en las visitas.
 - Oportunidades de mejora en la oferta turística.

2.1.6. Resultados estadísticos:

A través de la encuesta realizada se busca tener diferentes indicadores relacionados con las preferencias de viaje de los turistas en Antioquia, estas variables pretenden medir las intenciones de viaje, gasto en turismo, opiniones de los destinos y percepciones en relación con los apartados que engloban el turismo interno.

Se espera que las respuestas sean una muestra representativa sobre el estudio que se espera realizar, posteriormente, se pretende tabular y dejar en informes estadísticos los resultados obtenidos de modo que pueda ser un insumo valioso en la toma de decisiones por parte de los organismos y entidades interesadas.

- **Cuadros de salida:**

Para presentar de manera concisa los resultados obtenidos de la operación estadística, los cuadros de salida son definidos por el equipo de la Secretaría de Turismo. Esto se realiza siguiendo criterios técnicos, estadísticos, económicos, empresariales, sociales, entre otros. La información se compila en informes y boletines que incluyen tablas y gráficos, facilitando un análisis descriptivo de los datos. Estos resultados se publican en el Sistema de Inteligencia Turística de Antioquia (SITA); dicha publicación es esencial para que todos los usuarios puedan acceder a la información, lo cual es fundamental para la toma de decisiones. Estos cuadros de salida se pueden observar en el **Anexo 1-Informe Como viajas por Antioquia**.

2.1.7. Estándares estadísticos utilizados:

Para la construcción del diccionario de datos se hace uso de los estándares y lineamientos hechos por el DANE, con el fin de que quede estandarizado.

2.1.8. Diseño del cuestionario:

La información de la operación estadística se recolecta por medio de un formulario electrónico creado en Microsoft Forms, esta encuesta consta de un total de 41 preguntas, con el objetivo de llevar a cabo una caracterización del turismo interno y las preferencias de consumo de productos y servicios turísticos en el departamento de Antioquia. Ver **Anexo 2-Encuesta Como viajas por Antioquia**.

Imagen 1: Encuesta ¿Cómo viajas por Antioquia?



¿Cómo viajas por Antioquia?

Queremos saber qué tipo de turista eres.

Participa por una de las cinco experiencias turísticas en uno de los municipios del programa "Antioquia es Mágica".

Sección 1

Este formulario tiene como objetivo llevar a cabo una caracterización del turismo interno y las preferencias de consumo. Le extendemos una cordial invitación a responder las preguntas que se presentan en este documento de acuerdo a sus preferencias.

Además, entre las personas que participen en este formulario, realizaremos un sorteo para otorgar una de las cinco experiencias turísticas en uno de los municipios del programa "Antioquia es Mágica".

Fuente: Sistema de Inteligencia Turística de Antioquia (SITA), Encuesta: ¿Cómo Viajas por Antioquia?

2.1.9. Normas, especificaciones o reglas de edición e imputación de datos:

Las normas aplicadas a la operación estadística buscan ser consecuentes con la rigurosidad estadística y conceptual con la cual ha sido abordada la encuesta.

La encuesta se valida y aprueba por parte del equipo de la Secretaría de Turismo de la Gobernación de Antioquia, dando particular interés a la claridad de cada indicador, se consolida la información de la encuesta en las bases de datos de la entidad y se vela por el cumplimiento de la ley de transparencia y habeas data, permitiendo así hacer luego la correspondiente difusión.

Esta operación estadística no presenta normas o especificaciones para la imputación de datos.

2.2. DISEÑO ESTADÍSTICO:

El diseño estadístico de la operación estadística se fundamenta en la construcción, formulación del marco estadístico, universo, población, unidades estadísticas, periodos de referencia, entre otros.

2.2.1. Universo de estudio:

Personas mayores de 18 años residentes en el departamento de Antioquia.

2.2.2. Población objetivo:

La población objetivo de la operación estadística son los diferentes turistas que residen en Antioquia.

2.2.3. Cobertura geográfica:

La cobertura de la operación estadística es a nivel departamental.

2.2.4. Desagregación geográfica:

La desagregación geográfica de la operación estadística se realiza a nivel de sus 123 municipios, 2 distritos y a nivel departamental.

2.2.5. Desagregación temática:

La desagregación temática de la encuesta es a nivel de:

- Género
- Caracterización
- Edad
- Ocupación
- Nivel de estudios
- Municipio de residencia

2.2.6. Fuentes de datos:

La recolección de datos se lleva a cabo mediante un método dual, combinando la virtualidad con la presencia física. Utilizando un formulario abierto creado en Microsoft Forms por la Gobernación de Antioquia, se realiza una recolección primaria de datos de manera eficiente y digital. Este enfoque se complementa con la recolección física en la Feria de Antioquia es Mágica, proporcionando una dimensión tangible y participativa al proceso.

2.2.7. Unidades estadísticas:

- **Unidad de observación:** Personas mayores de 18 años que residen en el departamento de Antioquia.
- **Unidad de análisis:** Turistas mayores de 18 años que residen en el departamento de Antioquia.

- **Unidad de muestreo:** Personas mayores de 18 años que residen en el departamento de Antioquia y que accedieron a los formularios dispuestos en pautas publicitarias, redes sociales o que fueron abordadas presencialmente durante los eventos de la Secretaría de Turismo de Antioquia en el periodo definido para la recolección de los datos.

2.2.8. Período de referencia:

El intervalo de tiempo al que hacen referencia los resultados de la operación estadística es por año.

2.2.9. Período de recolección/acopio y frecuencia:

La operación estadística busca ser consecutiva cada año y está comprendida en el periodo correspondiente entre septiembre y octubre.

2.2.10. Marco estadístico (censo o muestral, aplica para operaciones estadísticas por censo o por muestreo, en los demás casos omite este apartado):

Para el desarrollo de la operación estadística se procede a difundir de manera online por internet un formulario en línea creado en Microsoft Forms, el cual es enviado a través de correo electrónico, publicado en la página web y las redes sociales. El marco estadístico es un componente crucial en la planificación de la operación estadística “Preferencias de viaje de los turistas en Antioquia”, para la cual también se involucran elementos tales como abordar de manera personal a los encuestados.

2.2.11. Diseño muestral (aplica para operaciones estadísticas por muestreo, en los demás casos omite este apartado):

Para el desarrollo de la operación estadística se tomó en consideración el muestreo no probabilístico, en este tipo de muestreo, no se utiliza un proceso aleatorio para seleccionar a los participantes de la muestra. En su lugar, los participantes son seleccionados de manera no aleatoria. Se utiliza un muestreo por conveniencia o voluntario, en donde se realizó envío de correos, pautas en redes sociales, página web y encuestas presenciales en los eventos de la Secretaría de Turismo de Antioquia, en donde aquellas personas interesadas en participar de la encuesta dan sus respuestas.

2.2.12. Ajustes de cobertura (o ajuste de cobertura por no respuesta, aplica para operaciones estadísticas por censo o por muestreo, en los demás casos omite este apartado):

Este numeral no aplica para esta operación estadística.

2.2.13. Especificaciones de ponderadores (aplica para operaciones estadísticas por muestreo probabilístico, en los demás casos omite este apartado):

Este numeral no aplica para esta operación estadística.

2.3. DISEÑO DE LA RECOLECCIÓN/ACOPIO:

En el proceso de diseño de la recolección y acopio de los datos de la operación estadística se describe la manera en cómo se obtienen los datos, aspectos como los métodos y estrategias de recolección, estructura organizacional del operativo, conformación del equipo, proceso de sensibilización y acuerdos de intercambio, entre otros.

2.3.1. Métodos y estrategias de recolección o acopio de datos:

En el contexto de esta operación estadística, se utiliza el método de recolección de datos a través del autodiligenciamiento de un formulario electrónico creado en Microsoft Forms, una herramienta tecnológica implementada por la Secretaría de Turismo. Esto permite que los turistas del departamento proporcionen información relacionada con el turismo en Antioquia.

Para llevar a cabo de manera eficiente la recolección de información, se emplean diversas estrategias, que incluyen:

- **Pauta en redes sociales:** Se utiliza publicidad en plataformas como Instagram y Facebook para promover la participación de los turistas y alentarlos a completar el formulario.
- **Página web:** La página web de la Secretaría de Turismo se utiliza como un canal adicional para que los turistas accedan al formulario y proporcionen sus datos.
- **Correo electrónico:** Se envía el formulario por correos electrónicos a posibles participantes, invitándolos a contribuir en la operación estadística.
- **La Feria Antioquia es Mágica:** Se aprovecha la Feria Antioquia como un evento donde se promueve y recolecta información turística.

Estas estrategias se combinan para garantizar una recolección efectiva de datos relacionados con el turismo interno en Antioquia.

2.3.2. Estructura organizacional del operativo y definición del equipo requerido:

El equipo logístico, lo conforman los miembros del equipo de la Secretaría de Turismo de Antioquia, los cuales están al tanto de verificar el correcto funcionamiento del formulario electrónico, así como también velar por responder a las inquietudes que se presentan en las recolecciones presenciales.

Para el desarrollo de operación estadística se realiza una serie de procesos enmarcados en un plan a 30 días que comprende una estructura en la cual se determinan funciones específicas para los miembros de equipo involucrados, las principales actividades son la creación del formulario, la difusión y recolección de los datos y la tabulación y publicación de los resultados, durante estas fases se socializan las preguntas a realizar, así como también se realizan validaciones internas que permitan depurar y optimizar el formulario, posteriormente se disponen de las bases de datos de la Secretaría de Turismo de Antioquia para hacer el proceso de difusión vía correo. En enlace con el equipo de comunicación se realizan y pagan pautas publicitarias que están destinadas al público antioqueño, en cuanto a la difusión presencial se realiza a través de códigos QR en escenarios dispuestos por la Secretaría, en los cuales se abordan a las personas para de esta manera puedan realizar el diligenciamiento de la encuesta, es importante aclarar que al ser un proceso propio de los miembros de la Secretaría no es necesario un procedimiento detallado de entrenamiento, sino que cada persona desarrolla el proceso de difusión de manera autodidacta con base en los conocimientos previos, por último en la fase de tabulación y publicación se hace uso de las herramientas informáticas y estadísticas dispuestas por medio de las cuales el personal capacitado se encarga de la labor.

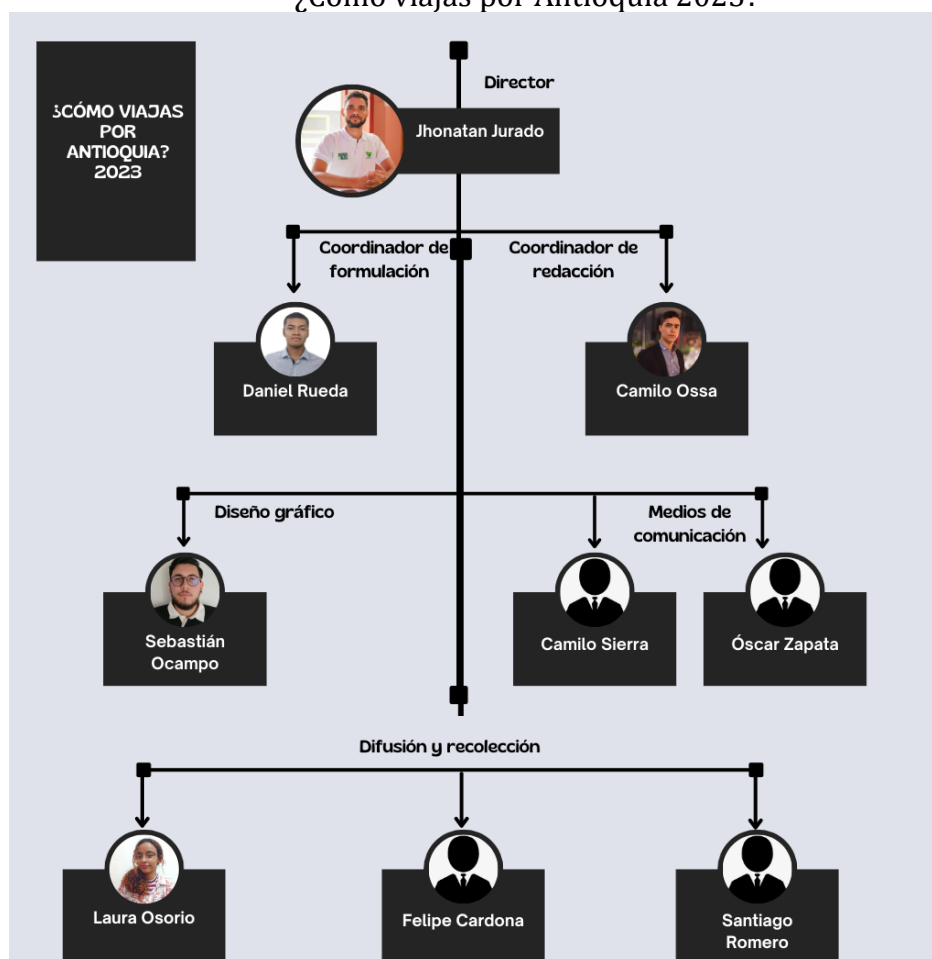
2.3.3. Conformación del equipo:

El equipo técnico encargado de los procesos de la operación estadística está conformado por:



SC4887-1

Imagen 2: Organigrama del equipo técnico de la operación estadística, ¿Cómo viajas por Antioquia 2023?



Fuente: Creación propia, equipo técnico de la Secretaría de Turismo de Antioquia.

2.3.4. Proceso de sensibilización y acuerdos de intercambio:

Para este proceso se realizan pautas a través de las redes sociales, charlas en los diferentes espacios y eventos, así como también durante el proceso de recolección de la información se realizan sensibilizaciones con los participantes, de modo que se presenten los elementos más relevantes que consolidan este procedimiento como un insumo importante en la caracterización de los turistas en Antioquia, además, se recalca en la necesidad de aglomerar estas respuestas, ya que no se cuenta con otro insumo estadístico que permita conocer cuáles son las preferencias de viaje de los turistas, datos que permiten a los actores del sector y entidades gubernamentales tomen decisiones que apunten al fortalecimiento del turismo en Antioquia.

2.3.5. Elaboración de manuales:

La operación estadística no cuenta con manuales para su ejecución, aun así, cuenta con una ficha metodológica del proceso de recolección, procesamiento y análisis de los datos. Ver (*Anexo 3-Ficha metodológica*).

2.3.6. Diseño de la estrategia de comunicación y plan de contingencias:

Los canales de contacto ante cualquier necesidad, ya sea frente a los planteamientos o resultados de la encuesta, se pueden realizar a través de los siguientes medios con el equipo encargado de la encuesta:

Página web: <https://secretaria.turismoantioquia.travel/sita/>

Redes sociales: turismo.antioquia en Facebook, Twitter, Instagram

Correo: cifrasturismo@antioquia.gov.co

2.3.7. Diseño de la estrategia de seguimiento y control:

Para garantizar la calidad de los datos recopilados en la encuesta, se lleva a cabo un seguimiento a las respuestas del formulario durante el proceso de recopilación de datos, Microsoft Forms facilita este proceso al permitir la supervisión automática y en tiempo real mediante gráficos estadísticos. Esto proporciona una visión del número de respuestas recibidas.

Además, se realizan respaldos en la nube desde la cuenta oficial en Outlook de la Secretaría de Turismo de Antioquia, de modo que la información este siempre presente en caso de cualquier contingencia, además, los seguimientos periódicos siempre se realizan en búsqueda de cualquier anomalía, preservando la integridad y veracidad de la información.

2.3.8. Diseño de sistemas para la obtención de datos:

Para garantizar la obtención de datos organizada y eficiente en la operación estadística, se implementó un sistema en línea mediante Microsoft Forms. Este sistema permite que los datos se recolecten de manera ordenada y se almacenen automáticamente en el sistema de Microsoft, ofreciendo la flexibilidad de exportarlos a programas como Excel, Una ventaja adicional es la capacidad de generar resultados y gráficos estadísticos en tiempo real, lo que facilita la identificación de tendencias y patrones clave. Además, los resultados se generan de manera instantánea al cerrar la encuesta, lo que agiliza el proceso de obtención de resultados parciales, que sirvan de línea guía en los futuros procesos de la operación estadística.

En aquellas respuestas de opción múltiple, lo que se realiza es una validación exhaustiva por medio de Excel, en donde se busca que las preferencias señaladas por

los encuestados sean proporcionales en toda medida con el total de respuestas obtenidas para cada pregunta.

2.3.9. Transmisión de datos:

El formulario en línea tiene la capacidad de capturar información a medida que los participantes responden a la encuesta. Esta información es consolidada automáticamente durante el período de recolección de datos, que abarca un período de 30 días, esta se consolida en el sistema de Microsoft para posteriormente ser exportado a un documento en Excel que sirve para realizar las depuraciones necesarias en función de presentar y analizar los resultados obtenidos ya sea en tableros, presentaciones o informes.

2.4. DISEÑO DEL PROCESAMIENTO

Esta fase se fundamenta en las diferentes herramientas utilizadas para el procesamiento de los datos, los programas y copio, así como la consolidación y almacenamiento.

2.4.1. Consolidación de archivos de datos:

La información recolectada a través el formulario de Microsoft Forms es recopilada en el OneDrive de la Secretaría de Turismo de Antioquia en Excel, estos datos se almacenan en este espacio con el fin de que permanezcan como insumo organizacional, así como también sean de fácil acceso a las personas del equipo encargadas de hacer los análisis y actualizaciones para que sea una operación estadística consecuente en el tiempo.

2.4.2. Codificación:

Este numeral no aplica para la operación estadística

2.4.3. Diccionario de datos:

Se anexa el diccionario de datos, el cual especifica todo lo relacionado con la base de datos recolectada, como: tipo de datos, observaciones, descripción, entre otros. (*Anexo 4-Diccionario de datos*).

2.4.4. Revisión y validación:

El equipo responsable lleva a cabo la revisión y validación de los datos, siguiendo criterios técnicos de verificación. En este proceso, se prioriza la consistencia y calidad de la información, asegurando que cada dato cumpla con los estándares establecidos.

2.4.5. Diseño de instrumentos de edición (validación y consistencia) e imputación de datos:

Desde el equipo interno se realizan validaciones a cada una de las preguntas y opciones del formulario, a fin de que estas cumplan con los requisitos de sintaxis, coherencia, redacción y objetividad. Posterior a la verificación de los textos para el desarrollo de la encuesta, se proceden a subir en la herramienta de Microsoft Forms la cual utiliza validaciones automáticas para verificar si el formato de cada una de las preguntas y registros sean coherentes.

2.4.6. Diseño para la generación de cuadros de resultados:

Los resultados son extraídos de los datos automáticos que se genera por Microsoft Forms, posterior a ello se exporta la base de datos en Excel a través de la cual se realizan las operaciones estadísticas con los cuales se logra depurar y sintetizar la información relevante para la presentación en tableros e informes.

2.5. DISEÑO DEL ANÁLISIS

En esta fase se definen los métodos, técnicas y procedimientos que permiten verificar la calidad de la información para el posterior análisis de los resultados encontrados.

2.5.1. Métodos de análisis de resultados:

El análisis de los resultados se basa en un enfoque descriptivo de los datos, respaldado por representaciones visuales como gráficos y tablas. Esto simplifica la identificación de tendencias en el sector turístico, permitiendo discernir las preferencias principales de los turistas antioqueños en sus viajes, así como las tendencias en el consumo de productos y servicios turísticos locales. Estas tendencias proporcionan una perspectiva valiosa para la toma de decisiones informadas en el ámbito turístico departamental.

Este proceso implica un análisis univariado de cada variable de manera individual, presentando los resultados a través de distribuciones de frecuencia acumulada y porcentajes que se ilustran visualmente mediante gráficos.

2.5.2. Anonimización de microdatos:

La anonimización de los datos se lleva a cabo de conformidad con los requisitos legales establecidos por el estado colombiano, en cumplimiento del artículo 7 del Decreto 1377 de 2013. Dicho decreto reglamenta la Ley 1581 de 2012, la cual establece el régimen general para la protección y tratamiento de datos personales.

2.5.3. Verificación de la anonimización de microdatos:

Los datos personales proporcionados al enviar el formulario, como nombres, cédula, correo electrónico o número de contacto; no forman parte de los resultados presentados. Esta información recopilada se utiliza exclusivamente con fines estadísticos y académicos.

2.5.4. Comités de expertos:

El Comité de Expertos está compuesto por el equipo logístico de la Secretaría de Turismo de Antioquia. Este equipo desempeña un papel crucial en la recolección, procesamiento y análisis de datos, asumiendo la responsabilidad de verificar la integridad y precisión de la información de acuerdo con criterios técnicos establecidos. Su experiencia y conocimientos especializados garantizan un enfoque riguroso en el tratamiento de los datos, contribuyendo así a la fiabilidad y calidad de la información recopilada en el ámbito turístico.

2.6. DISEÑO DE LA DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

En esta fase se definen los métodos, técnicas y procedimientos que permiten verificar la calidad de la información para el posterior análisis de los resultados encontrados.

2.6.1. Diseño de los sistemas de salida:

Los resultados de los análisis generados mediante Microsoft Forms se consolidan en una presentación de PowerPoint y Word diseñados con los formatos de la Secretaría de Turismo de Antioquia, además se presentan resultados en un tablero dinámico de Power BI, los resultados se publican en la página de la Secretaría de Turismo de Antioquia en el Micrositio del Sistema de Inteligencia Turística de Antioquia (SITA).

2.6.2. Diseño de productos de difusión y comunicación:

Se hace difusión a través de la página web de la Secretaría de Turismo de Antioquia en el Micrositio del Sistema de Inteligencia Turística de Antioquia (SITA), además, se presenta la información en boletines y tableros estadísticos en Power BI.

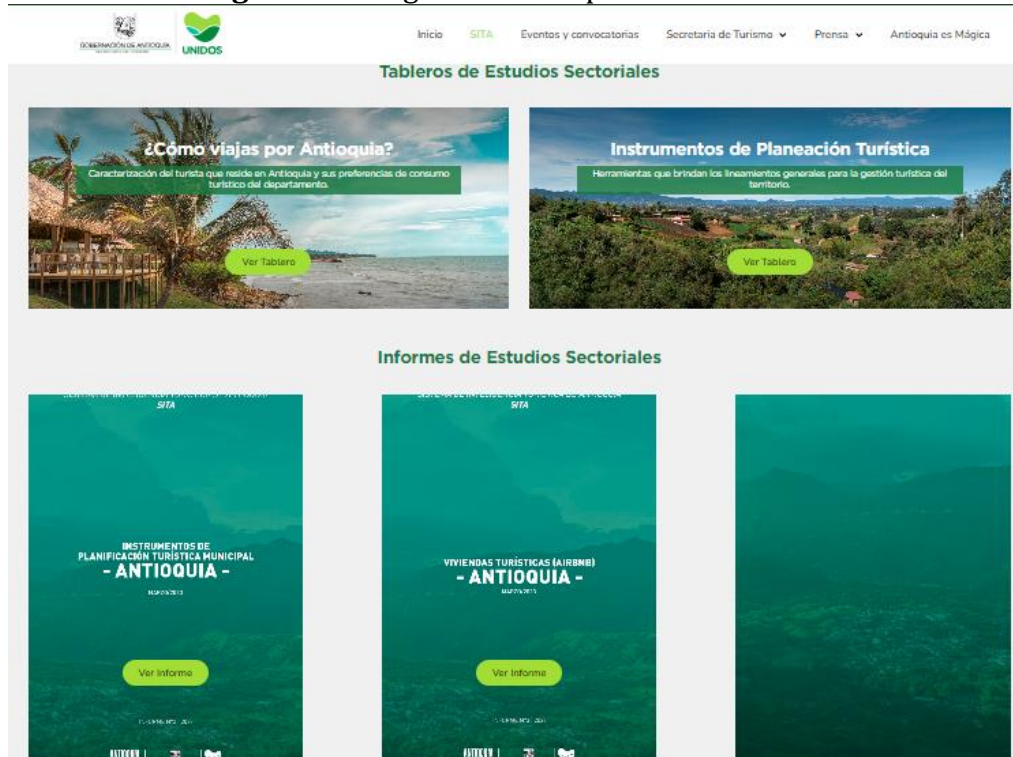


2.6.3. Entrega de productos:

Los resultados obtenidos de la encuesta de Preferencias de viaje de los turistas en Antioquia son recopilados y publicados en la página de la Secretaría de Turismo de

Antioquia, una página pública a la cual pueden interactuar y obtener información los interesados y actores del sector.

Imagen 3: Entregables de la operación estadística



Fuente: Sistema de Inteligencia Turística de Antioquia (SITA).

2.6.4. Estrategia de servicio:

Para brindar orientación acerca de la operación estadística, o resolver dudas e inquietudes, se cuenta con el correo electrónico contacto: Cifraturismo@antioquia.gov.co, redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram) como turismo.antioquia, por medio del teléfono de la línea de atención al cliente: 3838633 y atención presencial en la Secretaría de Turismo de Antioquia.

2.7. DISEÑO DE LA EVALUACIÓN DE LAS FASES DEL PROCESO

Para la evaluación de los procesos de la operación estadística, se establece un proceso que incluye reuniones periódicas con el equipo técnico de la Secretaría de Turismo de

Antioquia. Durante estas reuniones, se comparten observaciones y revisiones realizadas por los funcionarios responsables de la operación estadística. Además, se socializan los avances logrados y se identifican las dificultades encontradas. Estos encuentros no solo sirven como instancias informativas, sino también como oportunidades para establecer planes de mejoramiento con base en la retroalimentación recibida. Este ciclo de evaluación continua contribuye a la calidad y eficacia de la encuesta, garantizando su relevancia y utilidad en el ámbito turístico.

2.8. DISEÑO DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y FLUJOS DE TRABAJO:

Se adjunta el diagrama de flujo de trabajo. Ver *(Anexo 5-Flujo de trabajo)*

3. DOCUMENTACIÓN RELACIONADA

Se adjunta documentos relacionados a la operación estadística. Ver *(Anexo 6- Presentación Como viajes por Antioquia)*

GLOSARIO

Compilación de datos: El proceso sistemático de recopilar datos para las estadísticas oficiales. (OMT, 2023)

Encuesta: Una investigación de las características de una población dada mediante la recopilación de datos de una muestra de dicha población y la estimación de sus características por medio del uso sistemático de una metodología estadística. (OMT, 2023)

Muestra: Un subconjunto de un marco en que los elementos se seleccionan sobre la base de un proceso aleatorio con una probabilidad conocida de selección. (OMT, 2023)

Procesamiento de datos: La operación realizada sobre los datos por la organización, instituto, organismo u otra entidad responsable de llevar a cabo la recopilación, tabulación, manipulación y preparación de los datos y la producción de metadatos. (OMT, 2023)

Recopilación de datos: El proceso sistemático de recolectar datos para las estadísticas oficiales. (OMT, 2023)

Verificación de datos: La actividad por la que se comprueba las condiciones de corrección de los datos. También incluye la especificación del tipo de error o de la condición no satisfecha, y la cualificación de los datos y su división en “datos libres de errores” y “datos erróneos”. (OMT, 2023)

BIBLIOGRAFÍA

DANE, D. A. (2023). *Guía para la elaboración del documento metodológico de operaciones estadísticas*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.sen.gov.co/files/sen/lineamientos/Guia_Documento_Metodol%C3%B3gico.pdf

Facultad de Comercio, T. y. (2020). *El Turismo en Asturias en 2020 - Sistema de Información Turística de Asturias (SITA)*.

La Organización Mundial del Turismo es un organismo internacional que tiene como propósito promover el turismo. Formalmente vinculada a las Naciones Unidas (Nations, 2008)

Nations, U. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008)*.

ANEXOS:

Anexo 1-Informe Como viajas por Antioquia.



SC4887-1

CONTENIDO

1. Introducción	4
2. Ficha técnica.....	5
3. Tendencias globales	6
4. Preferencias de viajes.....	7
4.1 Intención de viaje	7
4.2 Meses preferidos para viajar	8
4.3 Municipios preferidos para viajar.....	8
4.4 Experiencias turísticas	9
4.5 Duración de los viajes	10
4.6 Compañeros de viajes preferidos	10
4.7 Estándares de sostenibilidad.....	11
5. Preferencias de consumo	12
5.1 Compras: virtuales o presenciales.....	12
5.2 Tiempo de antelación de una reserva.....	13
5.3 Consumo de servicios ofertados por operadores turísticos	14
5.4 Gastos de viaje.....	15
6. Satisfacción general de los turistas en Antioquia	16
6.1 Viajes realizados.....	16
6.2 Satisfacción general	17
6.3 Oportunidades de mejora en la oferta turística.....	18



ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: ¿Tiene intenciones de viajar como turista a algún lugar de Antioquia en los próximos 12 meses?	7
Gráfica 2: ¿En qué meses del año prefiere viajar por Antioquia?	8
Gráfica 3: ¿Cuáles de los municipios de Antioquia le resultan más atractivos para viajar?	8
Gráfica 4: ¿Qué tipo de experiencias turísticas le resultan más atractivas?	9
Gráfica 5: A la hora de viajar por Antioquia, ¿de cuántos días de duración está dispuesto a realizar sus viajes en el departamento?	10
Gráfica 6: A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿con quién preferiría realizarlos?	10
Gráfica 7: De 1 a 10, ¿Qué tan importante es para usted que el destino al que viaja cumpla estándares de sostenibilidad?	11
Gráfica 8: ¿Qué medio usa para la compra de sus paquetes o servicios turísticos a la hora de viajar por Antioquia?	12
Gráfica 9: ¿Con cuánto tiempo de antelación reserva usted?	13
Gráfica 10: A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿prefiere usted contratar guías locales o agencias?	14
Gráfica 11: ¿Por persona cuánto está usted dispuesto a pagar en cada uno de los siguientes gastos de viaje por día?	15
Gráfica 12: En los últimos meses, ¿Ha viajado usted como turista a algún lugar de Antioquia?	16
Gráfica 13: Del 1 al 10, ¿Cuál es su satisfacción con las experiencias turísticas que ha tenido Antioquia?	17
Gráfica 14: ¿Qué debería mejorar Antioquia en su oferta turística?	18



1. INTRODUCCIÓN

El levantamiento de información estadística para el análisis del sector turístico posibilita aumentar la capacidad de los oferentes para crear productos a la medida, potenciar la conexión con nuevos mercados, tomar decisiones basadas en evidencia, desarrollar ventajas competitivas y optimizar la inversión a partir de datos que permitan diagnosticar las tendencias del sector.

Buscando optimizar la toma de decisiones en el sector turístico departamental, la Secretaría de Turismo de la Gobernación de Antioquia realizó la encuesta “**¿Cómo viajas por Antioquia?**”, la cual busca caracterizar la demanda turística en el departamento y brindar insumos que permitan informar, señalar y focalizar las acciones de los oferentes turísticos para el aprovechamiento de las necesidades y tendencias emergentes en los consumidores de productos y servicios turísticos.

Este informe analiza las principales preferencias de los turistas antioqueños en sus viajes por el departamento, y presenta las tendencias más relevantes en sus necesidades de consumo de productos y servicios turísticos locales. Así mismo, destaca las principales preferencias de los viajeros en cuanto a precios, tiempos, mecanismos de compra, destinos y atractivos turísticos en Antioquia.



2. FICHA CONCEPTUAL

El método de recolección de la encuesta fue de manera virtual a través de un formulario abierto de la Gobernación de Antioquia y con recolección física en la Feria de Antioquia es Mágica 2022. De esta manera, se garantizó una muestra estadística confiable y una diversidad poblacional coherente con las necesidades de caracterización del departamento.

La encuesta se realizó con el fin de caracterizar la **demanda turística** en el departamento y las **preferencias de consumo** de los habitantes de Antioquia en cuanto a turismo interno.

Periodo de recolección de datos: Octubre - 2022

MUESTRA..... 1.656 personas

POBLACIÓN. 6.850.000

UNIVERSO: Personas mayores de 18 años residentes en el **departamento de Antioquia.**

TIPO DE MUESTRA..... Aleatoria simple

NIVEL DE CONFIANZA. 95%

MARGEN DE ERROR. +/- 3%



3. TENDENCIAS GLOBALES



49% de los viajeros creen que no hay suficientes opciones de viaje sostenible.



79% de los viajeros reserva con **14 días de antelación**, el **24%** lo hace desde el año anterior.



82% de los viajeros actuales prefieren el **turismo de naturaleza**, antes de pandemia solo era el **55%**.



58% de **interacciones** con los clientes a nivel mundial **son digitales**, antes de pandemia era solo el **36%**.



56% de las reservas a hoteles se hacen en **canales directos** (+17% desde antes de la pandemia)



68% de los viajeros desean que el **ingreso regrese a la comunidad local**.

Fuente: Banco Mundial



4. PREFERENCIAS DE VIAJES

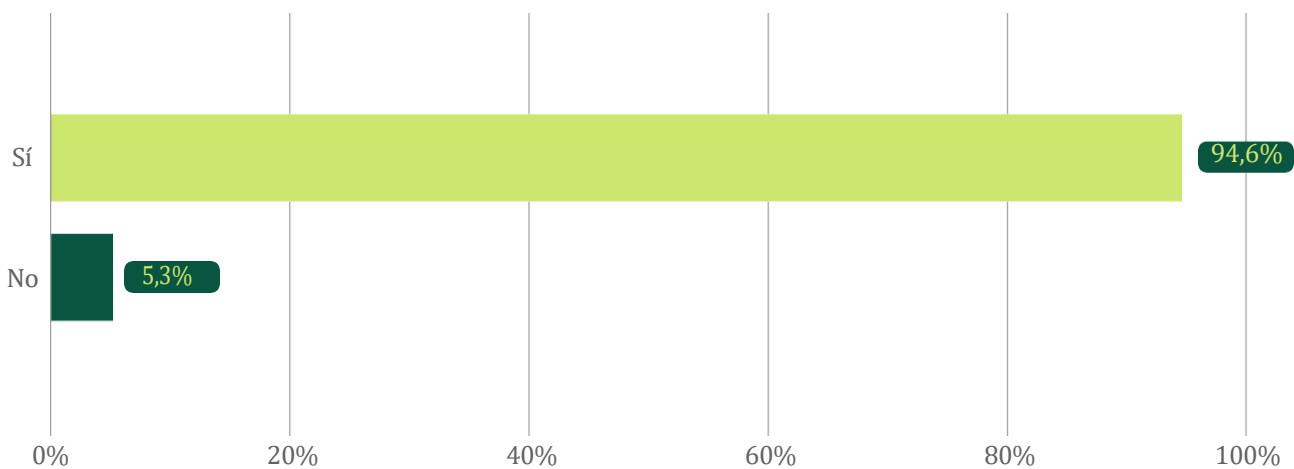
4.1 Intención de viaje

Se determina que el **94,7%** de los encuestados tienen intenciones de viaje en los próximos meses como turistas dentro del departamento.

Adicionalmente, existe un aumento de un **7,5%** en la cantidad de turistas que afirman tener intención de viajar en el 2023 con respecto a los que aseguran haber viajado en el 2022.

Gráfica 1

¿Tiene intenciones de viajar como turista a algún lugar de Antioquia en los próximos 12 meses?



Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia

La cantidad que responde negativamente a la pregunta, atribuyen predominantemente al **factor monetario**, causando la nula posibilidad de hacer este turismo interno.

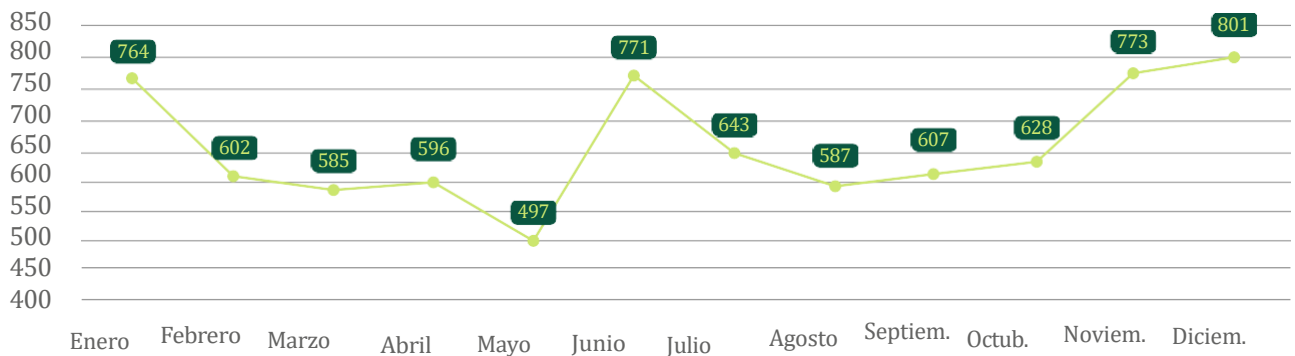


4.2 Meses preferidos para viajar

Los meses preferidos para viajar por los antioqueños son enero, junio, noviembre y diciembre, los cuales superan por **31%** al promedio de los demás meses. De manera similar, se destaca el mes de octubre, con un incremento de **6%** por encima de los meses de temporada baja.

Gráfica 2

¿En qué meses del año prefiere viajar por Antioquia?

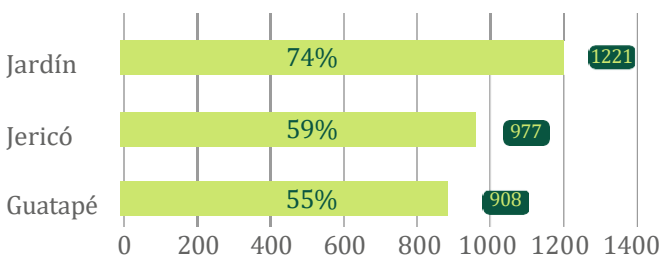


Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia

4.3 Municipios preferidos para viajar

Gráfica 3

¿Cuáles de los municipios de Antioquia le resultan más atractivos para viajar?



Los municipios preferidos por los antioqueños a la hora de realizar sus viajes por el departamento son **Jardín** con una frecuencia de elección de **74%** entre los encuestados, **Jericó** con **59%** y **Guatapé** con el **55%** respectivamente.

Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia

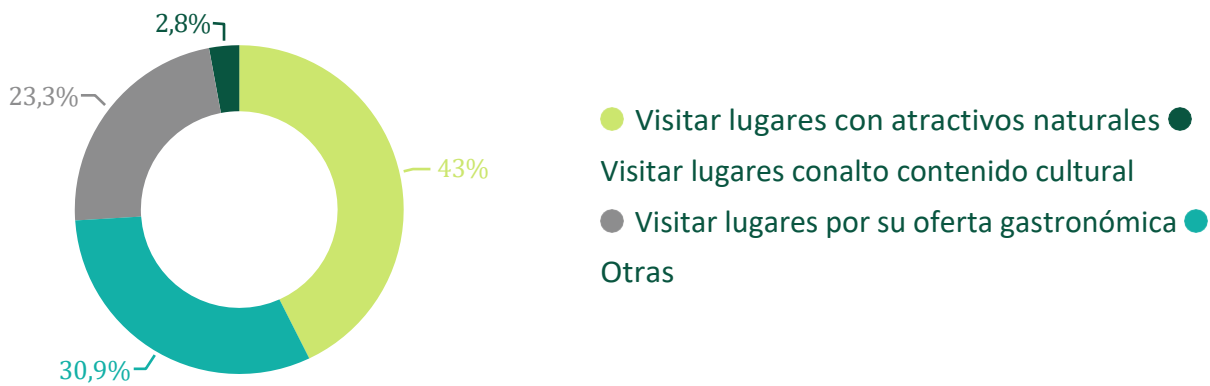


4.4 Experiencias Turísticas

Se identifica que un **43%** decide viajar a Antioquia para conocer sus atractivos naturales y vivir experiencias relacionadas.

Aunque la elección de estos espacios es el patrón de visita dentro de Antioquia, gran parte de los encuestados afirman que, además de visitar los atractivos naturales, disfrutan de los lugares con alto contenido cultural e histórico, siendo esta, la combinación más seleccionada por los encuestados dentro del instrumento.

Gráfica 4
¿Qué tipo de experiencias turísticas le resultan más atractivas?



Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia

Las experiencias más destacadas son:



Visitas a lugares y fiestas culturales
(14.8%)



Visitas a reservas naturales
(10.1%)



Senderismo y montañismo
(9%)

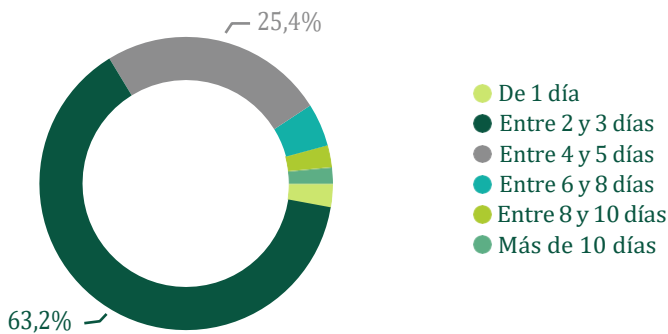


4.5 Duración de los viajes

Un **63,2%** de los turistas muestran una preferencia por realizar viajes con una duración de 2 a 3 días. Esto permite identificar que la demanda de servicios turísticos en el departamento, se perfila como una demanda enfocada en viajes locales de corta duración.

Gráfica 5

A la hora de viajar por Antioquia, ¿de cuántos días de duración está dispuesto a realizar sus viajes en el departamento?

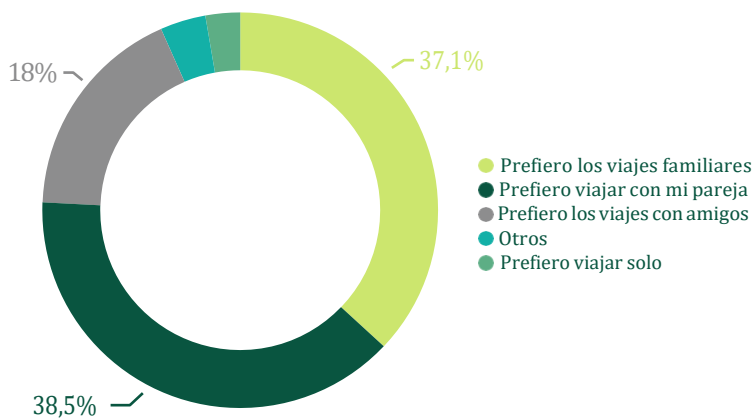


Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia

4.6 Compañeros de viaje preferidos

Gráfica 6

A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿con quién preferiría realizarlos?



Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia

Más del **70%** de los encuestados prefieren realizar viajes en compañía, predominantemente de la pareja, seguido por una preferencia en viajes familiares.

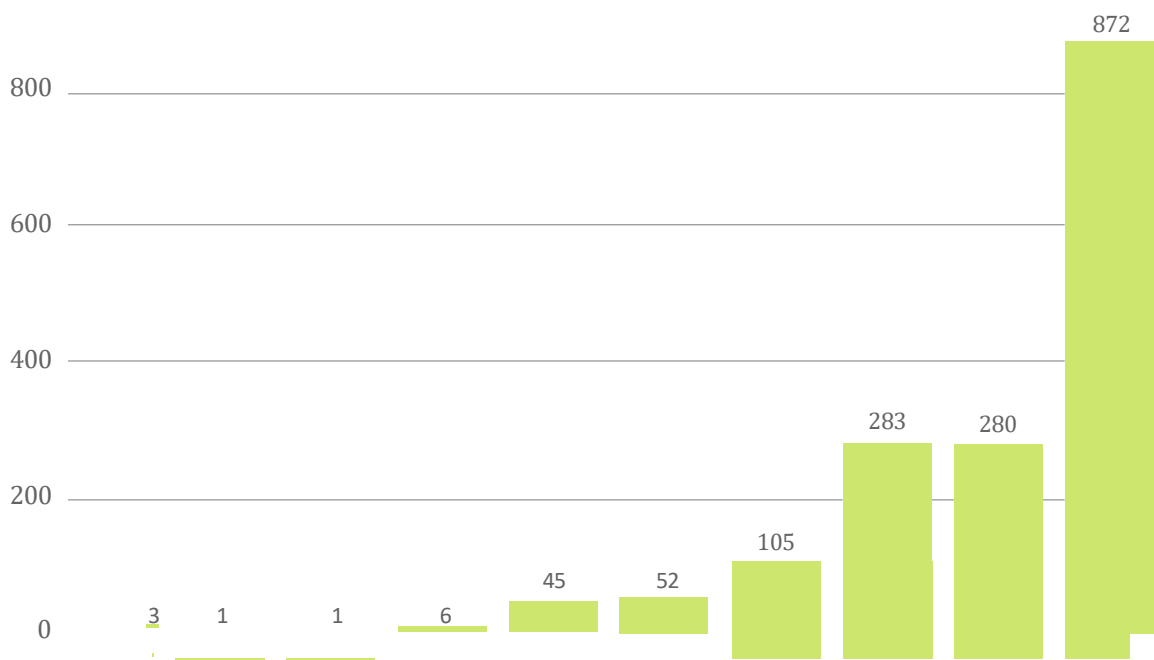


4.7 Estándares de sostenibilidad

Los turistas en Antioquia se ven altamente comprometidos con la exigencia de la sostenibilidad en los destinos que visitan, haciendo énfasis en la importancia de que se implementen medidas en la materia.

Gráfica 7

De 1 a 10, ¿Qué tan importante es para usted que el destino al que viaja cumpla estándares de sostenibilidad?



Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia

De esta manera, existe un **perfilamiento creciente de una demanda orientada a la garantía de respeto a estándares ambientales y de responsabilidad social** durante la realización de la actividad turística.



5. PREFERENCIAS DE CONSUMO TURÍSTICO

5.1 Compras: virtuales o presenciales

Los turistas antioqueños suelen hacer compras virtuales o presenciales dependiendo del servicio y/o producto que deseen adquirir.

En general, se precisa que los servicios de hospedajes (**71,8%**) y paquetes turísticos (**51%**) son los preferidos para compra por medios digitales, mientras que la alimentación (**87,5%**) y los recuerdos de viaje (**86,4%**) son adquiridos de manera presencial.

En general, los tipos de hospedaje preferidos por los encuestados son:

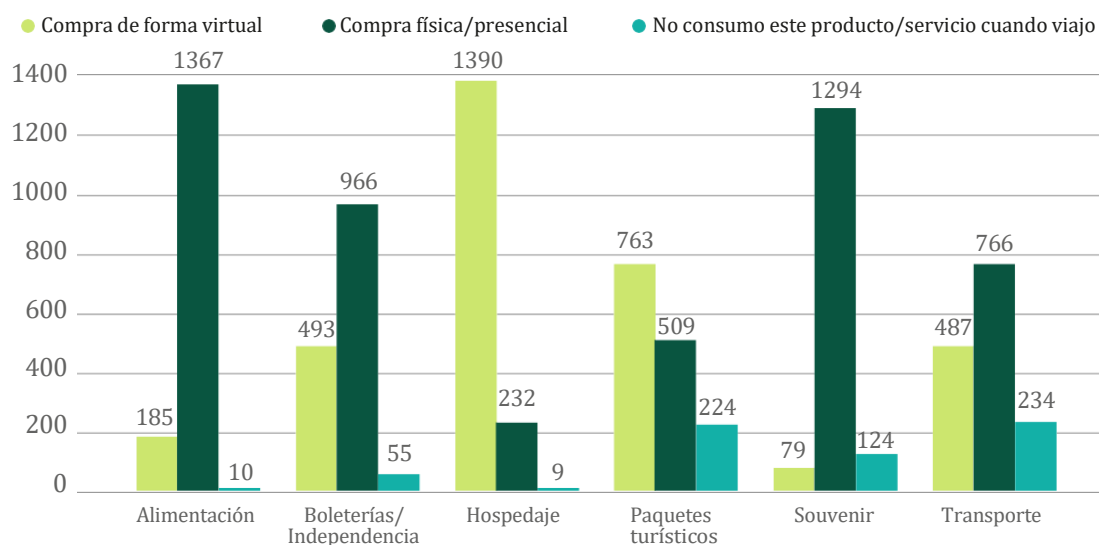
Hotel (28,7%), Hostería (17,7%) y Glamping (13,7%)

Con respecto a los medios de transporte preferidos, se distinguen:

Carro particular (38%) y Bus intermunicipal (20,9%)

Gráfica 8

¿Qué medio usa para la compra de sus paquetes o servicios turísticos a la hora de viajar por Antioquia?



Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia



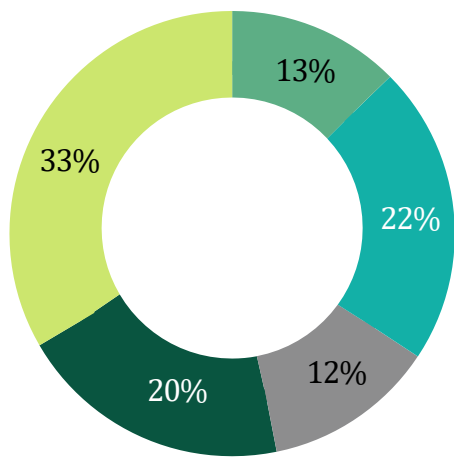
5.2 Tiempo de antelación de una reserva

El **33%** de los encuestados prefiere reservar el servicio de alojamiento 15 días antes del desplazamiento hacia el destino y que, en gran medida, es realizado mediante canales digitales, por el contrario, el **44%** afirma que no suelen reservar el transporte.

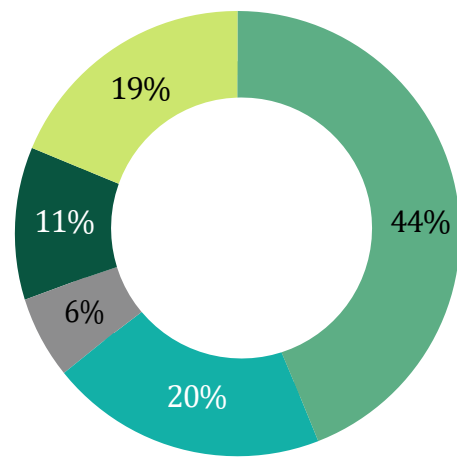
Gráfica 9

¿Con cuánto tiempo de antelación reserva?

- No hago reservaciones
- Entre 1 y 5 días
- Entre 6 y 9 días antes
- Entre 10 y 15 días antes
- Más de 15 días antes



Hospedaje



Transporte

Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia

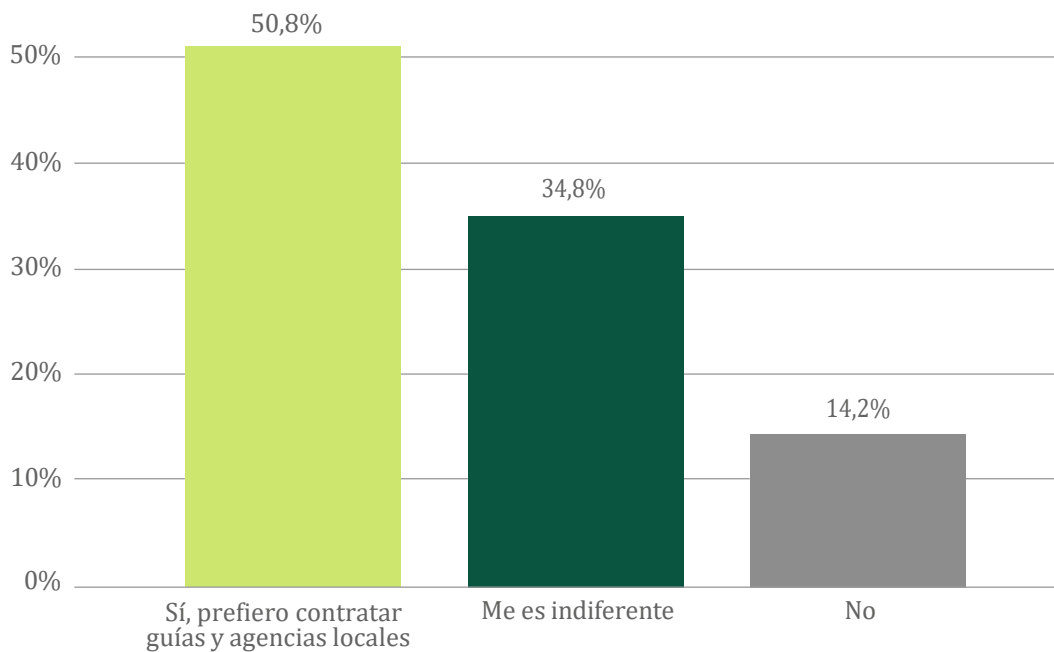


5.3 Consumo de servicios ofertados por operadores turísticos

Según la información obtenida, el **51%** de los turistas antioqueños prefieren contratar guías locales y agencias a la hora de realizar sus viajes por Antioquia, mientras que el **35%** tiene preferencia por la compra de servicios y productos de manera independiente, sin recurrir a agencias o paquetes turísticos.

Gráfica 10

A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿prefiere usted contratar guías locales o agencias?



Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia

De todo lo anterior, se evidencia una preferencia por viajes logísticamente simplificados, de menores tiempos y fáciles de realizar.



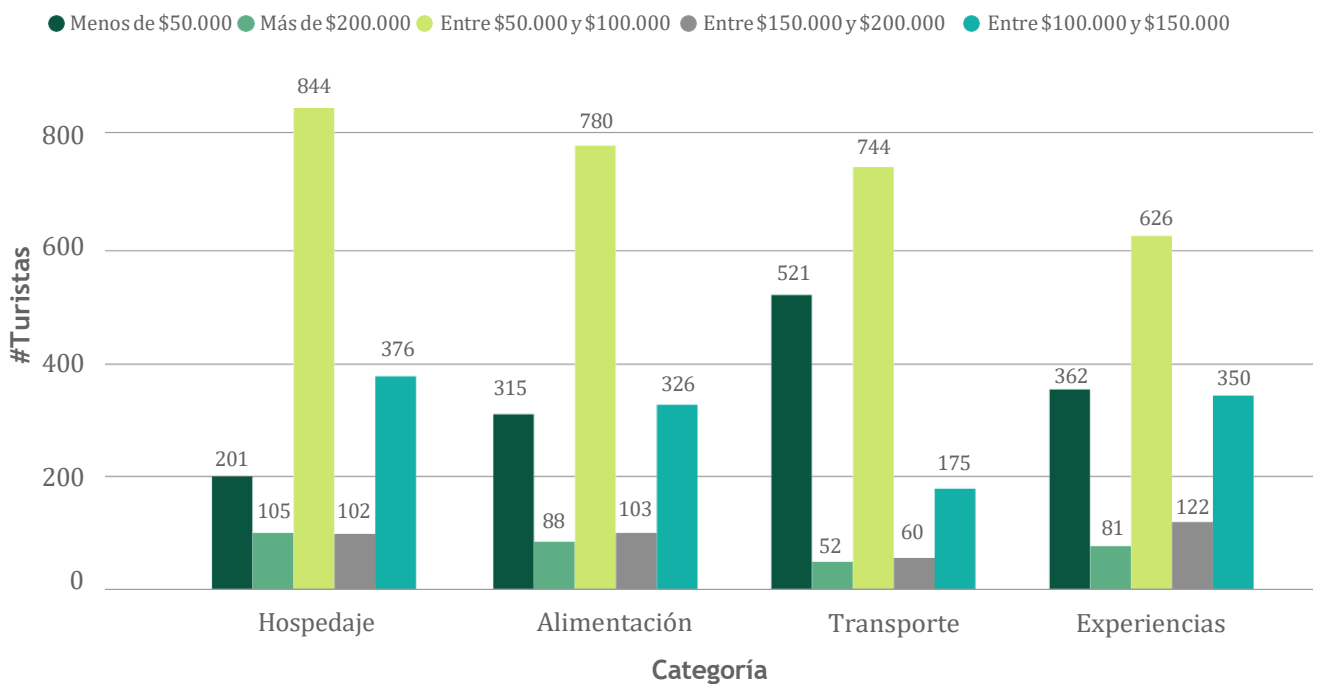
5.4 Gastos de viaje

El turista Antioqueño está dispuesto a pagar, por lo general en servicios turísticos, entre **50.000 y 100.000** pesos por día.

En términos de disposición de gasto, se evidencia que no existe una mayor **propensión** resultante de mayores ingresos, de forma que se presenta un nivel de consumo similar entre turistas con diferentes niveles de ingreso de los turistas.

Gráfica 11

¿Por persona cuánto está usted dispuesto a pagar cada uno de los siguientes gastos de viaje por día?



Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia



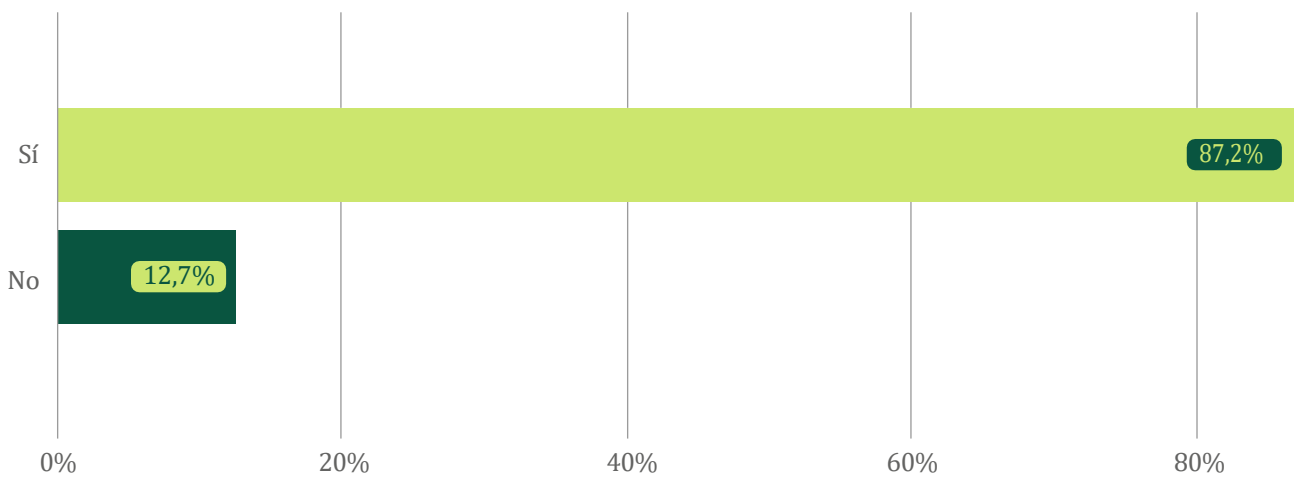
6. SATISFACCIÓN GENERAL DE LOS TURISTAS EN ANTIOQUIA

6.1 Visitas en los últimos 12 meses

El **87,2%** de los encuestados manifestaron haber realizado al menos un viaje en el último año dentro de Antioquia como turistas, mientras que el otro **12,8%** manifiesta que no fue posible realizar turismo interno debido a qué no contaban con los recursos suficientes.

Gráfica 12

En los últimos meses, ¿Ha viajado usted como turista a algún lugar de Antioquia?



Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia



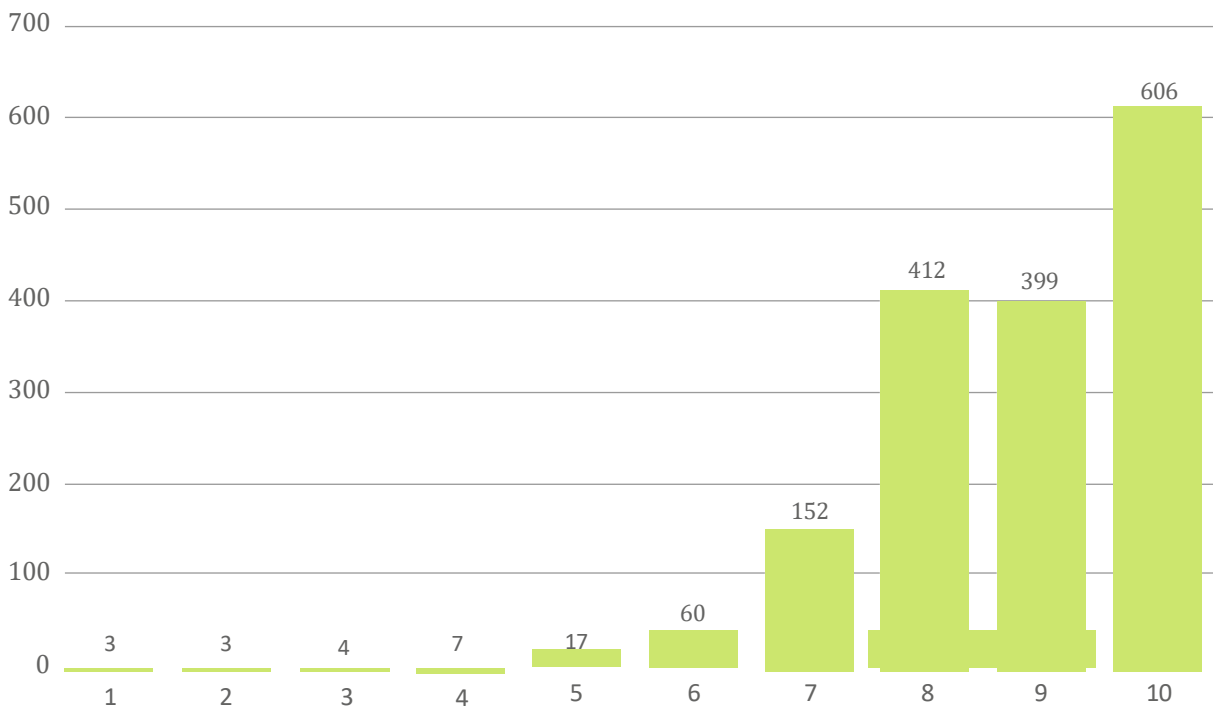
6.2 Satisfacción en las visitas

Se manifiestan **altos niveles de satisfacción** con sus experiencias turísticas realizadas en el departamento.

De esta manera **un clima de confianza en el mercado turístico departamental** y una alta capacidad de respuesta hacia las **necesidades y expectativas** de los viajeros departamentales, dinamizando así la consolidación del departamento como destino.

Gráfica 13

Del 1 al 10, ¿Cuál es su satisfacción con las experiencias turísticas que ha tenido Antioquia?



Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia

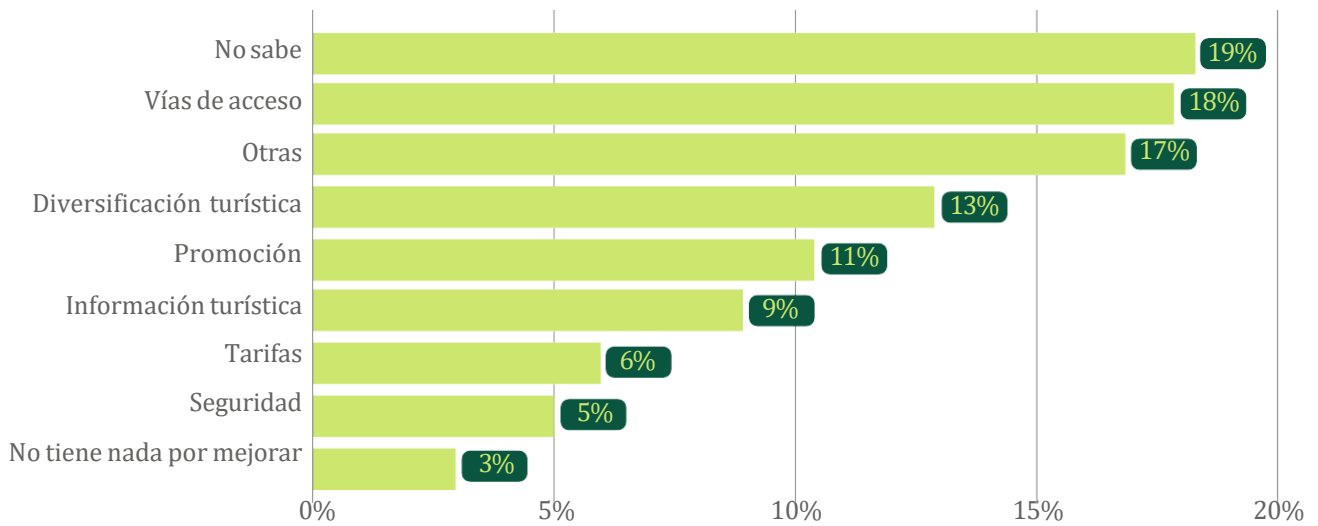


6.3 Oportunidades de mejora en la oferta turística

Según la encuesta realizada, las mejoras en **infraestructura vial** son el elemento que consideran los viajeros de **mayor prioridad para la mejora en la experiencia turística**, seguido de la **diversidad de oferta turística y de promoción de los destinos**.

Gráfica 14

¿Qué debería mejorar Antioquia en su oferta turística?



Fuente: Secretaría de Turismo de Antioquia

SECRETARÍA DE TURISMO

ANÍBAL GAVIRIA CORREA

GOBERNADOR DE ANTIOQUIA

JUAN DAVID BLANCO T.

SECRETARIO DE TURISMO DE ANTIOQUIA

LUISA FERNANDA BENJUMEA LEMA

DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y PROYECTOS DEL SECTOR TURÍSTICO

JUAN PABLO JAIMES M.

LAURA ANDREA OSORIO H.

SANTIAGO BETANCUR ZAPATA

SANTIAGO JIMÉNEZ LONDOÑO

Anexo 2-Encuesta Como viajas por Antioquia.

¿Cómo viajas por Antioquia?

Queremos saber qué tipo de turista eres.

Participa por una de las cinco experiencias turísticas en uno de los municipios del programa "Antioquia es Mágica".



* Obligatoria

Este formulario tiene como objetivo llevar a cabo una caracterización del turismo interno y las preferencias de consumo. Le extendemos una cordial invitación a responder las preguntas que se presentan en este documento de acuerdo a sus preferencias.

Además, entre las personas que participen en este formulario, realizaremos un sorteo para otorgar una de las cinco experiencias turísticas en uno de los municipios del programa "Antioquia es Mágica".

¡No pierdas la oportunidad de ganar y explorar la magia de Antioquia!

"Con el envío del presente formato usted autoriza a la Administración Departamental, para que utilice la información consignada en el mismo con fines estadísticos y/o académicos". En cumplimiento del artículo 7 del Decreto 1377 de 2013, por medio del cual se reglamenta la Ley 1581 de 2012, en la que expidió el régimen general de la protección de datos personales.

1. Nombre completo *

2. Cédula *

El valor debe ser un número.

3. Correo electrónico

4. Número de contacto *

El valor debe ser un número.

5. Género *

- Masculino
- Femenino
- No binario
- Prefiero no decirlo

6. Caracterización *

- Indígena
- Afrodescendiente
- Persona con discapacidad
- Desplazado
- Campesino
- LGTBQ+
- Ninguno

7. Edad (años) *

- 18-28
- 29-40
- 41-60
- Más de 60

8. Ocupación *

- Estudiante
- Empleado
- Independiente
- Pensionado
- Desempleado

9. Nivel de estudios *

- Bachiller
- Técnico/Tecnólogo
- Pregrado
- Posgrado
- Otras

10. ¿De cuánto son sus ingresos mensuales? *

- Menos de \$1.000.000
- Entre \$1.000.000 y \$2.000.000
- Entre \$2.000.000 y \$3.500.000
- Entre \$3.500.000 y \$4.500.000
- Más de \$4.500.000

11. ¿Cuántas personas tiene a su cargo? *

- Ninguna
- 1
- 2
- 3
- 4 o más

12. ¿En qué municipio del departamento de Antioquia reside? *

- Medellín
- Abejorral
- Abriaquí
- Alejandría
- Amagá
- Amalfi
- Andes
- Angelópolis
- Angostura
- Anorí
- Anzá
- Apartadó
- Arboletes
- Argelia
- Armenia
- Barbosa
- Bello
- Belmira
- Betania
- Betulia
- Briceño
- Buriticá
- Cáceres
- Caicedo
- Caldas
- Campamento
- Cañasgordas
- Caracolí

- Caramanta
- Carepa
- Carolina
- Caucasia
- Chigorodó
- Cisneros
- Ciudad Bolívar
- Cocorná
- Concepción
- Concordia
- Copacabana
- Dabeiba
- Donmatías
- Ebéjico
- El Bagre
- El Carmen de Viboral
- El Peñol
- Entrerrios
- Envigado
- Fredonia
- Frontino
- Giraldo
- Girardota
- Gómez Plata
- Granada
- Guadalupe
- Guarne
- Guatapé
- Heliconia
- Hispania

- Itagüí
- Ituango
- Jardín
- Jericó
- La Ceja
- La Estrella
- La Pintada
- La Unión
- Liborina
- Maceo
- Marinilla
- Montebello
- Murindó
- Mutatá
- Nariño
- Nechí
- Necoclí
- Olaya
- Peque
- Pueblorrico
- Puerto Berrío
- Puerto Nare
- Puerto Triunfo
- Remedios
- El Retiro
- Rionegro
- Sabanalarga
- Sabaneta
- Salgar

- San Andrés de Cuerquia
- San Carlos
- San Francisco
- San Jerónimo
- San José de la Montaña
- San Juan de Urabá
- San Luis
- San Pedro de los Milagros
- San Pedro de Urabá
- San Rafael
- San Roque
- San Vicente
- Santa Bárbara
- Santa Fe de Antioquia
- Santa Rosa de Osos
- Santo Domingo
- Santuario
- Segovia
- Sonsón
- Sopetrán
- Támesis
- Tarazá
- Tarso
- Titiribí
- Toledo
- Turbo
- Uramita
- Urrao
- Valdivia
- Villavieja

- vaiparaiso
- Vegachí
- Venecia
- Vigía del Fuerte
- Yalí
- Yarumal
- Yolombó
- Yondó
- Zaragoza

13. En los últimos 12 meses, ¿ha viajado usted como turista a algún lugar de Antioquia? *

- Si
- No

14. Si su respuesta anterior fue negativa, ¿por cuál de las siguientes razones usted no viajó?

- No tenía dinero suficiente
- No tenía tiempo para viajar
- No tenía con quién ir
- Tengo limitaciones físicas para viajar
- No sé de ningún lugar en Antioquia al cual ir
- Ninguna de las opciones que conozco me interesa

15. ¿Cuáles de los siguientes municipios de Antioquia ha visitado en los últimos 12 meses?

- Abejorral
- Arboletes
- Barbosa
- Caldas
- Caracolí
- Carolina del Príncipe
- Cisneros
- Ciudad Bolívar
- Concepción
- Dabeiba
- Donmatías
- El Carmen de Viboral
- Entreríos
- El Retiro
- Gómez Plata
- Guatapé
- Jardín
- Jericó
- La Unión
- La Ceja
- Marinilla
- Necoclí
- Puerto Berrio
- Puerto Triunfo
- San José de la Montaña
- San Pedro de los Milagros
- San Rafael
- Santopé de Antioquia

- Santo Domingo
- San Vicente Ferrer
- Sonsón
- Támesis
- Turbo
- Urrao
- Venecia
- Otras

16. ¿Tiene intenciones de viajar como turista a algún lugar de Antioquia en los próximos 12 meses? *

- Si
- No

17. Si su respuesta anterior fue negativa, ¿por cuál de las siguientes razones usted no planea viajar?

- No tengo dinero suficiente
- No tengo tiempo para viajar
- No tengo con quién ir
- Tengo limitaciones físicas para viajar
- No sé de ningún lugar en Antioquia al cual ir
- Ninguna de las opciones que conozco me interesa

18. ¿Cuáles de los siguientes municipios de Antioquia le gustaría visitar?

- Abejorral
- Arboletes
- Barbosa
- Caldas
- Caracolí
- Carolina del Príncipe
- Cisneros
- Ciudad Bolívar
- Concepción
- Dabeiba
- Donmatías
- El Carmen de Viboral
- Entreríos
- El Retiro
- Gómez Plata
- Guatapé
- Jardín
- Jericó
- La Unión
- La Ceja
- Marinilla
- Necoclí
- Puerto Berrío
- Puerto Triunfo
- San José de la Montaña
- San Pedro de los Milagros
- San Rafael
- Santa Fé de Antioquia

- Santo Domingo
- San Vicente Ferrer
- Sonsón
- Támesis
- Turbo
- Urrao
- Venecia
- Otras

19. ¿Cuáles son sus principales motivaciones a la hora de viajar por Antioquia? *

- Descubrir nuevas culturas y lugares
- Relajarse y escapar del estrés cotidiano
- Conectar con amigos y familiares
- Salir de mi zona de confort
- Probar comidas y sabores diferentes
- Disfrutar de un clima diferente
- Otras

20. ¿Qué tipo de experiencia turística le resulta más atractiva? *

- Visitar lugares con atractivos naturales
- Visitar lugares con alto contenido cultural e histórico
- Asistir a eventos y ferias
- Visitar lugares por su oferta gastronómica
- Me es indiferente
- Otras

21. ¿Cuáles de los siguientes tipos de alojamientos preferiría usted a la hora de viajar por Antioquia? *

- Hotel
- Hostal
- Hostería
- Vivienda completa en alquiler (Ejemplo: AirBNB)
- Habitación en alquiler en vivienda particular (Ejemplo: AirBNB)
- Camping
- Glamping
- Hospedarse en casa de un amigo, familiar o anfitrión
- Me es indiferente
- Otras

22. ¿Qué medio de transporte utiliza principalmente para viajar por Antioquia? *

- Carro particular
- Moto
- Bus intermunicipal
- Bus contratado para el viaje
- Bicicleta
- Avión
- Lancha
- Ferry
- Taxi

23. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿Con quién prefiere realizarlos? *

- Prefiero viajar solo
- Prefiero viajar solamente con mi pareja
- Prefiero los viajes con amigos
- Prefiero los viajes familiares
- Prefiero los viajes con mi mascota
- Me es indiferente

24. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿En qué meses del año prefiere realizarlos? *

- Enero
- Febrero
- Marzo
- Abril
- Mayo
- Junio
- Julio
- Agosto
- Septiembre
- Octubre
- Noviembre
- Diciembre

25. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿En qué días prefiere realizarlos? *

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo

26. Entendiendo su disponibilidad de tiempo y recursos, ¿Durante cuántos días está dispuesto a realizar sus viajes en el departamento? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15 o más

27. Entendiendo su disponibilidad de tiempo y recursos, ¿Cuántos viajes estaría dispuesto a realizar por Antioquia durante el año? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15 o más

28. ¿Con cuántos días de antelación usted reserva los siguientes productos y servicios? *

	No aplica	Entre 1 a 5 días	Entre 6 a 9 días	Entre 11 a 15 días	Entre 16 a 20 días	Más de 20 días
Hospedaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actividades turísticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

29. ¿Por qué medio se entera de la información con la que elige el destino para viajar? *

- Redes sociales
- Recomendaciones de amigos, familiares u otros
- Página web de Antioquia es Mágica
- Consulta en páginas web de los oferentes de servicios y paquetes turísticos
- Consulta en las páginas web de los municipios que planea visitar
- Consulta en puntos de información turística
- Influencers

30. A la hora de viajar por Antioquia, ¿Cómo prefiere adquirir la alimentación, el alojamiento y transporte? *

- Prefiero comprarlos en paquetes
- Prefiero comprarlos de forma independiente
- Me es indiferente

31. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿Contrata usted guías locales o agencias de viaje? *

- Si
- No

32. ¿Qué canal (físico o virtual) usa para la compra de sus paquetes o servicios turísticos a la hora de viajar por Antioquia? *

	No aplica	Compra física/presencial	Compra de forma virtual
Hospedaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paquetes turísticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Indumentaria o ropa para el viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recuerdos de viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entradas / boletería para experiencias durante el viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

33. Por persona, ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar en cada uno de los siguientes gastos de viaje por día? *

	Menos de \$50.000	Entre \$50.000 y \$100.000	Entre \$100.000 y \$150.000	Entre \$150.000 y \$200.000	Entre \$250.000 y \$300.000	Más de \$300.000
Hospedaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paquetes turísticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Indumentaria o ropa para el viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recuerdos de viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entradas / boletería para experiencias durante el viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

34. De las siguientes, ¿Cuáles son las actividades que usted preferiría realizar durante sus viajes por Antioquia? *

- Deportes náuticos (buceo, pesca, navegación)
- Senderismo, montañismo
- Deportes de aventura o deportes extremos
- Asistencia a eventos deportivos
- Visitas culturales (fiestas municipales, museos, bibliotecas, librerías, entre otros)
- Asistencia a espectáculos culturales (festivales de música, festivales de cine, tablados, conferencias, entre otros)
- Acampar
- Visita a parques acuáticos
- Visita a casinos, salas de juego
- Actividades gastronómicas
- Actividades de ocio (salir a bares, discotecas o similares)
- Realizar visitas o peregrinaciones religiosas

35. De 1 a 10, siendo 1 totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho ¿Cuál es su satisfacción con las experiencias turísticas que ha tenido en Antioquia? *

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

36. Desde su punto de vista, ¿Qué debería mejorar Antioquia en su oferta turística? *

- No tiene nada por mejorar
- Las vías de acceso a los municipios
- Hacer más promoción de los destinos turísticos
- Mayor diversidad hotelera y gastronómica
- La seguridad en los municipios
- La información dispuesta de turismo en los sitios web
- Otras

37. ¿Sabes qué condiciones debe tener un destino para ser turísticamente sostenible? *

- Si
 No

38. Si tu respuesta a la anterior pregunta fue NO te invitamos a consultar el siguiente enlace para conocer más acerca de turismo sostenible:

<https://acortar.link/BjlBEZ>

39. De 1 a 10, siendo 1 nada importante, y 10 totalmente importante, ¿Qué tan importante es para usted que el destino al que viaja cumpla estándares de sostenibilidad? *

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

40. ¿Conoces el programa de promoción turística Antioquia es Mágica? *

- Si
 No

41. Si su respuesta fue positiva, ¿Por qué medios ha visto o se ha enterado de la marca Antioquia es Mágica?

- Redes sociales
 Páginas Web
 Eventos culturales
 Eventos deportivos
 Eventos en Centros Comerciales
 Medios de comunicación masiva

Este contenido no está creado ni respaldado por Microsoft. Los datos que envíe se enviarán al propietario del formulario.

 Microsoft Forms



SC4887-1



Anexo 3-Ficha metodológica

 SISTEMA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA DE ANTIOQUIA (SITA) FICHA TÉCNICA DE INDICADORES		Código: Versión: 1 Fecha de aprobación: Pagina: 1 de 1
1. Fuente de información	Aeropuertos del Suroeste (ASUR)	
2. Base conceptual	Tráfico internacional: Hace referencia tanto a la cantidad de personas que llegan desde el exterior al departamento como a la salida de pasajeros hacia otros países.	
	Tráfico domestico: Se refiere a la cantidad de personas que se movilizan por los aeropuertos del país y cuyo destino es Antioquia o desde el departamento hacia otras ciudades.	
3. Metodología	La metodología para recolectar la información del tráfico de pasajeros por los aeropuertos del departamento se centra en extraer los datos que reporta ASUR en los comunicados de prensa, allí se filtra la información de acuerdo a la cantidad de tráfico internacional y domestico, así mismo los datos se tabulan según el aeropuerto, siendo estos el Jose Maria Cordova de Rionegro, Enrique Olaya Herrera de Medellín y Antonio Roldán Betancur de Carepa, donde el aeropuerto de Rionegro es el único que presta servicio de vuelos internacionales.	
4. Periodos analizados	Los datos presentes en la base de datos de tráfico de pasajeros por vuelos nacionales e internacionales están desde el año 2019 hasta junio de 2023.	
5. Indicadores	Tráfico de pasajeros	5.1 Visualización de los datos
		Total pasajeros de vuelos internacionales
		Total pasajeros de vuelos nacionales
		Total tráfico pasajeros de vuelos en Antioquia
		Total tráfico de pasajeros por año
	Total tráfico de pasajeros por mes	
6. Referencia	https://www.asur.com.mx/comunicados?offset=0&year=&category=	

(1) Fuente de información: origen de la información
 (2) Base conceptual: conceptos fundamentales para comprender los atributos de la base de datos
 (3) Metodología: técnicas, métodos o procedimientos utilizados por la fuente de información para el recopilación, tratamiento y presentación de los datos
 (4) Periodos analizados: temporalidad o rango de tiempo que abarca la información presentada en la base de datos
 (5) Indicadores: variables que se utilizarán para comprender el sector turístico
 (6) Referencia: vínculo para acceder a la fuente

Anexo 4-Diccionario de datos

Nombre de la base de datos:	¿Cómo viajas por Antioquia?									
1. Identificación del archivo de datos				2. Reglas de validación						
Unidad de Análisis	Orden de presentación en el formulario	Nombre del Campo	Descripción del Campo	Llave Primaria	Llave Foránea	Campo obligatorio	Domino o lista de valores	Tipo Campo	Tipo de datos	Observaciones
Turistas residentes en Antioquia	0	ID		[Indicar si el campo hace parte de la llave primaria] [SI/NO]	[Si el campo hace parte de una llave foránea, indique el archivo y el campo de referencia]	[SI/NO]	[Liste los valores válidos, patrón o rango para el campo]	Campo en el formulario de captura (lista, textbox, datepicker, Otro)	[Numérico, Cadena, Carácter, Entero, otro]	[Establecer observaciones acerca de la especificación del registro]
				Si		Si		Otro	Escala	



SC4887-1



Turistas residentes en Antioquia	0	Hora de inicio		Si	Si	Otro	Fecha	
Turistas residentes en Antioquia	0	Hora de finalización		Si	Si	Otro	Fecha	
Turistas residentes en Antioquia	0	Correo electrónico		No	No	Textbox	Texto	
Turistas residentes en Antioquia	0	Nombre		No	No	Textbox	Texto	
Turistas residentes en Antioquia	0	Hora de la última modificación		No	No	otro	Fecha	
Turistas residentes en Antioquia	1	Nombre completo	1. Nombre completo	No	Si	Textbox	Texto	
Turistas residentes en Antioquia	2	Cédula	2. Cedula	No	Si	Textbox	Numerico	
Turistas residentes en Antioquia	3	Correo electrónico2	3. Correo electronico	No	No	Textbox	Texto	
Turistas residentes en Antioquia	4	Número de contacto	4. Numero de contacto	No	Si	Textbox	Numerico	
Turistas residentes en Antioquia	5	Género	5. Genero	No	Si	Lista	Nominal	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	6	Caracterización	6. Caracterizacion	No	Si	Lista	Nominal	Pregunta de opción múltiple
Turistas residentes en Antioquia	7	Edad (años)	7. Edad(años)	No	Si	Lista	Numerico	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	8	Ocupación	8. Ocupación	No	Si	Lista	Nominal	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	9	Nivel de estudios	9. Nivel de estudios	No	Si	Lista	Numerico	Pregunta de opción múltiple
Turistas residentes en Antioquia	10	¿De cuánto son sus ingresos mensuales?	10. ¿De cuánto son sus ingresos mensuales?	No	Si	Lista	Numerico	Pregunta de única opción



SC4887-1



a										
Turistas residentes en Antioquia	11	¿Cuántas personas tiene a su cargo?	11. ¿Cuántas personas tiene a su cargo?	No	Si		Lista	Numerico	Pregunta de única opción	
Turistas residentes en Antioquia	12	¿En qué municipio del departamento de Antioquia reside?	12. ¿En qué municipio del departamento de Antioquia reside?	No	Si	Hoja< Municipios>	Lista	Nominal	Pregunta de única opción	
Turistas residentes en Antioquia	13	En los últimos 12 meses, ¿ha viajado usted como turista a algún lugar de Antioquia?	13. En los últimos 12 meses, ¿ha viajado usted como turista a algún lugar de Antioquia?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción	
Turistas residentes en Antioquia	14	Si su respuesta anterior fue negativa, ¿por cuál de las siguientes razones usted no viajó?	14. Si su respuesta anterior fue negativa, ¿por cuál de las siguientes razones usted no viajó?	No	No		Lista	Nominal	Pregunta de única opción	
Turistas residentes en Antioquia	15	¿Cuáles de los siguientes municipios de Antioquia ha visitado en los últimos 12 meses?	15. ¿Cuáles de los siguientes municipios de Antioquia ha visitado en los últimos 12 meses?	No	No	Hoja< Municipios>	Lista	Nominal	Pregunta de opción múltiple	
Turistas residentes en Antioquia	16	¿Tiene intenciones de viajar como turista a algún lugar de Antioquia en los próximos 12 meses?	16. ¿Tiene intenciones de viajar como turista a algún lugar de Antioquia en los próximos 12 meses?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción	
Turistas residentes en Antioquia	17	Si su respuesta anterior fue negativa, ¿por cuál de las siguientes razones usted no planea viajar?	17. Si su respuesta anterior fue negativa, ¿por cuál de las siguientes razones usted no planea viajar?	No	No		Lista	Nominal	Pregunta de única opción	
Turistas residentes en Antioquia	18	¿Cuáles de los siguientes municipios de Antioquia le gustaría visitar?	18. ¿Cuáles de los siguientes municipios de Antioquia le gustaría visitar?	No	No	Hoja< Municipios>	Lista	Nominal	Pregunta de opción múltiple	
Turistas residentes en Antioquia	19	¿Cuáles son sus principales motivaciones a la hora de viajar por Antioquia?	19. ¿Cuáles son sus principales motivaciones a la hora de viajar por Antioquia?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de opción múltiple	
Turistas residentes en Antioquia	20	¿Qué tipo de experiencia turística le resulta más atractiva?	20. ¿Qué tipo de experiencia turística le resulta más atractiva?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción	
Turistas residentes en Antioquia	21	¿Cuáles de los siguientes tipos de alojamientos preferiría usted a la hora de viajar por Antioquia?	21. ¿Cuáles de los siguientes tipos de alojamientos preferiría usted a la hora de viajar por Antioquia?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de opción múltiple	
Turistas residentes en Antioquia	22	¿Qué medio de transporte utiliza principalmente para viajar por Antioquia?	22. ¿Qué medio de transporte utiliza principalmente para viajar por Antioquia?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción	
Turistas residentes en Antioquia	23	A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿Con quién prefiere	23. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿Con quién prefiere	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción	



SC4887-1



Antioquia		realizarlos?	realizarlos?							
Turistas residentes en Antioquia	24	A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿En qué meses del año prefiere realizarlos?	24. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿En qué meses del año prefiere realizarlos?	No	Si	Hoja< Mese s>	Lista	Nominal		Pregunta de opción múltiple
Turistas residentes en Antioquia	25	A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿En qué días prefiere realizarlos?	25. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿En qué días prefiere realizarlos?	No	Si	Hoja< Días>	Lista	Nominal		Pregunta de opción múltiple
Turistas residentes en Antioquia	26	Entendiendo su disponibilidad de tiempo y recursos, ¿Durante cuántos días está dispuesto a realizar sus viajes en el departamento?	26. Entendiendo su disponibilidad de tiempo y recursos, ¿Durante cuántos días está dispuesto a realizar sus viajes en el departamento?	No	Si		Lista	Numerico		Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	27	Entendiendo su disponibilidad de tiempo y recursos, ¿Cuántos viajes estaría dispuesto a realizar por Antioquia durante el año?	27. Entendiendo su disponibilidad de tiempo y recursos, ¿Cuántos viajes estaría dispuesto a realizar por Antioquia durante el año?	No	Si		Lista	Numerico		Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	28	Hospedaje	28. ¿Con cuantos dis de antelacion usted reserva los siguientes productos?	No	Si		Lista	Numerico		Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	28	Transporte	28. ¿Con cuantos dis de antelacion usted reserva los siguientes productos?	No	Si		Lista	Numerico		Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	28	Actividades turísticas	28. ¿Con cuantos dis de antelacion usted reserva los siguientes productos?	No	Si		Lista	Numerico		Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	28	Alimentación	28. ¿Con cuantos dis de antelacion usted reserva los siguientes productos?	No	Si		Lista	Numerico		Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	29	¿Por qué medio se entera de la información con la que elige el destino para viajar?	29. ¿Por qué medio se entera de la información con la que elige el destino para viajar?	No	Si		Lista	Nominal		Pregunta de opción múltiple
Turistas residentes en Antioquia	30	A la hora de viajar por Antioquia, ¿Cómo prefiere adquirir la alimentación, el alojamiento y transporte?	30. A la hora de viajar por Antioquia, ¿Cómo prefiere adquirir la alimentación, e alojamiento y transporte?	No	Si		Lista	Nominal		Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	31	A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿Contrata usted guías locales o agencias de viaje?	31. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿Contrata usted guías locales o agencias de viaje?	No	Si		Lista	Nominal		Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	32	Hospedaje2	32. ¿Qué canal (físico o virtual) usa para la compra de sus paquetes o	No	Si		Lista	Nominal		Pregunta de única opción



SC4887-1



			servicios turísticos a la hora de viajar por Antioquia?						
Turistas residentes en Antioquia	32	Transporte2	32. ¿Qué canal (físico o virtual) usa para la compra de sus paquetes o servicios turísticos a la hora de viajar por Antioquia?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	32	Alimentación2	32. ¿Qué canal (físico o virtual) usa para la compra de sus paquetes o servicios turísticos a la hora de viajar por Antioquia?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	32	Paquetes turísticos	32. ¿Qué canal (físico o virtual) usa para la compra de sus paquetes o servicios turísticos a la hora de viajar por Antioquia?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	32	Indumentaria o ropa para el viaje	32. ¿Qué canal (físico o virtual) usa para la compra de sus paquetes o servicios turísticos a la hora de viajar por Antioquia?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	32	Recuerdos de viaje	32. ¿Qué canal (físico o virtual) usa para la compra de sus paquetes o servicios turísticos a la hora de viajar por Antioquia?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	32	Entradas / boletería para experiencias durante el viaje	32. ¿Qué canal (físico o virtual) usa para la compra de sus paquetes o servicios turísticos a la hora de viajar por Antioquia?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	33	Hospedaje3	33. Por persona, ¿Cuánto está dispuesto a pagar en cada uno de los siguientes gastos por viaje por día?	No	Si		Lista	Numerico	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	33	Transporte3	33. Por persona, ¿Cuánto está dispuesto a pagar en cada uno de los siguientes gastos por viaje por día?	No	Si		Lista	Numerico	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	33	Alimentación3	33. Por persona, ¿Cuánto está dispuesto a pagar en cada uno de los siguientes gastos por viaje por día?	No	Si		Lista	Numerico	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	33	Paquetes turísticos2	33. Por persona, ¿Cuánto está dispuesto a pagar en cada uno de los siguientes gastos por viaje por día?	No	Si		Lista	Numerico	Pregunta de única opción



SC4887-1



Turistas residentes en Antioquia	33	Indumentaria o ropa para el viaje2	33. Por persona, ¿Cuánto esta dispuesto a pagar en cada uno de los siguientes gastos por viaje por día?	No	Si		Lista	Numerico	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	33	Recuerdos de viaje2	33. Por persona, ¿Cuánto esta dispuesto a pagar en cada uno de los siguientes gastos por viaje por día?	No	Si		Lista	Numerico	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	33	Entradas / boletería para experiencias durante el viaje2	33. Por persona, ¿Cuánto esta dispuesto a pagar en cada uno de los siguientes gastos por viaje por día?	No	Si		Lista	Numerico	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	34	De las siguientes, ¿Cuáles son las actividades que usted preferiría realizar durante sus viajes por Antioquia?	34. De las siguientes, ¿Cuáles son las actividades que usted preferiría realizar durante sus viajes por Antioquia?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de opción múltiple
Turistas residentes en Antioquia	35	De 1 a 10, siendo 1 totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho ¿Cuáles es su satisfacción con las experiencias turísticas que ha tenido en Antioquia?	35. De 1 a 10, siendo 1 totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho ¿Cuáles es su satisfacción con las experiencias turísticas que ha tenido en Antioquia?	No	Si		Lista	Numerico	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	36	Desde su punto de vista, ¿Qué debería mejorar Antioquia en su oferta turística?	36. Desde su punto de vista, ¿Qué debería mejorar Antioquia en su oferta turística?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de opción múltiple
Turistas residentes en Antioquia	37	¿Sabes qué condiciones debe tener un destino para ser turísticamente sostenible?	37. ¿Sabes qué condiciones debe tener un destino para ser turísticamente sostenible?	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	38	Si tu respuesta a la anterior pregunta fue NO te invitamos a consultar el siguiente enlace para conocer más acerca de turismo sostenible:	38. Si tu respuesta a la anterior pregunta fue NO te invitamos a consultar el siguiente enlace para conocer más acerca de turismo sostenible:	No	No		Textbox	Link	
Turistas residentes en Antioquia	39	De 1 a 10, siendo 1 nada importante, y 10 totalmente importante, ¿Qué tan importante es para usted que el destino al que viaja cumpla estándares de sostenibilidad?	39. De 1 a 10, siendo 1 nada importante, y 10 totalmente importante, ¿Qué tan importante es para usted que el destino al que viaja cumpla estándares de sostenibilidad?	No	Si		Lista	Numerico	Pregunta de única opción
Turistas residentes en Antioquia	40	¿Conoces el programa de promoción turística Antioquia	40. ¿Conoces el programa de promoción turística Antioquia	No	Si		Lista	Nominal	Pregunta de única opción



SC4887-1



a		es Mágica?	es Mágica?							
Turistas residentes en Antioquia	41	Si su respuesta fue positiva, ¿Por qué medios ha visto o se ha enterado de la marca Antioquia es Mágica?	41. Si su respuesta fue positiva, ¿Por qué medios ha visto o se ha enterado de la marca Antioquia es Mágica?	No	No	Lista	Nominal	Pregunta de opción múltiple		

Respuestas

OPCIONES DE RESPUESTA - ¿Cómo viajas por Antioquia?		
5. Género *		
Masculino		
Femenino		
No binario		
Prefiero no decirlo		
6. Caracterización *		
Indígena		
Afrodescendiente		
Persona con discapacidad		
Desplazado		
Campesino		
LGTBIQ+		
Ninguno		
7. Edad (años) *		
18-28		
29-40		
41-60		
Más de 60		
8. Ocupación *		
Estudiante		
Empleado		
Independiente		
Pensionado		
Desempleado		
9. Nivel de estudios *		
Bachiller		
Técnico/Tecnólogo		



SC4887-1



Pregrado		
Posgrado		
Otras		
10. ¿De cuánto son sus ingresos mensuales? *		
Menos de \$1.000.000		
Entre \$1.000.000 y \$2.000.000		
Entre \$2.000.000 y \$3.500.000		
Entre \$3.500.000 y \$4.500.000		
Más de \$4.500.000		
11. ¿Cuántas personas tiene a su cargo? *		
Ninguna		
1		
2		
3		
4 o más		
12. ¿En qué municipio del departamento de Antioquia reside?		
125 Municipios del departamento de Antioquia		
13. En los últimos 12 meses, ¿ha viajado usted como turista a algún lugar de Antioquia? *		
Si		
No		
14. Si su respuesta anterior fue negativa, ¿por cuál de las siguientes razones usted no viajó?		
No tenía dinero suficiente		
No tenía tiempo para viajar		
No tenía con quién ir		
Tengo limitaciones físicas para viajar		
No sé de ningún lugar en Antioquia al cual ir		
Ninguna de las opciones que conozco me interesa		
15. ¿Cuáles de los siguientes municipios de Antioquia ha visitado en los últimos 12 meses?		
125 Municipios del departamento de Antioquia		
16. ¿Tiene intenciones de viajar como turista a algún lugar de Antioquia en los próximos 12 meses? *		
Si		



SC4887-1



No		
17. Si su respuesta anterior fue negativa, ¿por cuál de las siguientes razones usted no planea viajar?		
No tengo dinero suficiente		
No tengo tiempo para viajar		
No tengo con quién ir		
Tengo limitaciones físicas para viajar		
No sé de ningún lugar en Antioquia al cual ir		
Ninguna de las opciones que conozco me interesa		
18. ¿Cuáles de los siguientes municipios de Antioquia le gustaría visitar?		
Hoja<municipios>		
19. ¿Cuáles son sus principales motivaciones a la hora de viajar por Antioquia? *		
Descubrir nuevas culturas y lugares		
Relajarse y escapar del estrés cotidiano		
Conectar con amigos y familiares		
Salir de mi zona de confort		
Probar comidas y sabores diferentes		
Disfrutar de un clima diferente		
Otras		
20. ¿Qué tipo de experiencia turística le resulta más atractiva? *		
Visitar lugares con atractivos naturales		
Visitar lugares con alto contenido cultural e histórico		
Asistir a eventos y ferias		
Visitar lugares por su oferta gastronómica		
Me es indiferente		
Otras		
21. ¿Cuáles de los siguientes tipos de alojamientos preferiría usted a la hora de viajar por Antioquia? *		
Hotel		
Hostal		
Hostería		
Vivienda completa en alquiler (Ejemplo: AirBNB)		
Habitación en alquiler en vivienda particular (Ejemplo: AirBNB)		



SC4887-1



Camping		
Glamping		
Hospedarse en casa de un amigo, familiar o anfitrión		
Me es indiferente		
Otras		
22. ¿Qué medio de transporte utiliza principalmente para viajar por Antioquia? *		
Carro particular		
Moto		
Bus intermunicipal		
Bus contratado para el viaje		
Bicicleta		
Avión		
Lancha		
Ferry		
Taxi		
23. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿Con quién prefiere realizarlos? *		
Prefiero viajar solo		
Prefiero viajar solamente con mi pareja		
Prefiero los viajes con amigos		
Prefiero los viajes familiares		
Prefiero los viajes con mi mascota		
Me es indiferente		
24. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿En qué meses del año prefiere realizarlos? *		
Enero		
Febrero		
Marzo		
Abril		
Mayo		
Junio		
Julio		
Agosto		
Septiembre		
Octubre		
Noviembre		
Diciembre		



SC4887-1



25. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿En qué días prefiere realizarlos? *		
Lunes		
Martes		
Miércoles		
Jueves		
Viernes		
26. Entendiendo su disponibilidad de tiempo y recursos, ¿Durante cuántos días está dispuesto a realizar sus viajes en el departamento? *		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15 o mas		
27. Entendiendo su disponibilidad de tiempo y recursos, ¿Cuántos viajes estaría dispuesto a realizar por Antioquia durante el año? *		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		



SC4887-1



13								
14								
15 o mas								
28. ¿Con cuántos días de antelación usted reserva los siguientes productos y servicios? *								
	No aplica	Entre 1 a 5 días	Entre 6 a 9 días	Entre 11 a 15 días	Entre 16 a 20 días	Mas de 20 días		
Hospedaje								
Transporte								
Actividades turísticas								
Alimentación								
29. ¿Por qué medio se entera de la información con la que elige el destino para viajar? *								
Redes sociales								
Recomendaciones de amigos, familiares u otros								
Página web de Antioquia es Mágica								
Consulta en páginas web de los oferentes de servicios y paquetes turísticos								
Consulta en las páginas web de los municipios que planea visitar								
Consulta en puntos de información turística								
Influencers								
30. A la hora de viajar por Antioquia, ¿Cómo prefiere adquirir la alimentación, el alojamiento y transporte? *								
Prefiero comprarlos en paquetes								
Prefiero comprarlos de forma independiente								
Me es indiferente								
31. A la hora de realizar viajes por Antioquia, ¿Contrata usted guías locales o agencias de viaje? *								
Si								
No								
32. ¿Qué canal (físico o virtual) usa para la compra de sus paquetes o servicios turísticos a la hora de viajar por Antioquia? *								
	No aplica	Compra física/prese	Compr a de					



SC4887-1



		ncial	forma virtual			
Hospedaje						
Transporte						
Alimentacion						
Paquetes turisticos						
Indumentaria o ropa para el viaje						
Recuerdos de viaje						
Entradas/boleteria para experiencias durante el viaje						
33. Por persona, ¿Cutno esta usted disuesto a pagar en cada uno de los siguientes gastos por dia?						
	Menos de \$50.000	Entre \$50.000 y \$100.000	Entre \$100.000 y \$150.000	Entre \$150.000 y \$200.000	Entre \$250.000 y \$300.000	Màs de \$300.000
Hospedaje						
Transporte						
Alimentacion						
Paquetes turisticos						
Indumentaria o ropa para el viaje						
Recuerdos de viaje						
Entradas/boleteria para experiencias durante el viaje						
34. De las siguientes, ¿Cuáles son las actividades que usted preferiría realizar durante sus viajes por Antioquia? *						
Deportes náuticos (buceo, pesca, navegación)						
Senderismo, montañismo						
Deportes de aventura o deportes extremos						
Asistencia a eventos deportivos						



SC4887-1



Visitas culturales (fiestas municipales, museos, bibliotecas, librerías, entre otros)		
Asistencia a espectáculos culturales (festivales de música, festivales de cine, tablados, conferencias, entre otros)		
Acampar		
Visita a parques acuáticos		
Visita a casinos, salas de juego		
Actividades gastronómicas		
Actividades de ocio (salir a bares, discotecas o similares)		
Realizar visitas o peregrinaciones religiosas		
35. De 1 a 10, siendo 1 totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho ¿Cuál es su satisfacción con las experiencias turísticas que ha tenido en Antioquia? *		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
36. Desde su punto de vista, ¿Qué debería mejorar Antioquia en su oferta turística? *		
No tiene nada por mejorar		
Las vías de acceso a los municipios		
Hacer más promoción de los destinos turísticos		
Mayor diversidad hotelera y gastronómica		
La seguridad en los municipios		
La información dispuesta de turismo en los sitios web		
Otras		
37. ¿Sabes qué condiciones debe tener un destino para ser turísticamente sostenible? *		
Si		
No		



SC4887-1



38. Si tu respuesta a la anterior pregunta fue NO te invitamos a consultar el siguiente enlace para conocer mas acerca de turismo sostenible:		
https://acortar.ink/Bj BEZ		
39. De 1 a 10, siendo 1 nada importante, y 10 totalmente importante, ¿Qué tan importante es para usted que el destino al que viaja cumpla estándares de sostenibilidad? *		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
40. ¿Conoces el programa de promoción turística Antioquia es Mágica? *		
Si		
No		
41. Si su respuesta fue positiva, ¿Por qué medios ha visto o se ha enterado de la marca Antioquia es Mágica?		
Redes sociales		
Páginas Web		
Eventos culturales		
Eventos deportivos		
Eventos en Centros Comerciales		
Medios de comunicación masiva		



SC4887-1

Anexo 5-Flujo de trabajo

FLUJO DE TRABAJO ENCUESTA DEPARTAMENTAL DE CLASIFICACIÓN DEL TURISTA



Anexo 6-Presentación Como viajes por Antioquia





INTRODUCCIÓN

Desde la Secretaría de Turismo de la Gobernación de Antioquia se realizó una encuesta con el fin de caracterizar la demanda turística en el departamento y las preferencias de consumo de los habitantes de Antioquia en cuanto a turismo interno.

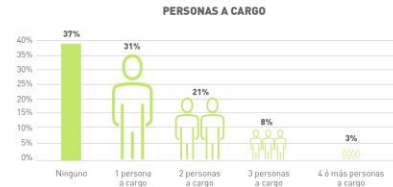
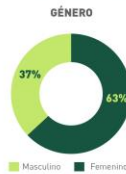
La encuesta permitió establecer diferentes constructos que van desde entender cuál es la época preferida para viajar hasta temas como propensión por un turismo sostenible y preferencia en los medios de compra de los paquetes/servicios turísticos del departamento.

OBJETIVO

Caracterizar el turista interno y conocer su comportamiento de viaje al momento de desplazarse dentro del departamento de Antioquia.



CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA ANTIOQUEÑO



Las mujeres son el público turístico más numeroso en Antioquia. Son jóvenes, con ingresos medios-altos y sin personas a cargo. Este perfil las convierte en un público objetivo clave para el sector turístico.



SC4887-1



CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA ANTIOQUEÑO

El **67%** de los turistas Antioqueños poseen estudios superiores. Adicionalmente, se evidencia que la principal fuente de ingresos es el empleo formal.



¿CUÁL ES LA PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE ANTIOQUIA ES MÁGICA?

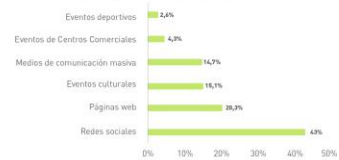
El **44%** de los turistas usan la página web de **Antioquia es Mágica** para planear sus próximas vacaciones.

Las redes sociales han impulsado mayormente la promoción de programa Antioquia es Mágica, llegando a ser conocida por 6 de cada 10 turistas antioqueños.

¿CONOCE ANTIOQUIA ES MÁGICA



MEDIO O CANAL POR EL CUAL CONOCE A ANTIOQUIA ES MÁGICA



SC4887-1



INTENCIONES DE VIAJE DE LOS ANTIOQUEÑOS

Los antioqueños desean viajar y conocer el Departamento.

En los últimos 12 meses, el **86%** de los antioqueños ha realizado al menos un viaje a Antioquia. Además, el **96%** de ellos tiene planes de viajar a Antioquia en los próximos 12 meses.

EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES, ¿HA VIAJADO USTED COMO TURISTA A ALGÚN LUGAR DE ANTIOQUIA?



¿TIENE INTENCIONES DE VIAJAR COMO TURISTA A ALGÚN LUGAR DE ANTIOQUIA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES?



LUGARES Y ACTIVIDADES A REALIZAR

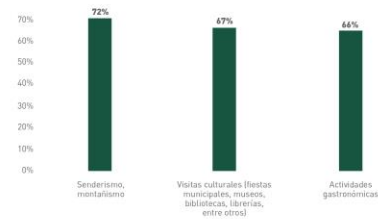
Los antioqueños buscan disfrutar de la naturaleza y la gastronomía en sus viajes.

Casi el **60%** de los antioqueños buscan experiencias gastronómicas, como probar platos típicos de la región o visitar restaurantes de alta cocina. Adicionalmente, **72%** de los antioqueños prefieren realizar actividades al aire libre, como caminatas, camping, o visitas a parques naturales.

¿QUÉ TIPO DE EXPERIENCIA TURÍSTICA LE RESULTA MÁS ATRACTIVA?



¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES QUE USTED PREFERIRÍA REALIZAR DURANTE SUS VIAJES POR ANTIOQUIA?



SC4887-1



¿QUÉ DÍAS Y MESES PREFIEREN LOS TURISTAS ANTIOQUEÑOS PARA VIAJAR?

Los antioqueños prefieren viajar los fines de semana y en las temporadas altas.

Existe un alto interés por viajar, pero que prefieren hacerlo en periodos de tiempo cortos y en fechas específicas.

Las temporadas altas y de vacaciones son los periodos más elegidos para realizar sus viajes y los fines de semana son los días en los cuales más viajan.

A LA HORA DE REALIZAR VIAJES POR ANTIOQUIA, ¿EN QUÉ DÍAS PREFIERE REALIZARLOS?



A LA HORA DE REALIZAR VIAJES POR ANTIOQUIA, ¿EN QUÉ MESES DEL AÑO PREFIERE REALIZARLOS?



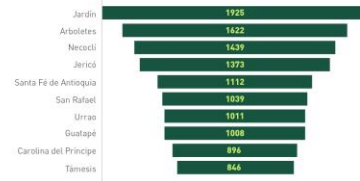
¿QUÉ MUNICIPIOS LE GUSTARÍA VISITAR A LOS ANTIOQUEÑOS?

Jardín, Arboletes, Necocli y Jericó Son los principales municipios con intención de visita.

Por otro lado, **Guatapé y Santa Fe de Antioquia** siguen siendo los más visitados como en la encuesta del año anterior.

Así mismo, Oriente, Urabá y Suroeste son las subregiones con los municipios que más prefieren los turistas a la hora de decidir sus destinos y a los cuales más visitantes han llegado.

¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES MUNICIPIOS DE ANTIOQUIA LE GUSTARÍA VISITAR?



¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES MUNICIPIOS DE ANTIOQUIA LE HA VISITADO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES?



SC4887-1

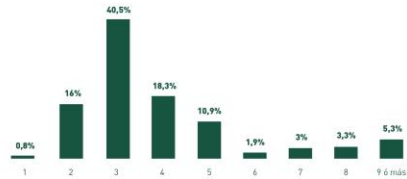


¿CUÁNTOS VIAJES QUIEREN REALIZAR LOS ANTIOQUEÑOS EN EL AÑO?

Cerca del **60%** está dispuestos a realizar de 2 a 5 viajes en el año.

Así mismo, más del **74%** realizarán viajes que durarán de 2 a 4 días. La mayoría de los viajes se realizan durante las épocas vacacionales y de puentes festivos.

¿DURANTE CUÁNTOS DÍAS ESTÁ DISPUESTO A REALIZAR SUS VIAJES EN EL DEPARTAMENTO?



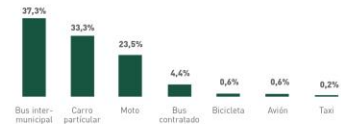
¿CUÁNTOS VIAJES ESTARÍA DISPUESTO A REALIZAR POR ANTIOQUIA DURANTE EL AÑO?



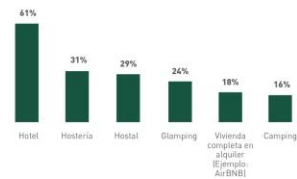
¿CÓMO PREFIEREN LOS TURISTAS HACER SUS VIAJES?

A pesar de que las viviendas turísticas han venido ganando terreno, el hotel y hostería siguen siendo los principales lugares de hospedaje para los antioqueños.

MEDIO DE TRANSPORTE



¿DÓNDE SE HOSPEDAN LOS ANTIOQUEÑOS?



SC4887-1



¿CÓMO PREFIEREN LOS TURISTAS HACER SUS VIAJES?

Los antioqueños les gusta viajar en familia

De cada diez turistas 3 prefieren viajar en familia.

3 realiza sus viajes en pareja.

2 viajara con amigos.

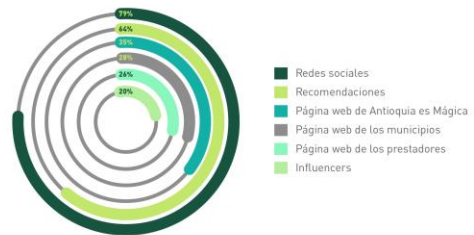
Las actividades de naturaleza y experiencias gastronómicas que se puedan compartir en familia y/o en pareja serán las elegidas por los antioqueños en sus vacaciones



¿DE QUÉ MANERA ELIGEN LOS TURISTAS SUS PRÓXIMOS DESTINOS?

Casi el 80% eligen mediante redes sociales. Posicionado estas plataformas como una herramienta valiosa para los empresarios del sector.

¿POR QUÉ MEDIO ELIGEN LOS LUGARES A VISITAR?



SC4887-1



¿DE QUÉ MANERA ELIGEN LOS TURISTAS SUS PRÓXIMOS DESTINOS?

Las redes sociales son el principal canal de los turistas a la hora de decidir sus próximos destinos, además estos tienen preferencias por adquirir lo relacionado a alimentación, hospedaje y transporte de manera separada.

¿DE QUÉ MANERA ELIGEN LOS TURISTAS SUS PRÓXIMOS DESTINOS?

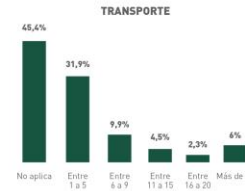
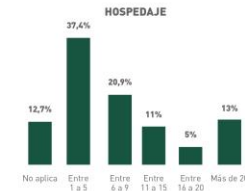


¿CÓMO RESERVAN LOS TURISTAS EN ANTIOQUIA?

El **hospedaje** es la actividad que más reservan, cerca del **70%** reserva con **un mes** de antelación.

57% reserva las **actividades turísticas** con casi **2 semanas** de antelación.

El transporte y la alimentación por lo general son las que menos reservas presentan.



SC4887-1

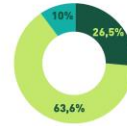


¿QUÉ CANAL USA PARA LA COMPRA DE SUS PAQUETES O SERVICIOS TURÍSTICOS A LA HORA DE VIAJAR POR ANTIOQUIA?

Los **canales virtuales** son protagonistas en los **procesos de compra** de los antioqueños al momento de viajar.

Los turistas del departamento manifiestan que la alimentación y el transporte se contratan de forma presencial, mientras que el hospedaje y los paquetes turísticos se compran de manera virtual.

HOSPEDAJE



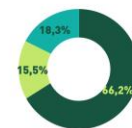
TRANSPORTE



PAQUETES TURÍSTICOS



ALIMENTACIÓN



■ Compra física ■ Compra virtual ■ No aplica

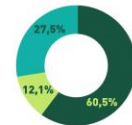


¿QUÉ CANAL USA PARA LA COMPRA DE SUS PAQUETES O SERVICIOS TURÍSTICOS A LA HORA DE VIAJAR POR ANTIOQUIA?

Los turistas prefieren comprar los productos más tangibles como ropa, recuerdos o boletería de forma presencial, pudiendo de esta manera tener contacto y seleccionar lo que desean conseguir.

Este patrón muestra una tendencia marcada por segmentar los consumos realizados en la web, y niveles de confianza variantes en la compra digital de los servicios turísticos

INDUMENTARIA O ROPA



■ Compra física
■ Compra virtual
■ No aplica

RECUERDOS DE VIAJE



■ Compra física
■ Compra virtual
■ No aplica

ENTRADA/BOLETERÍA



■ Compra física
■ Compra virtual
■ No aplica



SC4887-1



¿CUÁNTO GASTAN LOS TURISTAS EN ANTIOQUIA EN SUS VIAJES?

Los turistas están dispuestos a gastar entre \$50.000 y \$100.000 por persona por los servicios turísticos que se prestan en los municipios del departamento.

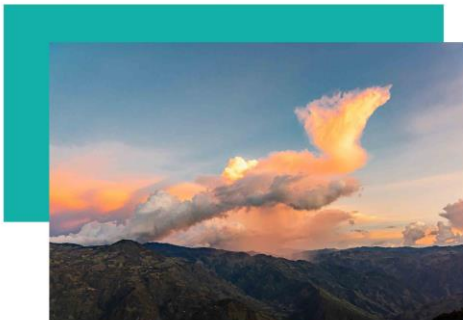
HOSPEDAJE



TRANSPORTE



ALIMENTACIÓN



¿CUÁNTO GASTAN LOS TURISTAS EN ANTIOQUIA EN SUS VIAJES?

Los recuerdos de viaje son el producto por el cual menos están dispuestos a pagar los turistas, siendo menos de \$50.000 el valor que reportan.

PAQUETES TURÍSTICOS



INDUMENTARIA O ROPA PARA EL VIAJE



RECUERDOS DE VIAJE



ENTRADAS/BOLETERÍA PARA EXPERIENCIAS DURANTE EL VIAJE

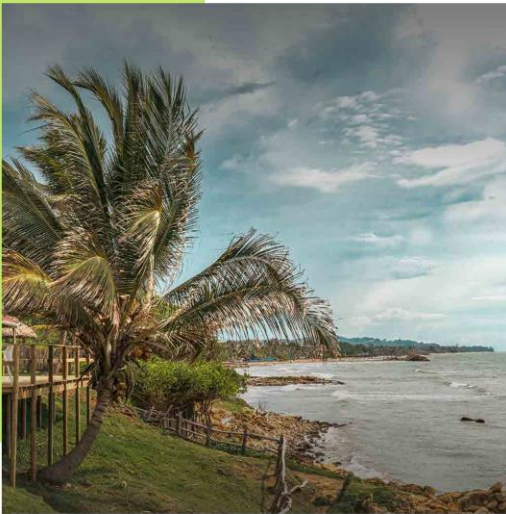


SC4887-1



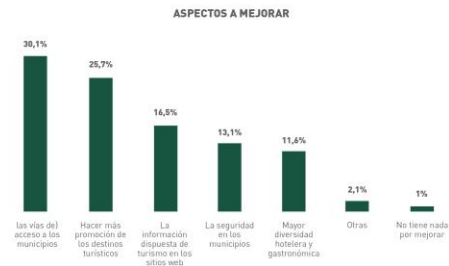
¿CÓMO PERCIBEN LOS TURISTAS A ANTIOQUIA?

Los turistas tienen una percepción positiva sobre las experiencias turísticas que han tenido en el departamento, otorgando una puntuación promedio de 8,67 de un total de 10, consecuentemente, para los turistas en Antioquia es importante que los destinos a los cuales viajan sean sostenibles, dándoles una puntuación promedio de 8.76 de un total de 10.



¿QUÉ DEBERÍA MEJORAR ANTIOQUIA EN SU OFERTA TURÍSTICA?

Las vías de acceso a los municipios son el aspecto más necesario que perciben los turistas a mejorar, así como también evidencian como necesario hacer más promoción a los destinos turísticos.



SC4887-1



CONCLUSIONES

Los turistas en Antioquia manifiestan un alto interés por visitar lugares que tengan una gran oferta cultural y gastronómica, así mismo que sean lugares con atractivos naturales en los cuales se pueda compartir en pareja familia, dando gran importancia a los municipios patrimonio del departamento.

Otra de las características de los turistas en Antioquia es su preferencia por alojarse en lugares tradicionales como los hoteles y hosterías, cuyo gasto en estos no sea elevado y que tengan presencia en redes sociales, ligado a la tendencia por el bajo gasto está el hecho de que prefieren movilizarse en buses intermunicipales que aminoren este gasto final en los destinos, de igual manera, está presente las preferencias por las fechas de temporada alta y fines de semana para viajar.

En general los turistas tienen una buena percepción de los destinos en el departamento, aunque también son conscientes de la necesidad de incluir algunas mejoras que puedan ayudar a resaltar la belleza y enorme oferta turística que tiene Antioquia.