

Medición Evento en Ciudad

ANATO 2020



CLAUDIA LÓPEZ HERNÁNDEZ
Alcalde Mayor de Bogotá

CAROLINA DURÁN
Secretario de Desarrollo Económico

KAROL FAJARDO MARIÑO
Directora General
Instituto Distrital de Turismo

DANIEL VALENCIA VALENCIA
Asesor
Observatorio de Turismo

Investigación:
PAOLA ANDREA SÁNCHEZ
JHON FREDY MUÑOZ GOMEZ

Instituto Distrital de Turismo
www.bogotaturismo.gov.co
Bogotá, 29 de mayo de 2020

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
OBJETIVOS	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos	8
METODOLOGÍA.....	9
Población Objeto	9
Periodo de Recolección	9
Lugar de Recolección.....	9
Unidad de Observación.....	9
Tipo de Investigación.....	10
Precisión de los Resultados	10
Tamaño Final.....	10
RESULTADOS	11
Clasificación de Asistentes	11
Origen Residentes.....	12
Origen Turistas	14
Origen Excursionistas	15
Género, Edad y Tipo de Asistentes.....	15
Género Residentes	16
Género Turistas y Excursionistas	16
Edad Residentes	17
Edad Turistas y Excursionistas.....	18
TIPO DE ASISTENTE	19
Tipo de Empresa Relacionada	19
Motivo de Viaje, Actividades de Interés y Gasto Turístico	22
Motivo de Viaje Turistas.....	22
Número de Noches Pernoctadas	23
Alojamiento Usado por Turistas.....	24
Actividades de Interés Turistas.....	24
Motivo de Viaje Excursionistas	25
Actividades de Interés Excursionistas.....	26

Gasto Turístico	27
Distribución del Gasto	27
Asistencia en Versiones Anteriores.....	28
Asistencia Turistas y Residentes	28
Asistencia Excursionistas	30
Percepción de la Oferta y Organización del Stand de Bogotá	30
Percepción Residentes	30
Percepción Turistas	31
Percepción Excursionistas.....	32
Palabras, Imágenes y Colores Relacionados con Bogotá	33
Relación Residentes	33
Relación Turistas	34
Relación Excursionistas.....	35
CONCLUSIONES.....	37
BIBLIOGRAFÍA	39

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Clasificación de los asistentes	11
Gráfica 2. Origen de los Residentes	13
Gráfica 3. Origen de Turistas Nacionales e Internacionales.....	14
Gráfica 4. Origen de Excursionistas	15
Gráfica 5. Genero de Residentes	16
Gráfica 6. Género de turistas y excursionistas	16
Gráfica 7. Edad de los residentes	17
Gráfica 8. Edad turistas y excursionistas	18
Gráfica 9. Tipo y rol de asistentes	19
Gráfica 10. Tipo de empresa relacionada residentes	20
Gráfica 11. Tipo de empresa relacionada turistas	21
Gráfica 12. Tipo de empresa relacionada excursionistas	21
Gráfica 13. Motivo de viajes turistas	22
Gráfica 14. Número de noches pernoctadas	23

Gráfica 15. Alojamiento usado por los turistas.....	24
Gráfica 16. Actividades de interés turistas	25
Gráfica 17. Motivo de viaje excursionistas	26
Gráfica 18. Actividades de interés excursionistas	26
Gráfica 19. Distribución del gasto.....	27
Gráfica 20. Asistencia de turistas y residentes	29
Gráfica 21. Asistencia excursionistas	30
Gráfica 22. Percepción y calificación residentes	31
Gráfica 23. Percepción y calificación turistas	32
Gráfica 24. Percepción y calificaciones excursionistas.....	33

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Palabras, imágenes y colores distintivos para residentes.....	34
Ilustración 2. Palabras, imágenes y colores distintivos para turistas	35
Ilustración 3. Palabras, imágenes y colores distintivos para excursionistas	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Horario recolección de información	9
---	---

INTRODUCCIÓN

El presente documento muestra los resultados de la información recolectada en la vitrina turística ANATO 2020 en su trigésima novena versión, desarrollada entre el miércoles 26 al 28 de febrero de 2020, en el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá – CORFERIAS.

La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO, es el organizador de la Vitrina Turística, evento desarrollado de forma anual, el cual desde 1982 se ha ido consolidando como el evento más importante del turismo en Colombia. Desde comienzos de los años 90, Bogotá se convirtió en la sede principal que acogería anualmente a diferentes profesionales entre expositores y visitantes a la Vitrina Turística, que actualmente se lleva a cabo en el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones – Corferias, como punto de encuentro donde todos los sectores del turismo como las aerolíneas, hoteleros, tour operadores, oficinas de representaciones turísticas y los Agentes de Viajes de Colombia conocen, promueven y venden sus productos y servicios turísticos. ANATO 2020.

En el año 2020 se llevó a cabo la versión número 39 de la Vitrina Turística y contó con la participación de 35 países, todos los departamentos de Colombia y 16 pueblos patrimonio, registrando 42.700 ingresos en dos días y medio de negocios, destacando la calidad de los profesionales asistentes; en esta oportunidad el evento presenta a Perú como país invitado y Villavicencio – Meta como destino nacional invitado.

Dada la importancia del evento, el Instituto Distrital de Turismo – IDT, además de participar en el evento, apoyando la promoción de Bogotá, también realizó la medición del evento en busca de caracterizar el gasto,

experiencia y opinión de los asistentes acerca del evento ANATO y la ciudad de Bogotá, esto por medio de encuestas capturadas de manera digital durante los días y horarios en los cuales se desarrolló, luego procesadas estadísticamente para su adecuado análisis.

OBJETIVOS

Objetivo General

Caracterizar los asistentes a la vitrina turística ANATO 2020, desarrollada del 26 al 28 de febrero de 2020, en el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá – CORFERIAS, así como: información básica, opiniones, intereses y percepciones del evento y la ciudad.

Objetivos Específicos

- ✓ Identificar el origen, género y edad de los asistentes a la vitrina turística.
- ✓ Describir los motivos de viaje, preferencias de alojamiento, posibles actividades y sitios de interés de los turistas y excursionistas.
- ✓ Mostrar los valores de gastos turísticos referidos por los turistas y excursionistas encuestados, así como la distribución del gasto de forma porcentual.
- ✓ Conocer la recurrencia de los asistentes al evento con respecto al número de versiones de la vitrina turística ANATO, a las que han asistido.
- ✓ Observar la percepción de los asistentes al evento respecto a la oferta y organización del stand de la ciudad de Bogotá.
- ✓ Identificar la participación de los asistentes residentes, turistas y excursionistas frente a los roles: “visitante” o “expositor”, igualmente distinguir a que gremio o categoría de prestador de servicios se relacionan.
- ✓ Describir las palabras, imágenes y colores con los cuales los asistentes relacionan la ciudad.

METODOLOGÍA

En el presente documento se muestran los resultados obtenidos a través de la recolección de información por medio de encuestas, estas realizadas en la vitrina turística ANATO desarrollada en el mes de febrero del año 2020, en la ciudad de Bogotá.

Población Objeto

Se considera como población objetivo los asistentes al evento “vitrina turística ANATO”, los cuales participaron, observaron y/o estudiaron el stand delegado para la ciudad de Bogotá.

Periodo de Recolección

La tabla a continuación, muestra el horario designado para el desarrollo del evento, mismo horario en el cual se realizó la recolección de información.

Tabla 1. Horario recolección de información

Días	Horas	Actividad
Miércoles 26 de Febrero	10:00	Apertura
Miércoles 26 de Febrero	12:00 – 18:30	Visitante Profesional
Jueves 27 de Febrero	09:00 – 18:30	
Viernes 28 de Febrero	09:00 – 17:00	
Viernes 28 de Febrero	10:00 – 17:00	Estudiantes (único día de ingreso)

Fuente: Ficha Técnica – Vitrina Turística ANATO

Lugar de Recolección

Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá – CORFERIAS
Calle 24 No. 39 – 80. Ciudad de Bogotá.

Unidad de Observación

La unidad informante será aquella persona asistente al evento.

Tipo de Investigación

Sondeo de opinión: Técnica de medición a partir de encuestas destinadas a conocer la opinión pública acerca de un evento u tema de interés. A partir de esta técnica no se pueden generalizar resultados a niveles poblacionales dado que no existen diseños muestrales que soporten esta acción. La técnica de sondeo es válida para plantear hipótesis de investigación, bosquejar y/o describir las opiniones de la población encuestada.

Precisión de los Resultados

La precisión de los resultados dependerá de la heterogeneidad natural de la población encuestada, así como, de la cantidad de información recolectada. Esta precisión se puede examinar a partir de los errores estándar y/o de los coeficientes de variación obtenidos desde la información total para cada variable.

Tamaño Final

Para este tipo de metodología no se requiere de un tamaño de muestra mínimo para el análisis de información, sin embargo, entre mayor sea la cantidad de datos recolectados mayor será la precisión de los resultados.

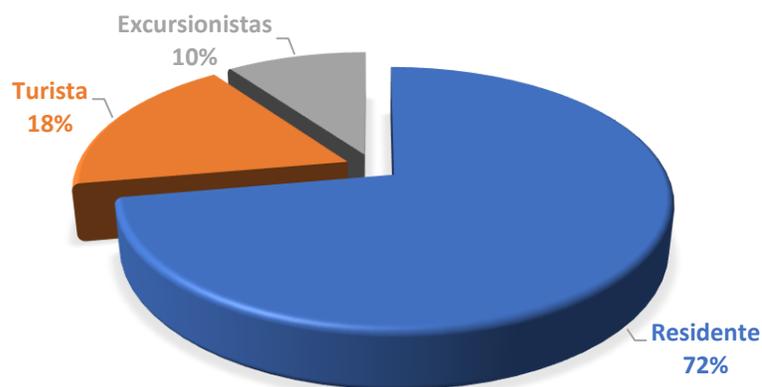
RESULTADOS

A lo largo del documento se describe la información recopilada por medio de las 162 encuestas logradas a lo largo del evento; la descripción a continuación detalla cuantitativamente la clasificación de los asistentes, sus motivos, actividades de interés y gasto; además de esto, la descripción cualitativa de la percepción de los asistentes concerniente a la oferta y organización del stand de la ciudad y las posibles palabras descriptivas o características de esta.

Clasificación de Asistentes

A continuación se presenta la clasificación de las personas asistentes encuestados en relación al lugar habitual de residencia, identificando así, con que grupo o tipo de visitante se relaciona como lo son: turistas nacionales, turistas internacionales, residentes o excursionistas, ejemplo de esto se observa en la siguiente gráfica en donde se muestra de forma porcentual la cantidad de asistentes al evento ANATO 2020 de acuerdo al tipo de visitante.

Gráfica 1. Clasificación de los asistentes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

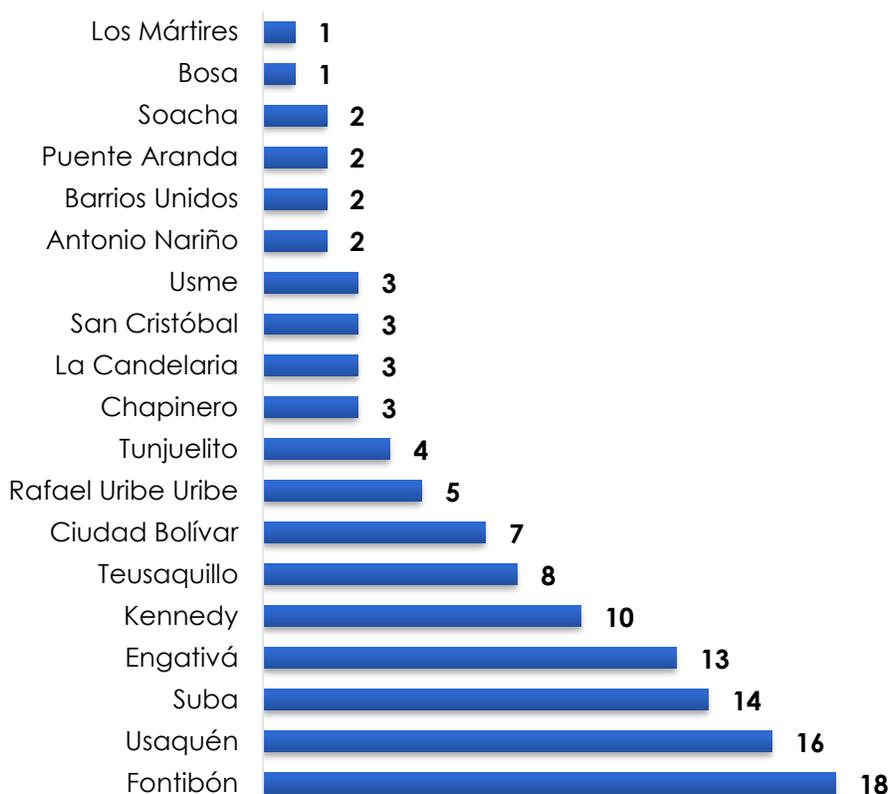
Dentro del total de encuestas realizadas se destaca un mayor número de asistentes residentes siendo (117 personas) el 72% de los encuestados, seguida a esta se encuentran los turistas (29 personas) representando el 18% de los asistentes al evento y por último un 10% (16 personas) fueron excursionistas.

Origen Residentes

En esta oportunidad los habitantes originarios del municipio de Soacha se incluyen como residentes de una localidad de Bogotá, esto entendiendo el área metropolitana de Bogotá como una conurbación, cuyo centro es Bogotá y se compone por el municipio de Soacha entre otros; también se considera por compartir el sistema masivo de transporte Transmilenio y por el traslado diario de personas entre la ciudad y el municipio por motivos de trabajo.

Se lograron identificar 117 asistentes al evento, que residen en la ciudad de Bogotá, es así como en la gráfica a continuación se presenta la discriminación del número de asistentes residentes al evento, según la localidad de procedencia.

Gráfica 2. Origen de los Residentes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Al preguntar acerca de la localidad origen de los asistentes residentes se encontró que más del 61% de los encuestados provenían de las localidades: Fontibón, Usaquén, Suba, Engativá y Kennedy; en donde, el 15% (18 personas) de los encuestados provenían de Fontibón, 14% (16 personas) de Usaquén, 12% (14 personas) de Suba, 11% (13 personas) de Engativá y (10 personas) 9% en Kennedy.

Por otra parte, en las localidades con un porcentaje de participación intermedio se encuentran: Teusaquillo con 8 asistentes (7%), Ciudad Bolívar 7 personas (6%), Rafael Uribe 5 participantes (4%) y Tunjuelito 4 asistentes (3%).

Con menor número de asistentes encuestados, conformando el 19% de los residentes identificados, se encuentran: localidades con 1 asistente (Los Mártires, Bosa), con 2 participantes (Soacha, Puente Aranda, Barrios Unidos y Antonio Nariño), 3 personas (Usme, San Cristóbal, La Candelaria y Chapinero).

Origen Turistas

En la primera gráfica a continuación se muestra la participación de los turistas nacionales e internacionales en relación al total de turistas encuestados en el evento, en donde, el 83% (24 personas) son nacionales y 17% (5 personas) internacionales, luego, en la segunda gráfica se muestran los departamentos origen de los turistas nacionales y la cantidad de turistas.

Gráfica 3. Origen de Turistas Nacionales e Internacionales



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Los países origen de los turistas internacionales fueron Canadá, Ecuador, Estados Unidos, México y Venezuela, cada uno de estos representado por un asistente encuestado en el desarrollo del evento.

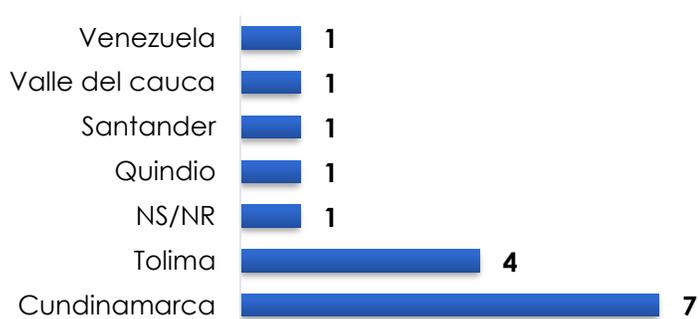
En relación a los departamentos origen de los turistas nacionales se observan con mayor participación turistas del Valle del Cauca con 6 asistentes, este seguido por Boyacá 4 turistas, Bolívar 3 participantes, Cundinamarca 2 y Magdalena 2. Además de esto se identificó un asistente

encuestado procedente de los departamentos Antioquia, Caldas, Huila, La Guajira, Nariño, Risaralda y Santander.

Origen Excursionistas

La grafica a continuación, presenta la distribución de los 16 asistentes excursionistas encuestados de acuerdo a su lugar habitual de residencia, entre estos se encuentran personas del interior del país y extranjeros.

Gráfica 4. Origen de Excursionistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En la gráfica anterior se observa un porcentaje mayor de participantes excursionistas que provienen de lugares cercanos a Bogotá como son los departamentos de Cundinamarca con 7 asistentes y Tolima 4 asistentes. Por otra parte, Venezuela y departamentos de Colombia como: Valle del Cauca, Santander y Quindío fueron representados por un asistente encuestado en el evento.

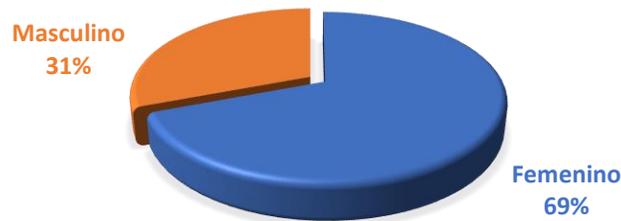
Género, Edad y Tipo de Asistentes

Para describir la cantidad de asistentes por género se representa el número en porcentaje, diferenciando los tipos: residentes, turistas o excursionistas, de igual manera se describen los rangos de edad más frecuentes dentro de los tipos de asistentes en el evento.

Género Residentes

Al diferenciar los residentes encuestados en el evento por género, se identifica un mayor número de residentes femeninas, en la gráfica a continuación se ilustra el porcentaje de participación de residentes por género.

Gráfica 5. Genero de Residentes



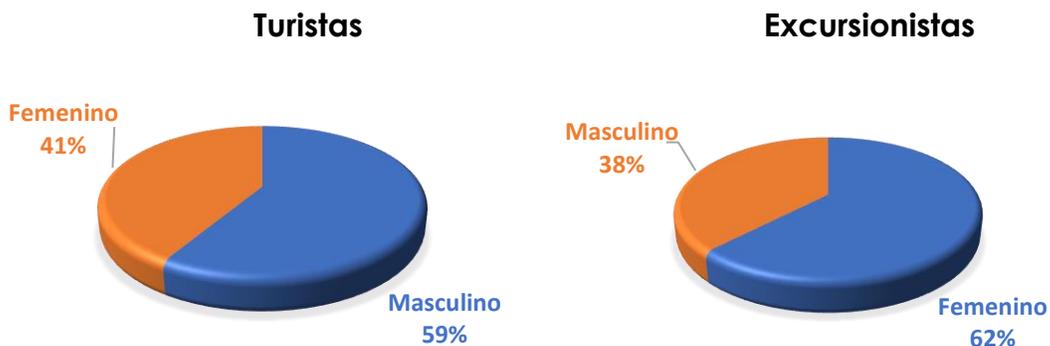
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En la gráfica anterior se mayor presencia de asistentes encuestados mujeres siendo el 69% de frente al 31% de hombres.

Género Turistas y Excursionistas

En las gráficas a continuación, se presentan los porcentajes de participación de acuerdo al género de los diferentes turistas y excursionistas encuestados

Gráfica 6. Género de turistas y excursionistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Se observan mayor número de turistas masculinos siendo el 59% de los turistas asistentes identificados, esto frente al 41% de turistas con género femenino.

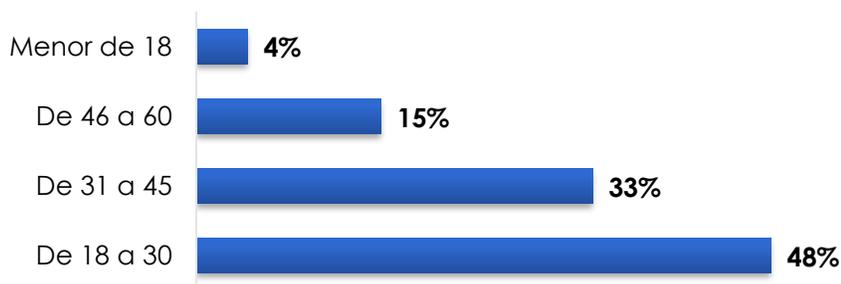
Por otra parte, con respecto a los excursionistas identificados se observa mayor número de mujeres siendo el 62% de estos, en contraste, el 38% de los excursionistas fueron hombres.

Teniendo en cuenta la edad de los asistentes se emplean rangos o agrupaciones como lo son: Asistentes menores a 18 años, de 18 a 30, 31 a 45, 46 a 60, y mayores de 60 años. De esta manera, a continuación se describen los rangos de edad diferenciados dentro de los tipos de asistentes turistas, residentes y excursionistas.

Edad Residentes

En la gráfica a continuación, se representan los rangos de edad en los cuales se encuentran los residentes encuestados en la vitrina turística ANATO.

Gráfica 7. Edad de los residentes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

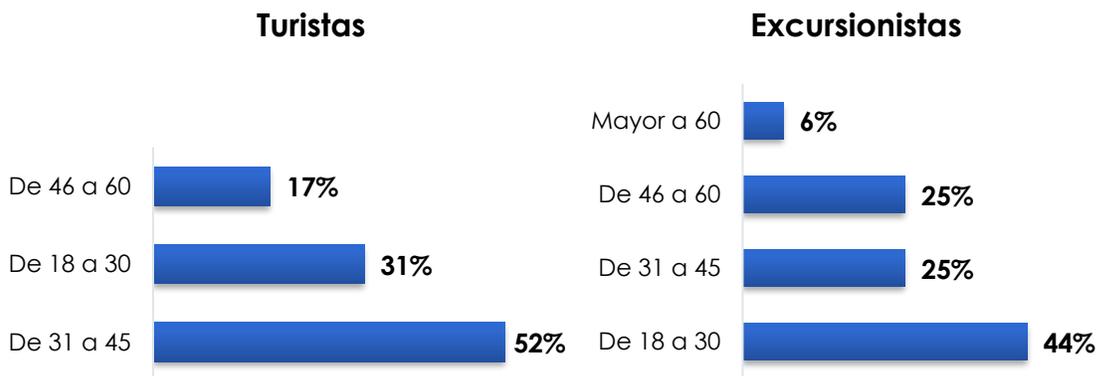
Dentro de los residentes encuestados se observa que la menor cantidad de asistentes fueron menores de edad representando el 4% de estos; por otra parte, siendo el rango con mayor participación, el 48% los residentes se encuentran en edades entre los 18 a 30 años, a estos les siguen

residentes con edades entre los 31 a 45 años con el 33% y por ultimo personas de 46 a 60 años con el 15%.

Edad Turistas y Excursionistas

En las gráficas a continuación en donde se observan las edades de los turistas y los excursionistas, se aprecia que en ambos casos la mayoría de personas se encuentran en rangos de edad de 18 a 30 y de 30 a 45. Además de esto en la primera grafica (turistas) se aprecia que la mayor cantidad de los turistas se encuentran entre los 31 a 45 años siendo el 52% de estos, seguido a esto se encuentran turistas con edades entre los 18 a 30 años siendo el 31% y el menor porcentaje de los turistas fueron personas entre 46 a 60 años representados por el 17%.

Gráfica 8. Edad turistas y excursionistas



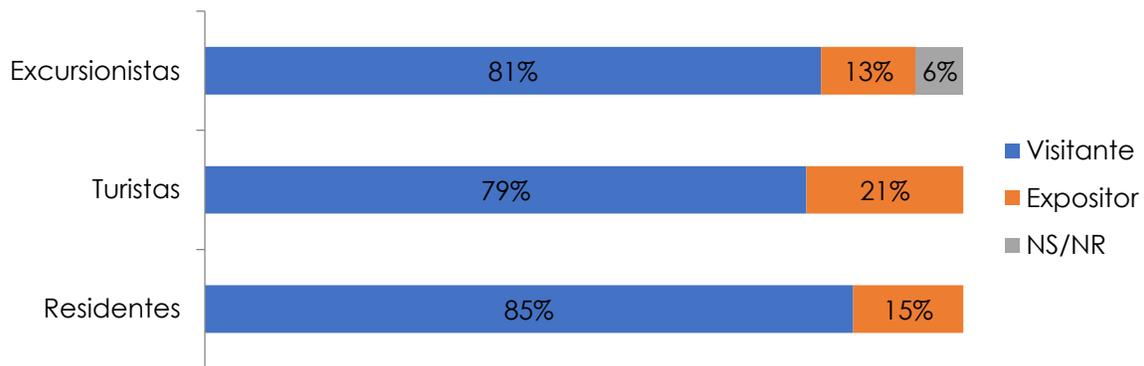
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En relación a segunda grafica (excursionistas), la edad de los excursionistas participantes en el evento, el mayor porcentaje de estos referían edades entre los 18 a 30 años, estos seguidos por personas entre los 31 a 45 años y entre los 46 a 60 años. Por otra parte con menor participación fueron los excursionistas mayores a 60 años.

TIPO DE ASISTENTE

Además de clasificar a las personas encuestadas según sus lugares de residencia habitual y número de noches pernoctadas en la ciudad, en la gráfica a continuación se muestra el porcentaje de personas residentes, turistas y excursionistas de acuerdo al rol desempeñado en el evento ya sea en calidad de expositor o visitante.

Gráfica 9. Tipo y rol de asistentes



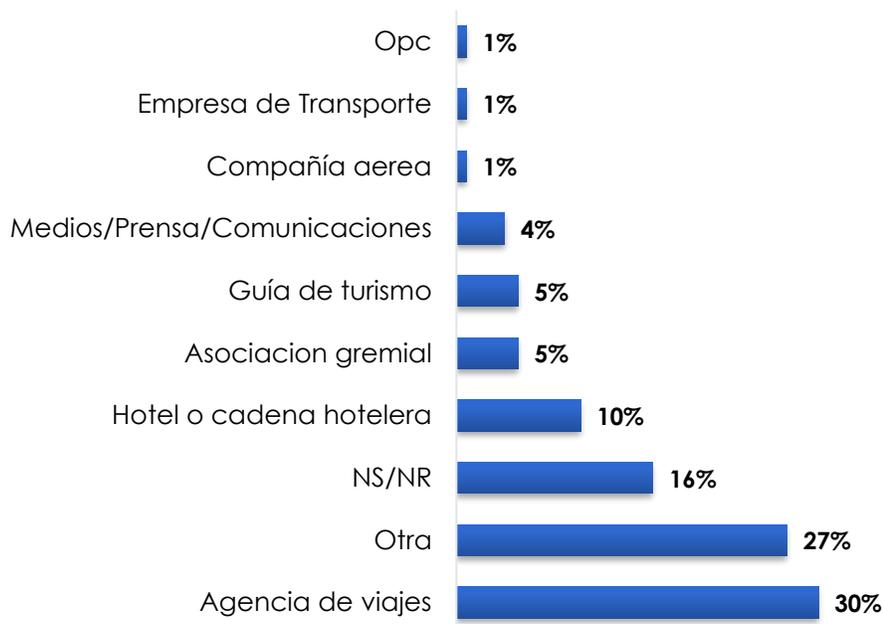
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Más del 75% de los asistentes encuestados son visitantes, independientemente de ser residentes, turistas o excursionistas, en relación a los residentes se observa un 85% visitantes y 15% de expositores del evento, con respecto a los turistas el 79% asistieron en calidad de visitantes frente al 21% que se encontraban como expositores, por otra parte el 81% de los excursionistas estaban en calidad de visitantes, 13% expositores y el 6% de estos no sabe o no responde.

Tipo de Empresa Relacionada

En las gráficas a continuación se presentan los tipos de empresas según los trabajos o actividades en las que se desenvuelven los asistentes encuestados, en la gráfica 11, a continuación se muestra la cantidad de residentes en porcentaje con respecto al tipo de empresa.

Gráfica 10. Tipo de empresa relacionada residentes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

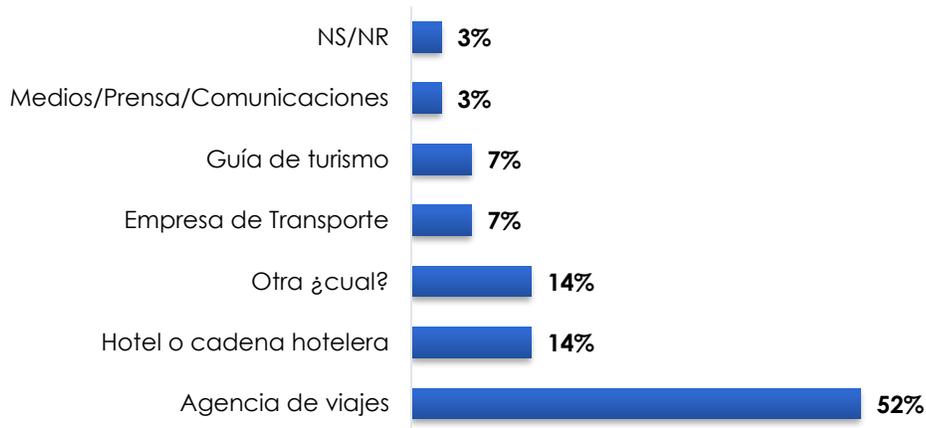
En la gráfica anterior se observa que el 30% de los residentes encuestados refieren trabajar o estar relacionados con actividades de agencias de viajes, el 27% de estos refieren relacionarse con otra actividad y 16% no sabe o no responde.

El 10% del total de residentes participan en actividades relacionadas con hoteles o cadenas hoteleras, a estos le siguen el 5% que se desenvuelven en la asociación gremial, 5% como guías de turismo y 4% con medios, prensa y/o comunicaciones.

Del total de residentes el 3% se relaciona con compañías aéreas, empresas de transporte y operadores profesionales de congresos ferias y convenciones, cada una de estas participando con el 1%.

Este mismo análisis y diagramación se presenta a continuación con la información recolectada sobre los asistentes identificados como turistas.

Gráfica 11. Tipo de empresa relacionada turistas

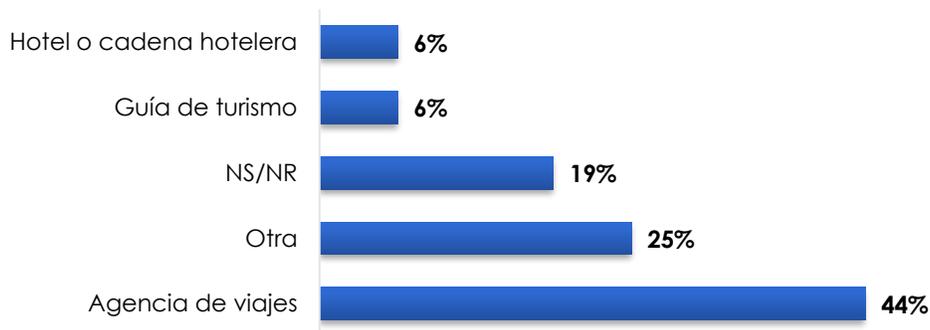


Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Con respecto a los turistas se aprecia que el 52% de estos se encuentra relacionado con agencias de viajes, en contraste el 48% restante se distribuye entre hoteles o cadenas hoteleras 14%, otra 14%, empresas de transporte 7%, guías de turismo 7%, medios, prensa y/o comunicaciones 3% y no saben no responden 3%.

Por último se presentan los porcentajes obtenidos sobre la información de los excursionistas.

Gráfica 12. Tipo de empresa relacionada excursionistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Las principales actividades en las cuales están relacionados los excursionistas son: agencias de viajes 44%, le siguen otras actividades diferentes en un 25%, no sabe o no responde 19% y hotel o cadena hotelera y guías de turismo el 6% cada uno.

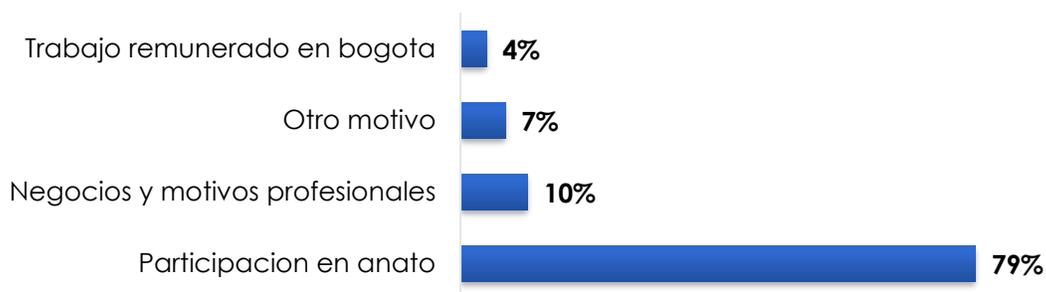
Motivo de Viaje, Actividades de Interés y Gasto Turístico

Dentro de las preguntas realizadas a turistas y excursionistas asistentes en el evento se encuentran: razón o motivo por la cual realizaron el viaje, actividades de interés, gasto turístico y distribución del gasto. La información recolectada se muestra a continuación con objeto de identificar posibles lugares, eventos o actividades atractivas para estos, también visualizar las posibles actividades con mayor o menor destinación del gasto.

Motivo de Viaje Turistas

En la gráfica 13 se muestran los motivos de viaje informados por los turistas encuestados, igualmente se representa la cantidad de turistas en porcentaje con respecto a cada motivo.

Gráfica 13. Motivo de viajes turistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

La motivación de viaje a la ciudad de Bogotá, predominante para los turistas nacionales e internacionales fue la participación en la vitrina turística ANATO, representada por el 79% de los turistas encuestados, esta

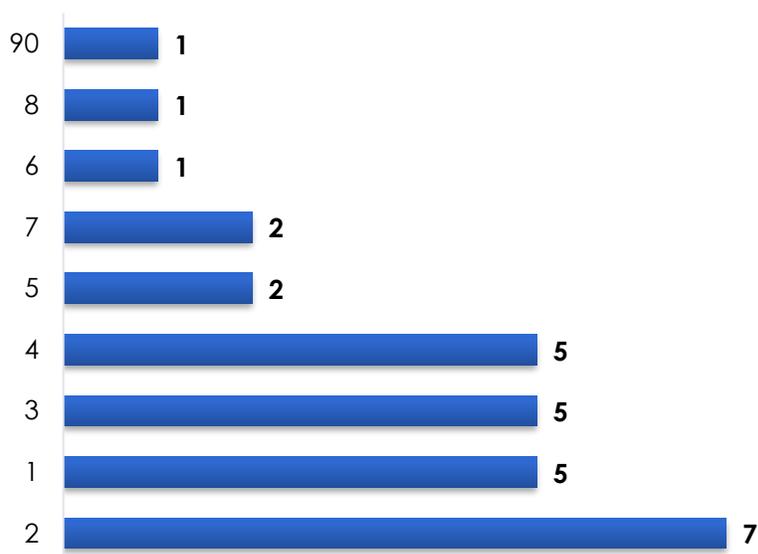
razón es seguida por negocios y motivos profesionales la cual fue referida por el 10% de los turistas.

Por otra parte el trabajo remunerado en Bogotá y otros motivos fueron las razones menos comunes por las cuales los turistas viajaron a Bogotá, en donde el trabajo remunerado fue referencia del 4% de los turistas y otro motivo el 7%.

Número de Noches Pernoctadas

A continuación se presenta la cantidad de noches pernoctadas por los turistas nacionales e internacionales, en donde, a través de los 29 turistas identificados se logra la suma total de 182 noches pernoctadas.

Gráfica 14. Número de noches pernoctadas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

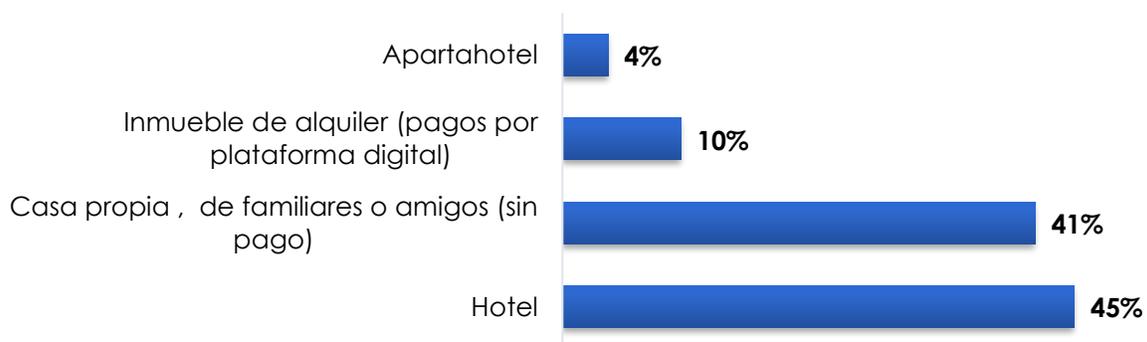
La mayor cantidad de turistas refirieron alojarse en la ciudad entre uno a cuatro días, representando el 76% de estos, en donde, 7 turistas refirieron pernoctar 2 noches cada uno, 5 personas pernoctaron 1, 3 y 4 noches.

Por otra parte, el 14% (7 personas) de los turistas refirieron pernoctar entre 5 a 90 noches, en donde: 2 personas refirieron pernoctar 5 y 7 noches; solo un turista refirió pernoctar 6, 8 y 90 noches.

Alojamiento Usado por Turistas

A continuación se muestran los lugares o establecimientos más usados por los turistas encuestados en el momento de elegir en donde se alojan durante su visita en la ciudad.

Gráfica 15. Alojamiento usado por los turistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

De acuerdo a las respuestas reportadas por los turistas sobre los lugares de alojamiento durante su estadía en la ciudad, se observa que los principales lugares son los establecimientos hotel referidos por el 45% de estos y la casa propia, de familiares o amigos 41%.

Una menor cantidad de turistas eligieron inmuebles de alquiler por medio de plataforma digital 10% y los apartoteles 4%.

Actividades de Interés Turistas

Con objeto de identificar otras posibles actividades de interés para los asistentes turistas y excursionistas se pregunta sobre las actividades que realizaron o piensan realizar durante su estadía en la ciudad. En la gráfica

a continuación se muestran los porcentajes de participación reflejados por los asistentes encuestados con respecto a algunas actividades planteadas.

Gráfica 16. Actividades de interés turistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

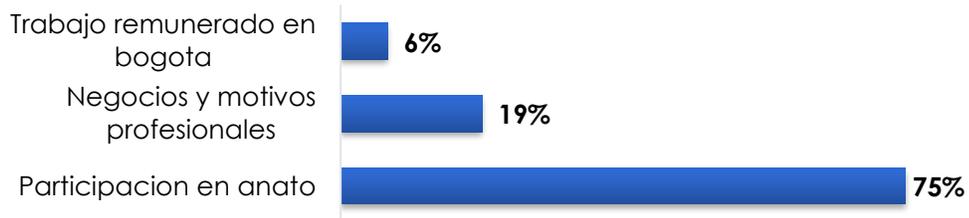
De los turistas se visualizaron 7 personas que estaban interesados en realizar actividades como gastronomía, compras o recorridos por la ciudad, seguido a esto 6 asistentes estaban interesados por la vida nocturna, 5 personas están atentas a actividades culturales.

Las actividades con menos interesantes para los turistas encuestados son: visita a museos referida por 2 turistas, actividades de naturaleza 2 personas, bici recorridos 1 turista y otra actividad 1 persona interesada.

Motivo de Viaje Excursionistas

En la gráfica a continuación, se presentan los resultados sobre el motivo de viaje de las personas identificadas como excursionistas en el evento ANATO.

Gráfica 17. Motivo de viaje excursionistas



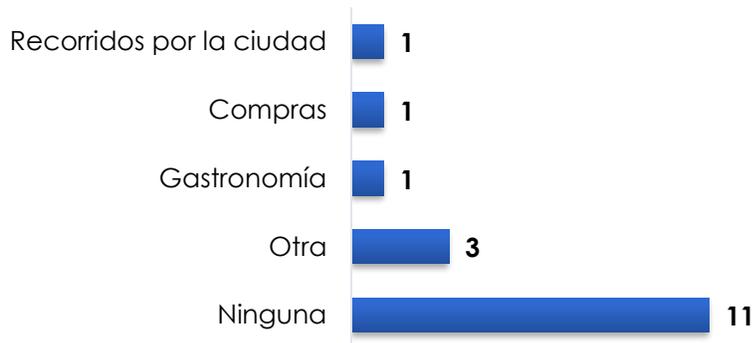
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

La principal motivación de viaje a la ciudad de Bogotá de los excursionistas es la participación en el evento ANATO motivo expresado por el 75% de estos, el segundo motivo de viaje son los negocios y motivos profesionales representado por el 19% de los excursionistas, por último se encuentra el trabajo remunerado en Bogotá, motivo por el cual el 6% de estos visitan la ciudad.

Actividades de Interés Excursionistas

Además del motivo de viajes, en la gráfica a continuación se presentan las actividades de interés a realizar, expresadas por los excursionistas identificados a través de las encuestas efectuadas en el evento.

Gráfica 18. Actividades de interés excursionistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En cuanto a los excursionistas 11 de los 16 excursionistas identificados no se encuentran interesados en realizar actividades diferentes a asistir al evento,

por otra parte 3 personas se interesan en una actividad diferente (otra), 1 persona en experiencias relacionadas con la gastronomía, 1 persona en compras y 1 persona en realizar recorridos por la ciudad.

Gasto Turístico

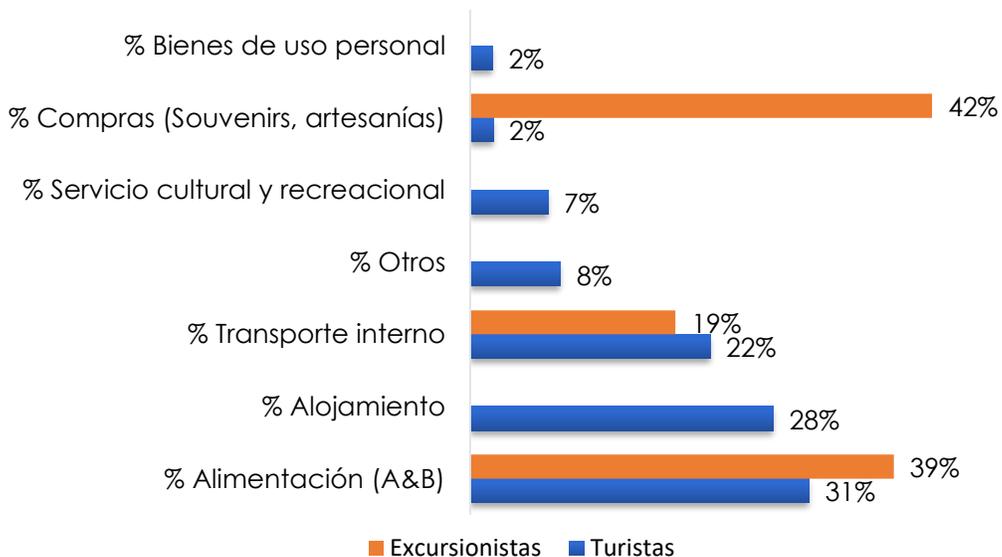
Dentro de la información recolectada se encuentra el valor del gasto expresado por los turistas y excursionistas, de acuerdo a la información recolectada se logra observar que los turistas gastaron o pensaban gastar un total aproximado de \$ 22'105.000 pesos y un promedio de \$ 762.000 pesos por persona.

En relación a los excursionistas el gasto total aproximado fue de \$ 3'367.000 pesos, y el gasto promedio de \$ 210.400 pesos por cada uno.

Distribución del Gasto

Además de obtener el valor total del gasto, a continuación se presenta la distribución de la destinación del gasto realizado por los turistas y excursionistas de manera porcentual.

Gráfica 19. Distribución del gasto



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En relación al gasto total referido por los excursionistas, se distingue un mayor presupuesto destinado para realizar compras de souvenirs y/o artesanías, siendo el 42% del total del gasto, la segunda actividad en la cual destinan el mayor porcentaje del gasto corresponde a alimentación siendo el 39% de este, por último con menor presupuesto para el cual destinan el 19% de sus recursos.

Con respecto a la distribución de gasto por parte de los turistas, se observa que los turistas emplearon 31% de su gasto en alimentación, 28% en alojamiento y transporte interno 22%.

En menor porcentaje de gasto los turistas destinaron el 8% del gasto total en otras actividades o necesidades, 7% en servicio cultural y recreacional, 2% en compra de souvenirs y/o artesanías y el 2% en bienes de uso personal.

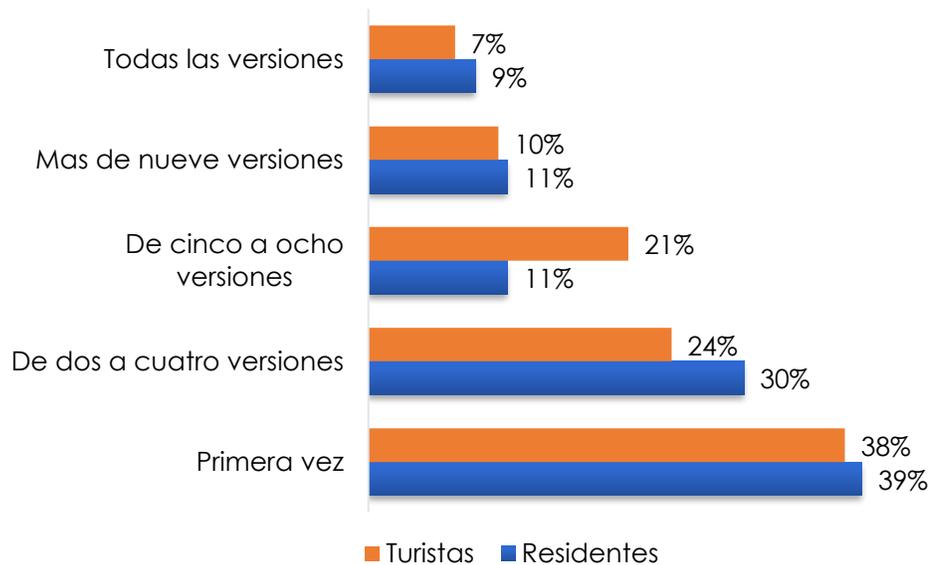
Asistencia en Versiones Anteriores

Siendo ANATO un evento de importancia, realizado a través de varios años desde 1982, se pregunta a los diferentes asistentes: residentes, turistas y excursionistas, sobre el número de versiones a las cuales han asistido incluyendo esta oportunidad.

Asistencia Turistas y Residentes

En la grafica 20 dispuesta a continuación, se muestra la participación y recurrencia en el evento por parte de los asistentes identificados como turistas y residentes.

Gráfica 20. Asistencia de turistas y residentes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

La mayoría de los asistentes identificados como residentes asistieron al evento por primera vez siendo el 39% del total de residentes encuestados, el 30% de estos han asistido de dos a cuatro versiones, 11% de los residentes han participado de cinco a ocho versiones, igualmente el 11% en más de nueve versiones del evento y el 9% de los residentes refiere haber asistido a todas las versiones de la vitrina turística.

De manera similar se comporta la participación de los turistas encuestados con respecto a las versiones del evento, en donde, un mayor porcentaje de turistas refirió asistir por primera vez siendo el 38% de estos, seguido por el 24% que ha asistido de dos a cuatro versiones, el 21% han asistido entre 5 a ocho versiones, 10% en más de nueve y 7% a todas las versiones del evento.

Asistencia Excursionistas

En la gráfica 21 dispuesta a continuación, se presenta el porcentaje de excursionistas en relación a la cantidad de versiones del evento ANATO, a las cuales han asistido incluyendo el evento de 2020.

Gráfica 21. Asistencia excursionistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En relación a los excursionistas identificados y el número de versiones anteriores en las cuales han participado, se observa que el 50% de estos asisten por primera vez al evento, el 25% de los excursionistas han participado de dos a cuatro veces y el otro 25% restante de cinco a ocho versiones anteriores.

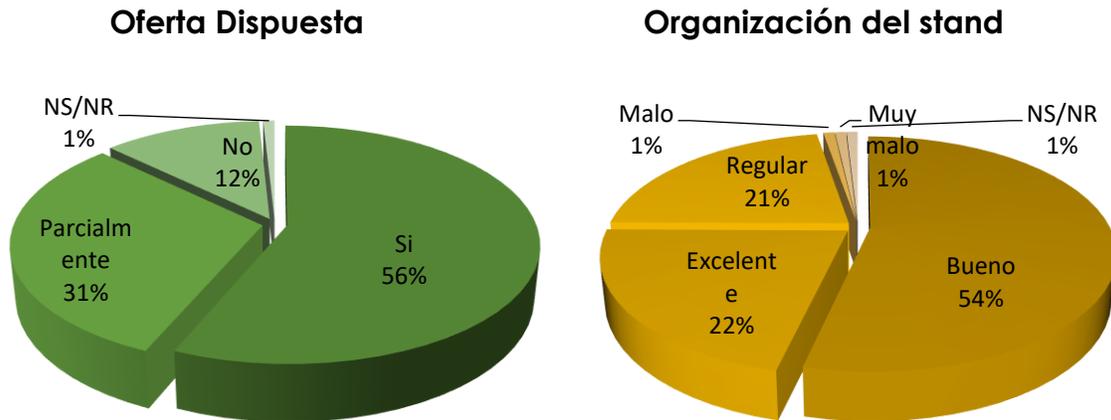
Percepción de la Oferta y Organización del Stand de Bogotá

En esta sección se presenta la percepción de los asistentes encuestados frente a la expectativa y oferta dispuesta en el stand de Bogotá, igualmente la calificación de la organización y distribución del stand de la ciudad.

Percepción Residentes

En la gráfica 22 alusiva a la oferta dispuesta se observa que el 56% de residentes encuestados refieren que la oferta dispuesta responde sus expectativas, el 31% considera que sus expectativas fueron respuestas parcialmente, el 12% refiere que el stand no cumple las expectativas y el 1% no sabe o no responde.

Gráfica 22. Percepción y calificación residentes



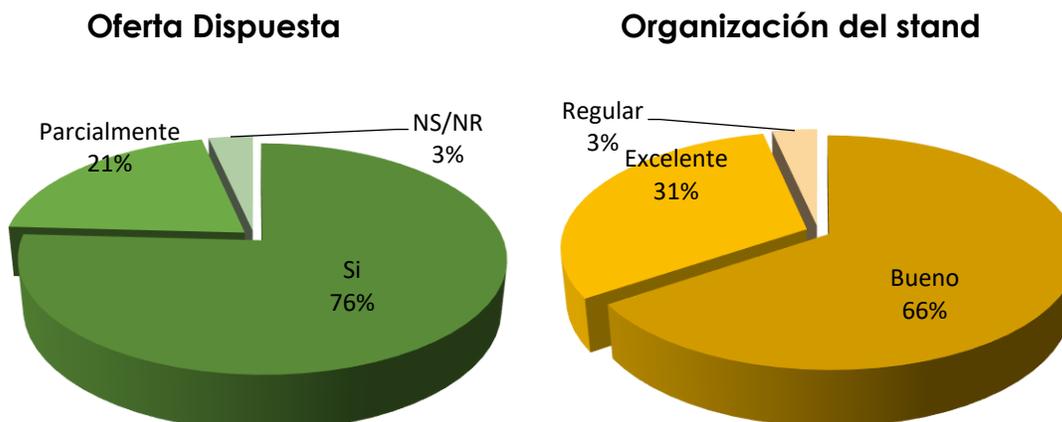
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En cuanto a la organización del stand de la ciudad en el evento, el 76% de los residentes califica la organización entre buena y excelente, entre estos el 54% la considera buena, 22% como excelente, 21% la califica como regular, 2% mala o muy mala y el 2% o sabe o no responde.

Percepción Turistas

En las gráficas incluidas a continuación se muestran la satisfacción de las expectativas y la calificación de la organización del evento por parte de los turistas. En la gráfica 23 la cual representa la percepción de los turistas sobre la oferta dispuesta en el stand, se observa que el 97% de los turistas encuestados refieren que esta oferta satisface completa o parcialmente sus expectativas, en donde, el 76% cumple sus expectativas, 21% responde a estas parcialmente y 3% de los turistas no sabe o no responde.

Gráfica 23. Percepción y calificación turistas



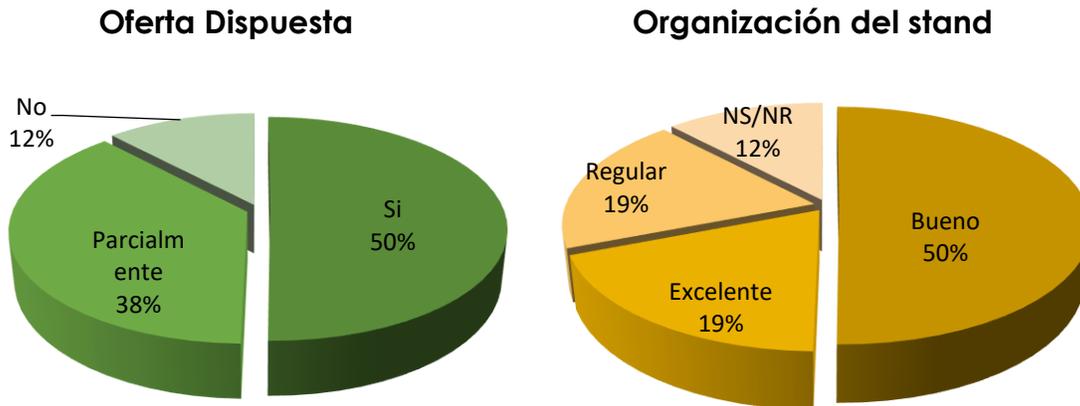
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En la gráfica anterior en donde se muestra la calificación de la organización del stand de Bogotá se observa: el 97% de los turistas consideran que la organización del stand como buena o excelente, entre estos el 66% la considera buena y 31% considera como excelente; el 3% de los turistas califica la organización como regular.

Percepción Excursionistas

Con respecto al total de excursionistas identificados el 50% refiere que la oferta de Bogotá responde a sus expectativas, el 38% refiere que la oferta cumple parcialmente y un 12% no satisface sus expectativas, esto se muestra en la gráfica 24 “oferta dispuesta”, incluida a continuación.

Gráfica 24. Percepción y calificaciones excursionistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Con relación a la organización del estándar de Bogotá, graficada anteriormente, del total de los excursionistas, el 50% de estos consideran la organización como buena, 19% la califica como excelente, 19% regular y el 12% no sabe o no responde.

Palabras, Imágenes y Colores Relacionados con Bogotá

En esta sección se presentan ilustraciones que intentan dar a distinguir las posibles palabras, imágenes y colores con las cuales los asistentes al evento relacionan o identifican la ciudad de Bogotá.

Relación Residentes

Las ilustraciones a continuación representan los grupos de palabras, imágenes y colores con los cuales los residentes encuestados relacionan la ciudad.

Ilustración 1. Palabras, imágenes y colores distintivos para residentes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

El 50% de los residentes relaciono la ciudad de Bogotá con 7 palabras entre las cuales se encuentran: cultura 12%, diversidad 9%, turismo 8%, historia 7%, frio 5%, capital 4% y negocios 4%. El otro 50% de los residentes relaciono la ciudad con 41 palabras diferentes.

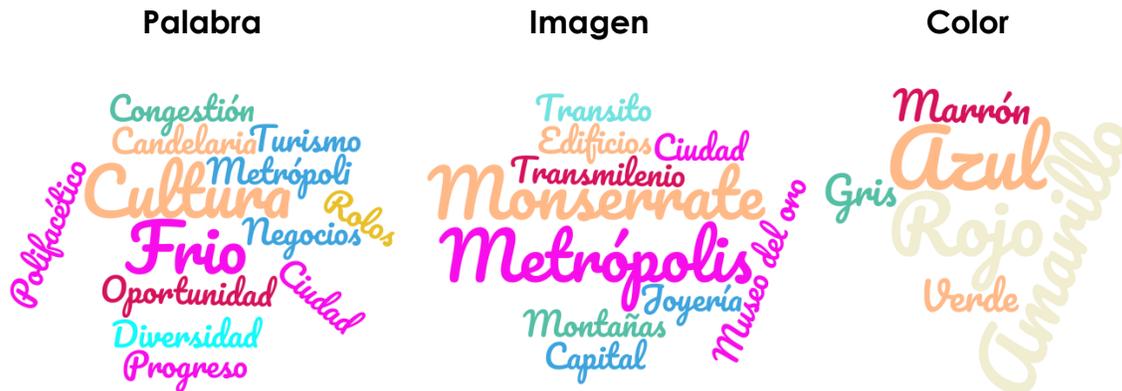
Al preguntar por la imagen con la cual identifican a Bogotá, el 66% de los residentes la asociaron con siete lugares como lo son: Monserrate 30%, cerros 8%, montañas 8%, edificios 6%, Plaza de Bolívar 6%, Transmilenio 5% y La Candelaria 3%; el 34% de los residentes asocian a Bogotá con 33 imágenes diferentes.

El 51% de los residentes relaciono a Bogotá con los colores rojo y azul, en donde 26% relaciona la ciudad con el color rojo y el 25% con el azul, seguido de estos el color amarillo lo relacionaron el 16% de los residentes, verde el 12% y gris el 10%. El 10% de los residentes restantes relacionaron la ciudad con 8 colores diferentes a los nombrados.

Relación Turistas

Las ilustraciones a continuación representan los grupos de palabras, imágenes y colores con los cuales los turistas encuestados relacionan la ciudad.

Ilustración 3. Palabras, imágenes y colores distintivos para excursionistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Al preguntar por una palabra con la cual los excursionistas identifican Bogotá se repiten las palabras: frío y cultura; a pesar de esto el 73% de los excursionistas la relacionan con palabras diferentes como negocios, ciudad, oportunidad y diversidad entre otras.

Por otra parte al relacionar la ciudad con una imagen, mayor número de excursionistas la identifica con la imagen de Monserrate y una metrópolis.

Con respecto a un color distintivo el 80% de los excursionistas asocian Bogotá con los colores primarios azul, rojo y amarillo, en donde el azul es distintivo para el 40% de los excursionistas, rojo para el 27%, el amarillo para el 13%. El 20% de los excursionistas restantes la asocian con el gris, marrón y verde.

CONCLUSIONES

- El 72% de los asistentes encuestados en el evento fueron residentes, 18% turistas y 10% excursionistas.
- Más del 61% de los encuestados provenían de las localidades: Fontibón, Usaquén, Suba, Engativá y Kennedy.
- El 83% de los turistas encuestados eran nacionales y 17% internacionales
- La mayoría de los excursionistas provenían de lugares cercanos a Bogotá como son los departamentos de Cundinamarca y Tolima.
- Entre el 60% y 70% de los residentes y excursionistas encuestados fueron mujeres, caso diferente con los turistas encuestados de los cuales el 59% eran hombres.
- Las edades más comunes de los residentes y excursionistas se fueron de 18 a 30 años representando el 48% y 44% de estos, este seguido por el rango de edad de 31 a 45 años con menor participación. Por otra parte el rango de edad de los turistas con más participación fue de 31 a 45 años siendo el 52% y los turistas de 18 a 30 años fueron el 31%.
- El 21% de los turistas refirieron participar como expositores frente al 79% como visitantes; en relación con los residentes y excursionistas más del 80% participaron como visitantes en el evento.
- La mayoría de los asistentes encuestados en el evento se relacionaban con el servicio turístico o tipo de empresa “agencia de viajes”, con participaciones como 30% de los residentes, 52% de los turistas y 44% de los excursionistas.
- La principal motivación de viaje de los turistas y excursionistas encuestados fue la participación en la vitrina turística ANATO, motivación referida por el 79% de los turistas y 75% de los excursionistas.
- Las principales opciones de alojamiento elegidas por los turistas son los establecimientos hotel 45% y la casa propia, de familiares o amigos 41%.

- Las actividades más interesantes para los turistas encuestados fueron gastronomía, compras, recorridos por la ciudad, estas referidas por 7 personas cada una. Por otra parte 11 de los 16 excursionistas identificados no se encontraban interesados en realizar actividades diferentes al hecho de asistir al evento.
- El gasto promedio observado por persona se aproxima a \$762.000 pesos en el caso de los turistas y \$ 210.000 para los excursionistas.
- Las actividades entre las cuales los turistas distribuyen una mayor parte de su gasto son: alimentación 31%, alojamiento 28% y transporte interno 22%. Por otra parte los excursionistas destinan el 42% de su gasto para la compra de souvenirs y/o artesanías, 39% en alimentación y el 19% en transporte interno.
- Se observa mayor un mayor porcentaje de asistentes participando por primera vez y la cantidad disminuye a medida que aumenta el número o de versiones.
- Más del 80% de los asistentes encuestados refirieron que la oferta dispuesta en el stand de Bogotá respondieron completa o parcialmente sus expectativas.
- La mayoría de los asistentes encuestados calificaron la organización del están entre bueno y excelente, esto informado por el 76% de los residentes, 97% de los turistas y el 69% de los excursionistas.
- Las palabras más comunes con las cuales los asistentes identifican la ciudad fueron: Cultura, Frio, Diversidad, Negocios, Turismo, Historia, Capital, Caos, Cosmopolita.
- Las imágenes más comunes con las cuales los asistentes identifican la ciudad fueron: Monserrate, Cerros, Montañas, Edificios, Plaza de Bolívar, Transmilenio.
- Los colores más recurrentes, con los cuales los asistentes asociaron la ciudad fueron: rojo, azul, amarillo y gris.

BIBLIOGRAFÍA

ANATO, A. C. (2020). *Vitrina Turística ANATO 2020*. Obtenido de Historia:
<https://vitrinaturistica.anato.org/historia/>



BOGOTÁ

www.sitbog.gov.co