

BOGOTÁ



Medición Evento en Ciudad

Vitrina Turística **ANATO** *2021*





CLAUDIA NAYIBE LÓPEZ HERNÁNDEZ

Alcaldesa Mayor de Bogotá

CAROLINA DURÁN PEÑA

Secretaria de Desarrollo Económico

KAROL FAJARDO MARIÑO

Directora General
Instituto Distrital de Turismo

DANIEL VALENCIA VALENCIA

Asesor
Observatorio de Turismo

Equipo de Trabajo

PAOLA ANDREA SÁNCHEZ
LUZ STELLA BELTRÁN LAMMOGLIA

Contacto

Instituto Distrital de Turismo
www.idt.gov.co
Bogotá D.C., 2021

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN	3
2	DISEÑO METODOLÓGICO	4
2.1	Objetivos	4
2.1.1	Objetivo General	4
2.1.2	Objetivos Específicos	4
2.2	Metodología	5
2.2.1	Población Objetivo	5
2.2.2	Fecha de recolección	5
2.2.3	Franja de recolección	5
2.2.4	Lugar	5
2.2.5	Unidad de Observación	5
2.2.6	Tipo de investigación	5
3	RESULTADOS	7
3.1	Origen de los asistentes	7
3.2	Perfil de los asistentes	9
3.2.1	Distribución por género	9
3.2.2	Distribución por edad	9
3.3	Tipo y rol de los asistentes	11
3.4	Motivación y actividades realizadas	12
3.5	Alojamiento y noches pernoctadas por los turistas	15
3.6	Gasto turístico	15
3.7	Participación en versiones anteriores	17
3.8	Expectativas y calificación del stand de Bogotá	18
3.9	Palabras, imágenes y colores relacionados con Bogotá	19
4	CONCLUSIONES	24
	BIBLIOGRAFÍA	27
	ÍNDICE DE GRÁFICAS	28

1. INTRODUCCIÓN

La Vitrina Turística ANATO es uno de los eventos comerciales más importante de Colombia y uno de los más relevantes de América Latina, donde los profesionales del sector tienen la oportunidad de encontrar una amplia oferta de bienes y servicios de la cadena turística de todas las regiones de Colombia y de diferentes países.

El turismo ha sido uno de los sectores de mayor afectación por la pandemia relacionada al virus COVID 19, por lo que, en el marco de la reactivación económica, la Vitrina Turística de ANATO 2021, en su aniversario 40, se constituye en un escenario propicio para la reactivación de los negocios del sector a través de acuerdos comerciales entre las empresas, siendo la primera feria presencial realizada durante la pandemia.

En la versión 2021, el evento contó con la asistencia de Argentina como invitado de honor y Bogotá junto con el Departamento de Cundinamarca fueron el Destino Nacional invitado con el objetivo de visibilizar el trabajo que se ha venido adelantando en la Región. Para ello, el Instituto Distrital de Turismo – IDT y el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca – IDECUT, contaron con 30 y 16 espacios de participación, respectivamente, distribuidos en los 3 días de feria.

El presente documento muestra los resultados de la información recolectada en la Vitrina Turística ANATO, permitiendo conocer el perfil de los visitantes, motivación de visita y actividades realizadas, preferencias de alojamiento, gasto turístico, recurrencia al evento; así como las palabras, imágenes y colores con los que los asistentes al evento relacionan la ciudad y percepción general de la asistencia a la Vitrina Turística y a la ciudad.

2 DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

Caracterizar a los participantes de la Vitrina Turística ANATO 2021, desarrollada entre el 16 y el 18 de junio de 2021 en el recinto ferial Corferias.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar el origen, género y edad de los asistentes a la Vitrina Turística.
- Describir los motivos de viaje, preferencias de alojamiento y actividades realizadas por el visitante durante su estadía en la ciudad.
- Conocer la percepción general de la visita a la feria.
- Conocer el gasto turístico realizado por los participantes en el evento.
- Conocer la recurrencia de visitantes a la feria.
- Identificar las palabras, imágenes y colores con los cuales los asistentes relacionan a la ciudad de Bogotá.

2.2 Metodología

2.2.1 Población Objetivo

Personas mayores de 18 años asistentes al stand 520 del recinto ferial Corferias en la ciudad de Bogotá en el marco de la Vitrina Turística de ANATO 2021.

2.2.2 Fecha de recolección

La recolección de la información se realizó los días 16 y 18 de junio de 2021.

2.2.3 Franja de recolección

Miércoles 16 de junio: 10:00 a.m. a 6:00 p.m.

Viernes 18 de junio: 10:00 a.m. a 5:00 p.m.

2.2.4 Lugar

Centro Internacional de Negocios y exposiciones CORFERIAS ubicado en la Carrera 24 #39-80 Bogotá D.C. Stand 520.

Para esta versión de la feria, se contó con un aforo controlado. Para el caso del stand, el aforo máximo permitido fue de 80 personas en paralelo.

2.2.5 Unidad de Observación

La unidad informante son las personas que asistieron al evento ya sea en calidad de expositor o visitante.

2.2.6 Tipo de investigación

El procedimiento de recolección se realizó a través de sondeo de opinión, el cual es una técnica de medición estadística a partir de encuesta destinada a conocer la opinión pública acerca de un evento o tema de interés. Si bien con esta técnica no se pueden obtener resultados poblacionales, es válida para conocer a manera general las características

de la población asistente y describir las opiniones sobre los aspectos de interés en el marco del evento.

De este modo, se realizó una encuesta de 21 preguntas que indagaron sobre las características de la población en cuanto a edad, género, ciudad de residencia y aspectos relacionados con la motivación de la visita a la ciudad, pernoctación, actividades realizadas en la ciudad, gasto y aspectos de percepción de la ciudad y el evento.

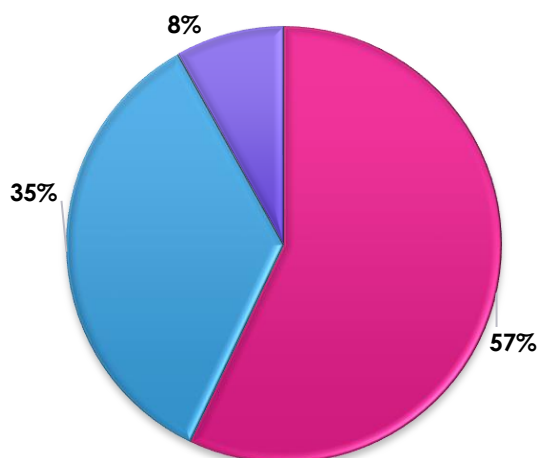
La encuesta se aplicó a 198 individuos, de las cuales fueron descartadas 2 encuestas por no cumplir con los parámetros de población objetivo.

3 RESULTADOS

3.1 Origen de los asistentes

El 57% de los asistentes al stand 520, correspondiente a Bogotá-Cundinamarca en la Vitrina Turística de ANATO, residen en la ciudad de Bogotá, el 35% fueron turistas y el 8% correspondió a excursionistas. El 96% de los turistas fueron de origen nacional. El 4% de los turistas internacionales son originarios de México, Guatemala y Madagascar.

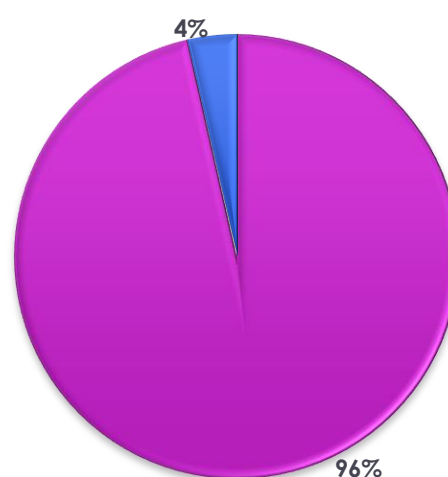
GRÁFICA 1. DISTRIBUCIÓN DE ASISTENTES POR LUGAR DE ORIGEN



■ Residentes ■ Turistas ■ Excursionistas

Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

GRÁFICA 2. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN ORIGEN

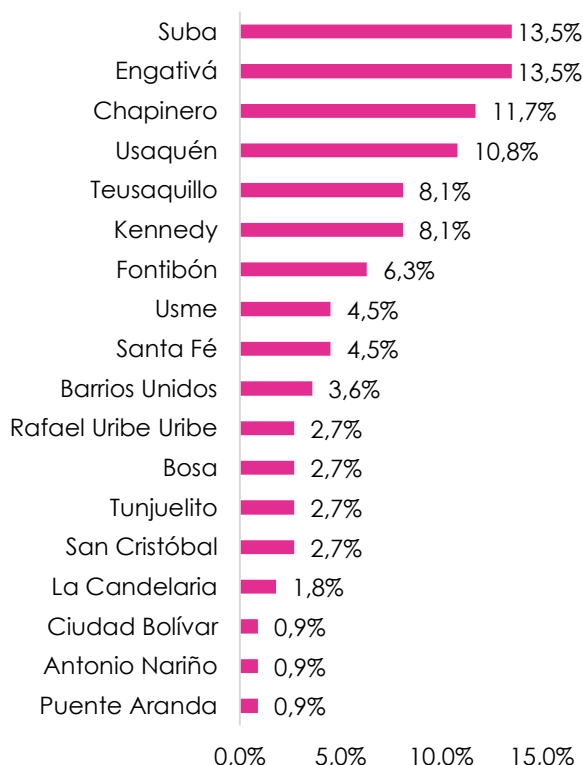


■ Turistas Nacionales ■ Turistas Internacionales

Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

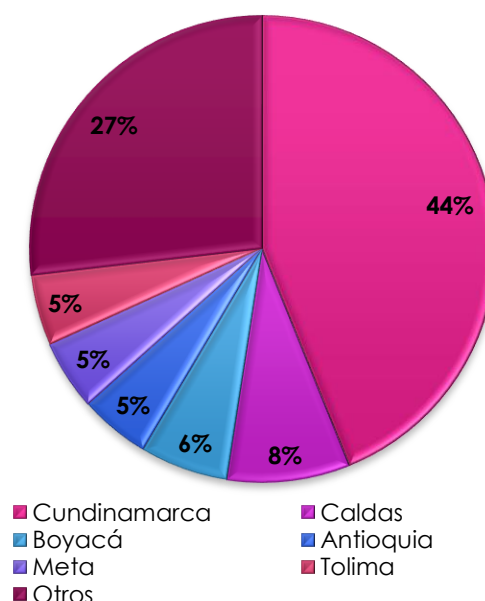
Los residentes que participaron en la Vitrina Turística eran originarios de 18 localidades de la ciudad, principalmente de Engativá y Suba, con el 13,5% de los residentes cada una; Chapinero con el 11,7%; y, Usaquén con el 10,8%.

**GRÁFICA 3. DISTRIBUCIÓN DE RESIDENTES
POR LOCALIDAD**



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

**GRÁFICA 4. DISTRIBUCIÓN DE VISITANTES
NACIONALES POR DEPARTAMENTO DE
ORIGEN**



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

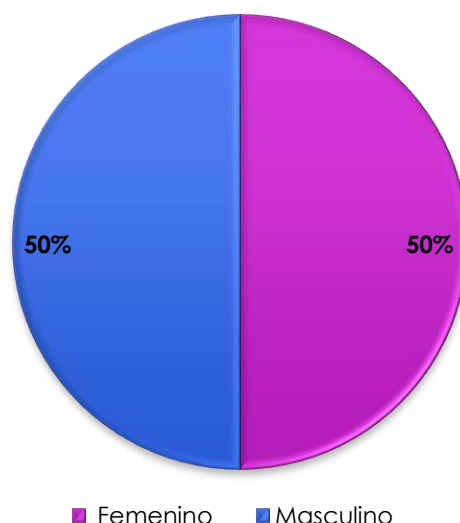
El 44% de los visitantes nacionales al evento (turistas y excursionistas) eran originarios del departamento de Cundinamarca, el 8% de Caldas, el 6% de Boyacá, el 5% de Antioquia y otro 5% del departamento del Meta, destacándose de esta manera una amplia presencia de visitantes provenientes del centro del país.

3.2 Perfil de los asistentes

3.2.1 Distribución por género

Se encuestó de manera homogénea a hombres y mujeres, de los cuales el 77% correspondió a personas entre los 18 y 45 años, evidenciándose de esta manera una amplia participación de población joven.

GRÁFICA 5. DISTRIBUCIÓN DE ASISTENTES POR GÉNERO



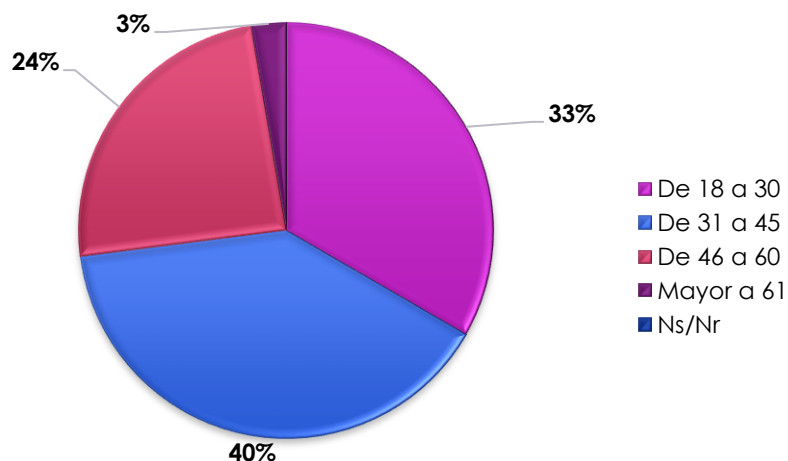
Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

Para el caso específico de los residentes, se evidenció una mayor participación de mujeres con el 54%, mientras que, para los turistas, ésta misma proporción se observa en el género masculino. Para el caso de los excursionistas, se observa que el 63% correspondió a individuos del género masculino.

3.2.2 Distribución por edad

Para el caso de los residentes, se encuentra una amplia participación de personas jóvenes, donde el 40% correspondió a personas entre los 31 y 45 años, y el 33% a personas entre los 18 y 30 años. Mientras que el 24% de los asistentes residentes se encontraban en el rango entre los 46 y 60 años.

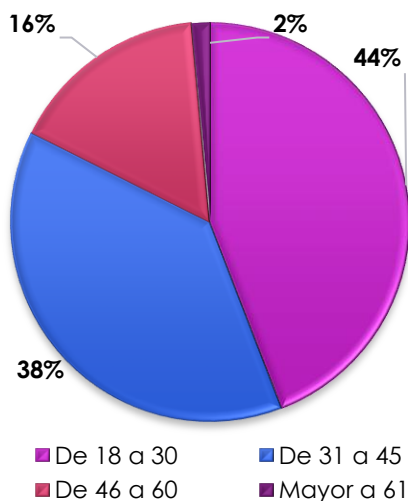
GRÁFICA 6. DISTRIBUCIÓN DE RESIDENTES POR EDAD



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

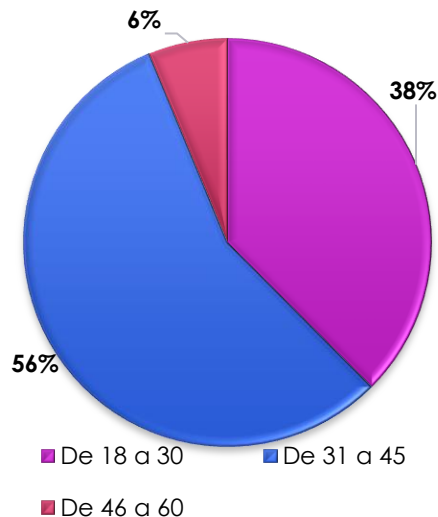
Para el caso de los turistas, también se hace evidente la participación de personas jóvenes, donde el 44% de los asistentes se encontró en el rango entre los 18 y 30 años, mientras que, para el caso de los excursionistas, el 56% de los asistentes se encontraban entre los 31 y 45 años.

GRÁFICA 7. DISTRIBUCIÓN DE TURISTAS POR EDAD



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

GRÁFICA 8. DISTRIBUCIÓN DE EXCURSIONISTAS POR EDAD



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

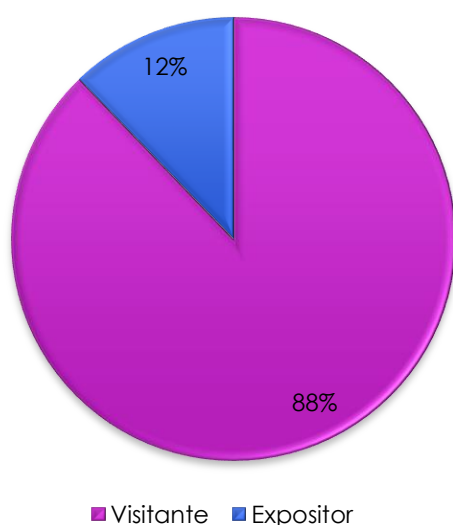
En general, se evidenció una baja participación de población mayor a 60 años, con una participación del 2% tanto para la población residente como turistas.

3.3 Tipo y rol de los asistentes

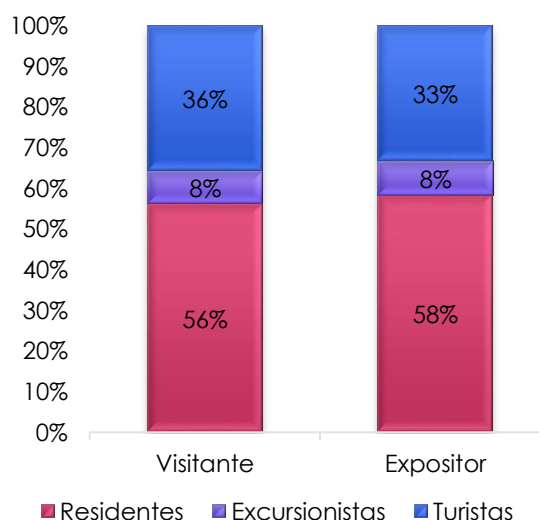
La invitación a participar en la Vitrina Turística ANATO se extendió a todas las empresas de productos y servicios turísticos, entre las que se encuentran las agencias de viaje y turismo, sector de alojamiento, proveedores, empresas de alquiler de vehículos y compañías aéreas, recreación y entretenimiento y las demás asociadas al sector turístico.

El 88% de los asistentes a la Vitrina Turística correspondieron a visitantes y el 12% a expositores, destacándose en ambos casos que más de la mitad, tanto de visitantes como de expositores, correspondieron a población residente en la ciudad de Bogotá, aportando el 56% de los visitantes y el 58% de los expositores.

GRÁFICA 9. DISTRIBUCIÓN POR ROL DE ASISTENTES



GRÁFICA 10. DISTRIBUCIÓN POR TIPO Y ROL DE LOS ASISTENTES

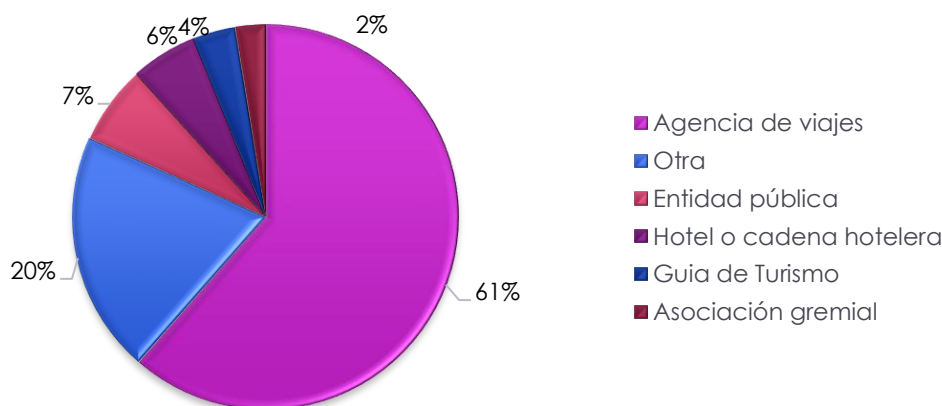


Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

En cuanto a las empresas participantes y prestadores de servicios turísticos, se destacó la amplia participación de las agencias de viaje, las cuales correspondieron al 61% de los asistentes al evento, así como representaciones de entidades territoriales como las alcaldías de Zipaquirá, Mocoa, Cumaral, la Gobernación de Magdalena. También tuvo relevancia la participación de entidades públicas como el Instituto para la Economía Social - IPES, el Instituto de Cultura y Turismo de Yopal, entre otras.

GRÁFICA 11. DISTRIBUCIÓN ASISTENTES POR TIPO DE EMPRESA O SERVICIO TURÍSTICO



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

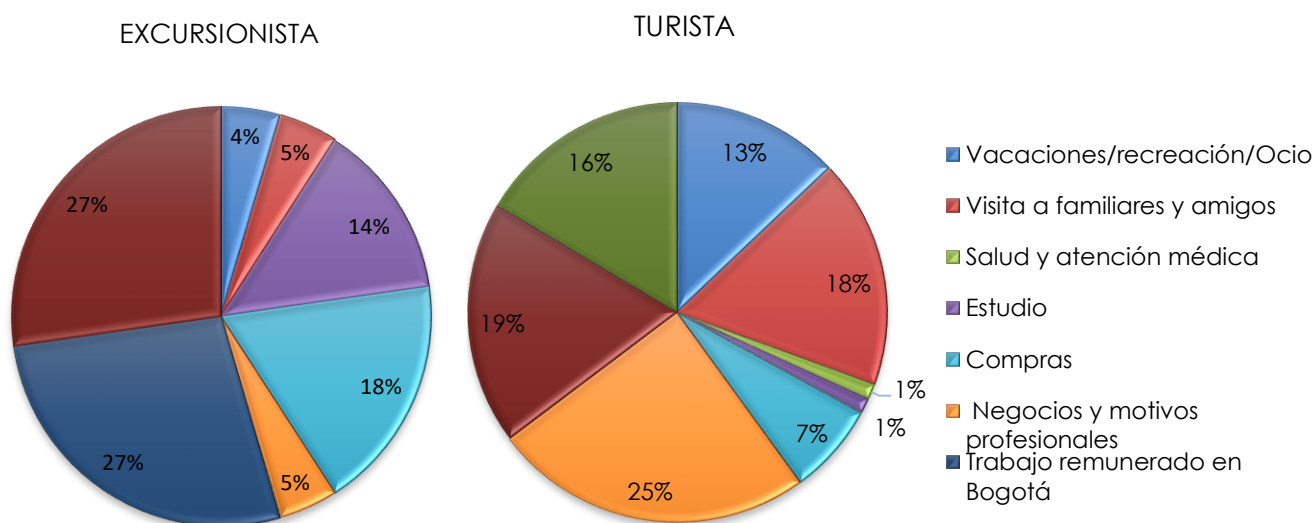
Se evidenció también la participación de varias empresas del sector hotelero, guías de turismo y asociaciones gremiales. Se destacó la vinculación al evento de entidades del sector de tecnología asociadas a software especializado y soluciones electrónicas, así como sectores relacionados al turismo de naturaleza, recreación y deportes.

3.4 Motivación y actividades realizadas

Después de la Vitrina ANATO, el segundo motivo de viaje a la ciudad es distinto para el turista contra el excursionista. Para el caso de los turistas, el 25% tuvo como segunda motivación los negocios y motivos profesionales, el

18% visita a familiares y amigos y el 16% vino a la ciudad por motivos de salud y atención médica.

GRÁFICA 12. DISTRIBUCIÓN DE LA SEGUNDA MOTIVACIÓN DE VISITA A LA CIUDAD

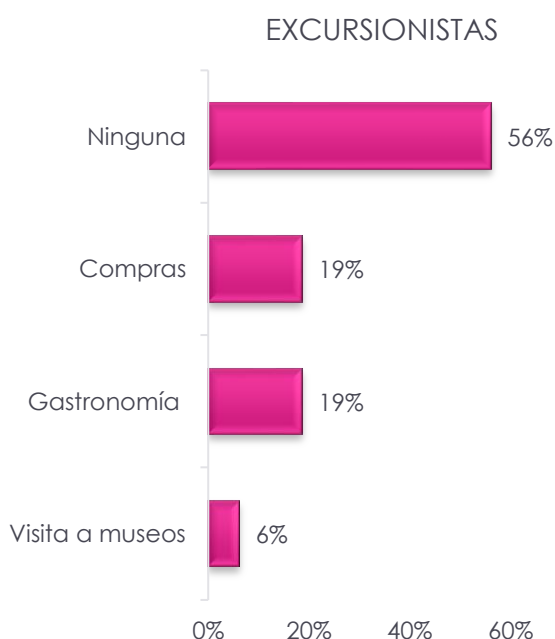


Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

Mientras que, para el caso de los excursionistas, el 27% tuvo como segunda motivación la realización de trabajo remunerado, el 18% las compras y el 14% el estudio.

Dentro de las actividades realizadas por los turistas se destaca la asistencia a restaurantes y la realización de compras, realizadas por el 35% y 21% de los turistas, respectivamente. Seguido a estas actividades, los turistas participaron de la visita a los museos de la ciudad.

GRÁFICA 13. DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA CIUDAD POR LOS EXCURSIONISTAS



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

GRÁFICA 14. DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA CIUDAD POR LOS TURISTAS



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

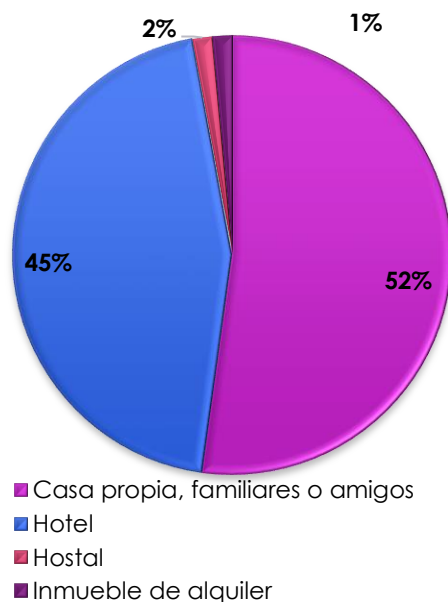
Otras actividades realizadas por los turistas, aunque en una menor proporción, fueron participar de vida nocturna (rumba y baile), realizar recorridos por la ciudad, realizar actividades de naturaleza a través de la visita a parques, humedales y actividades como el avistamiento de aves, así como visitar centros comerciales, ir al Santuario de Monserrate, entre otras.

Si bien, los excursionistas también asistieron a los restaurantes y realizaron compras, el 56%, además de su participación en la Vitrina Turística, no participaron de actividades adicionales en la ciudad.

3.5 Alojamiento y noches pernoctadas por los turistas

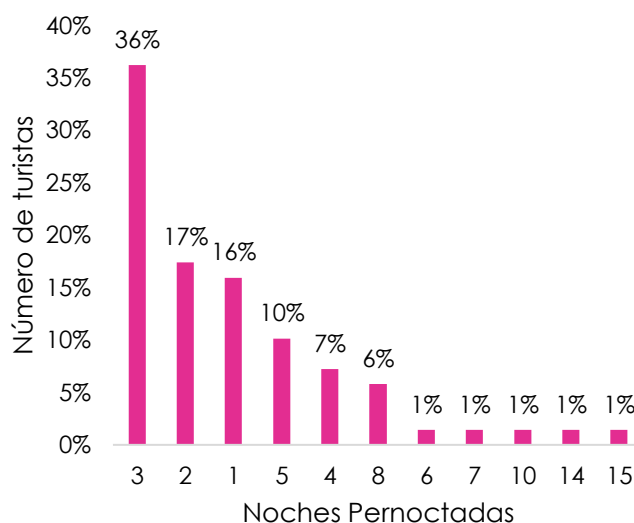
Durante su estadía en la ciudad, el 52% de los turistas se alojaron en casa propia, familiares o amigos, mientras que el 45% se alojó en hotel.

GRÁFICA 15. LUGAR DE ALOJAMIENTO TURISTAS



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

GRÁFICA 16. NÚMERO DE NOCHES PERNOCTADAS



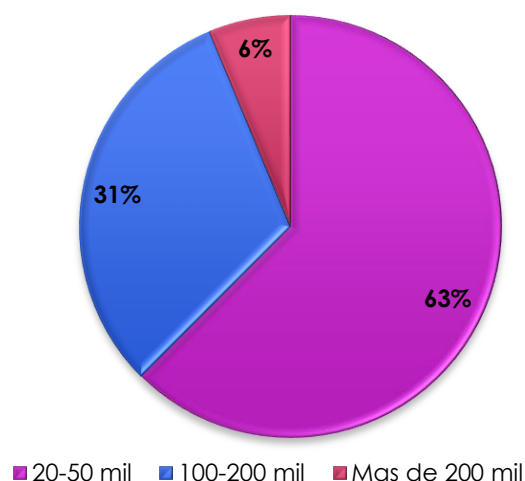
Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

En promedio, los turistas que visitaron la ciudad pernoctaron 3,3 noches. Es así como el 36% de los turistas pernoctaron 3 noches, el 17% lo hicieron por 2, el 16% por una y el 10% por 5 noches.

3.6 Gasto turístico

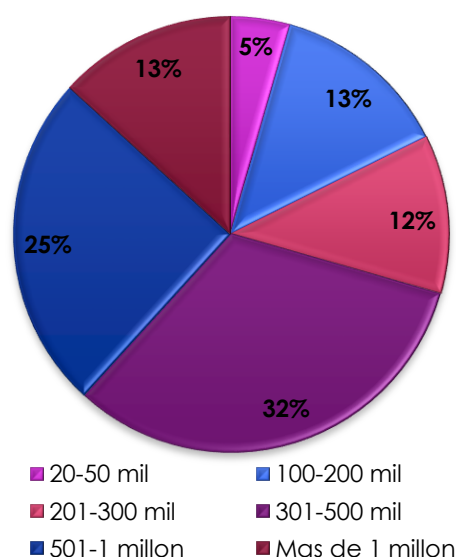
Durante la estadía en la ciudad, el 63% de los excursionistas gastó entre \$29 mil y \$50 mil pesos, el 31% gastó entre \$100 mil y \$200 mil pesos y el 6% gastó más de \$200 mil pesos durante la visita.

GRÁFICA 17. GASTO TURÍSTICO REALIZADO POR EXCURSIONISTAS



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

GRÁFICA 18. GASTO TURÍSTICO REALIZADO POR TURISTAS

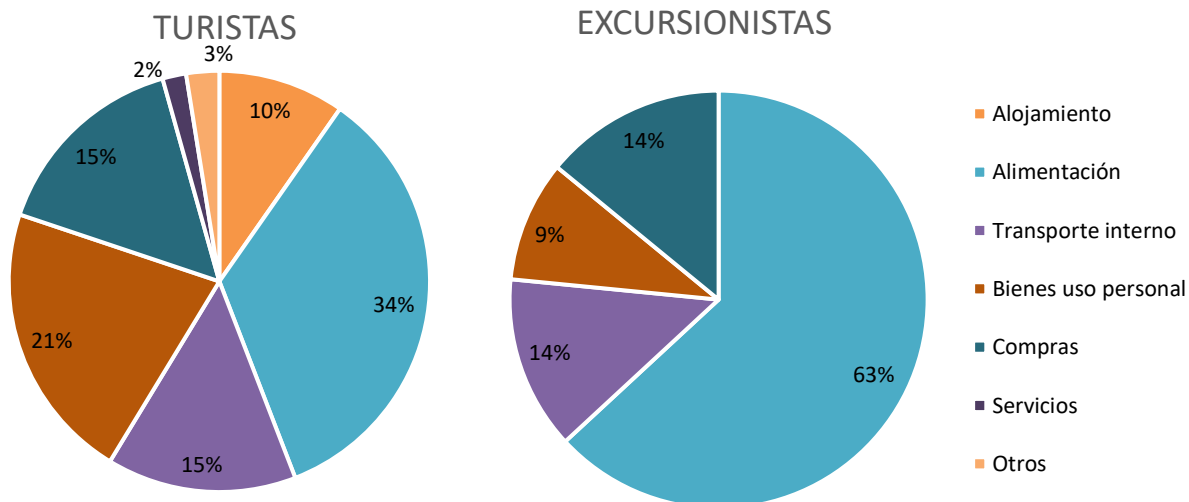


Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

El gasto de los turistas durante su estadía ascendió en promedio a los \$ 663 mil pesos, donde el 32% de los turistas gastó entre \$300 mil y \$500 mil pesos y el 25% registró un gasto turístico entre los \$500 mil y un millón de pesos.

En cuanto a la distribución del gasto, los turistas asignaron un 34% del gasto a alimentación, un 21% en bienes de uso personal, un 15% en compras y un 15% en transporte interno. Los gastos asociados por alojamiento correspondieron en promedio al 10% del gasto turístico teniendo en cuenta que más de la mitad de los turistas se alojaron en casa de familiares y amigos.

GRÁFICA 19. DISTRIBUCIÓN DEL GASTO TURÍSTICO



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

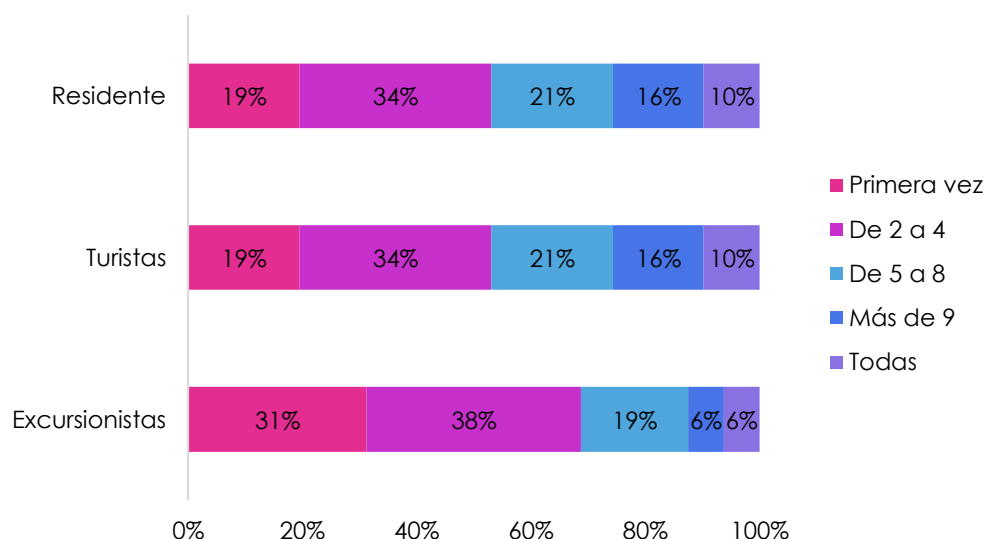
Para el caso de los excursionistas, en promedio, el 63% del gasto fue destinado a alimentación, el 14% a transporte interno, otro 14% para compras y un 9% para bienes de uso personal.

3.7 Participación en versiones anteriores

Se evidencia que, para un amplio número de excursionistas, la versión 40 de la Vitrina Turística se constituyó en su primera asistencia si se compara con los residentes y turistas. Es así como para el 31% de los excursionistas fue su primera asistencia respecto al 19% de los turistas y residentes, respectivamente.

El 34% de los turistas y residentes, respectivamente, ha asistido a este evento entre 2 y 4 veces, participación inferior a la de los excursionistas, donde el 38% ha asistido este número de versiones.

GRÁFICA 20. DISTRIBUCIÓN DE ASISTENTES POR TIPO SEGÚN NÚMERO DE VERSIONES



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

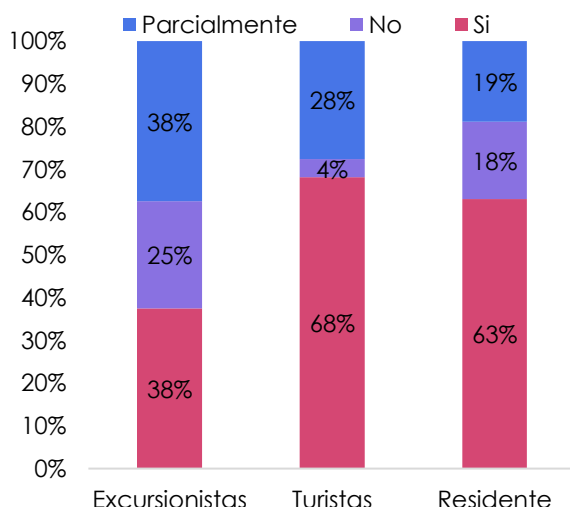
El 10% tanto de residentes como de turistas ha participado en todas las ferias mientras que, de los excursionistas asistentes, tan solo el 6% ha participado en todas las versiones de la Vitrina Turística.

3.8 Expectativas y calificación del stand de Bogotá

Para el 68% de los turistas y el 63% de los residentes, el stand dispuesto para la oferta de Bogotá cumplió con las expectativas totalmente. Para el 38% de los excursionistas el stand cumplió de manera parcial, misma percepción reportó el 28% y 19% de los turistas y residentes, respectivamente.

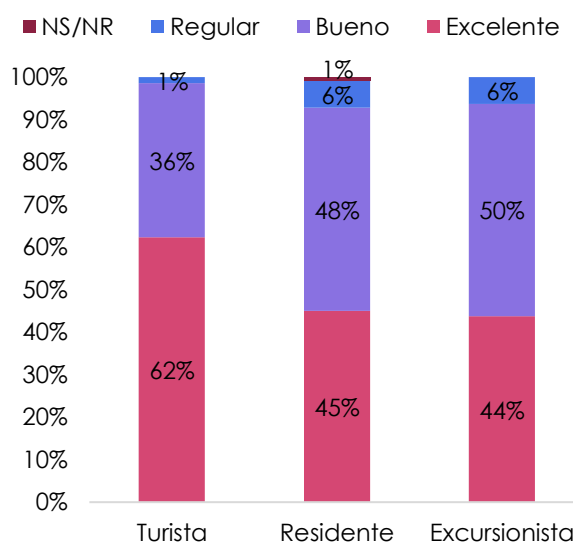
Tan solo para el 4% de los turistas, el stand no cumplió con sus expectativas, situación reportada por el 18% de los residentes y el 25% de los excursionistas.

GRÁFICA 21. DISTRIBUCIÓN DE ASISTENTES POR TIPO RESPECTO A SI EL STAND DE BOGOTÁ CUMPLIÓ SUS EXPECTATIVAS



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

GRÁFICA 22. DISTRIBUCIÓN DE LA CALIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN DEL STAND DE BOGOTÁ



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

Lo anterior se hace evidente en la calificación de la organización del stand, la cual fue excelente para el 62% de los turistas, así como para el 45% y 44% de los residentes y excursionistas, respectivamente. Tan solo el 1% de los turistas consideró el stand de la ciudad regular. No se reportaron calificaciones malas.

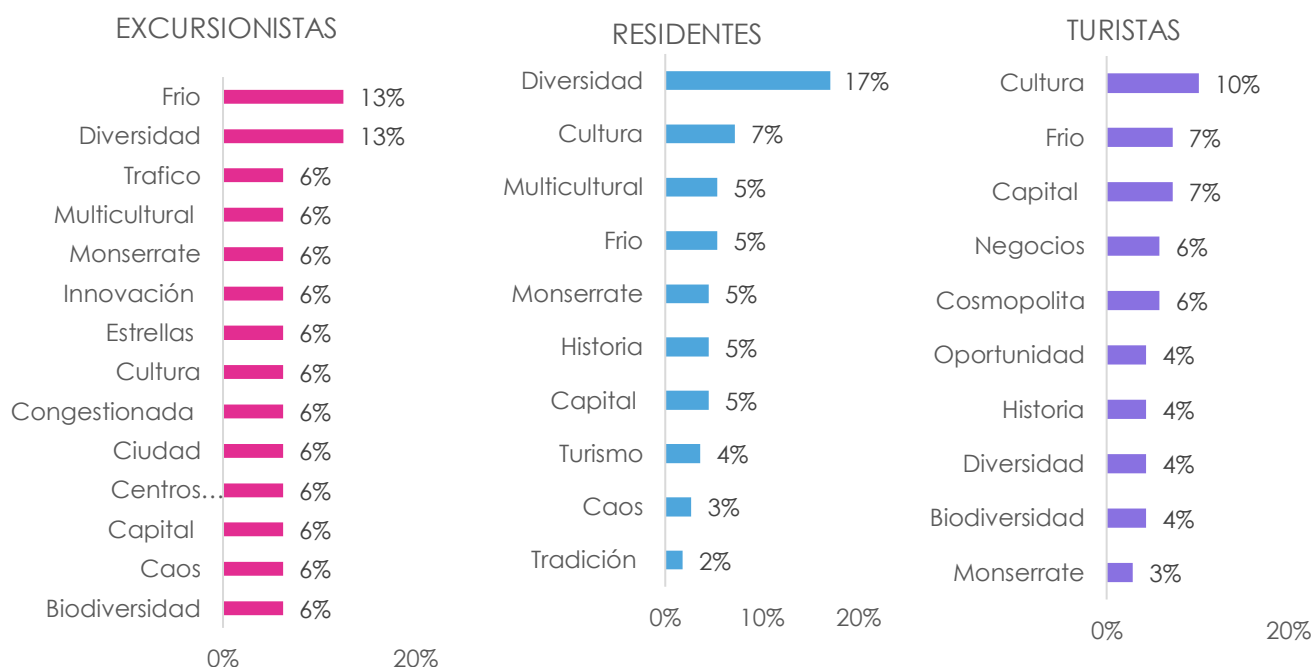
3.9 Palabras, imágenes y colores relacionados con Bogotá

En general, los excursionistas, residentes y turistas asocian palabras similares con la ciudad, las cuales revisten para la mayoría de los asistentes conceptos positivos para la misma, donde unas de las palabras más comunes fueron diversidad, cultura y ciudad.

Para el caso de los excursionistas, el 13% asoció la ciudad con diversidad y otro 13% con frío, siendo las palabras más reiteradas por este grupo. Otras

palabras mencionadas en igual proporción por los excursionistas fueron biodiversidad, ciudad, centros comerciales, cultura y estrellas.

GRÁFICA 23. DISTRIBUCIÓN DE PRINCIPALES PALABRAS CON LAS QUE RELACIONA A BOGOTÁ POR TIPO DE ASISTENTE



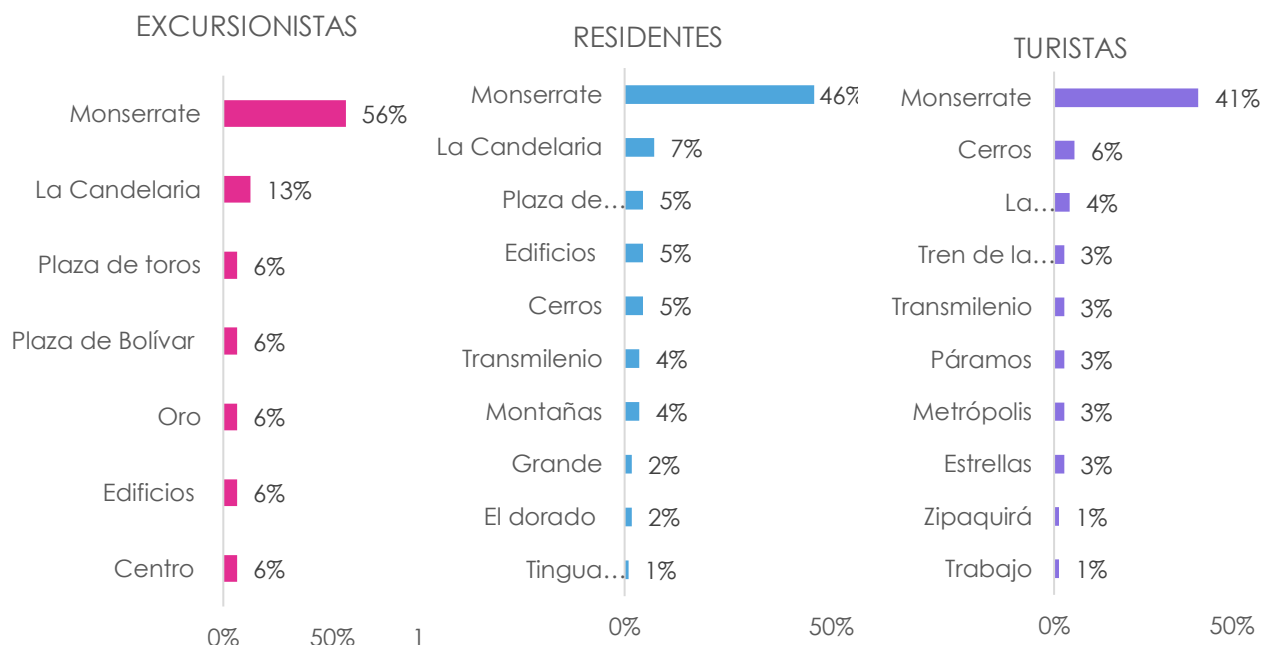
Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

Para el 17% de los residentes, la palabra diversidad se posiciona como la más mencionada, seguido por palabras como cultura, frío, multicultural, capital, historia, Monserate. Llama la atención que entre el 4% de los residentes la palabra fue turismo.

Finalmente, el 10% de los turistas asocia Bogotá con la palabra cultura, seguida por las palabras capital, frío, cosmopolita, negocios, biodiversidad, diversidad, historia y oportunidad.

Dentro de las palabras negativas, nombradas por un bajo porcentaje de asistentes se encuentran congestión y caos.

**GRÁFICA 24. DISTRIBUCIÓN DE PRINCIPALES IMÁGENES CON LAS QUE RELACIONA BOGOTÁ
POR TIPO DE ASISTENTE**



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

En cuanto a las imágenes con la que los asistentes relacionan a la ciudad de Bogotá, Monserrate se constituye en la más nombrada tanto por excursionistas, residentes y turistas con el 56%, 46% y 41%, respectivamente. La Candelaria se constituye en la imagen con la que asocian a la ciudad el 13% de los excursionistas, el 7% de los residentes y el 4% de los turistas.

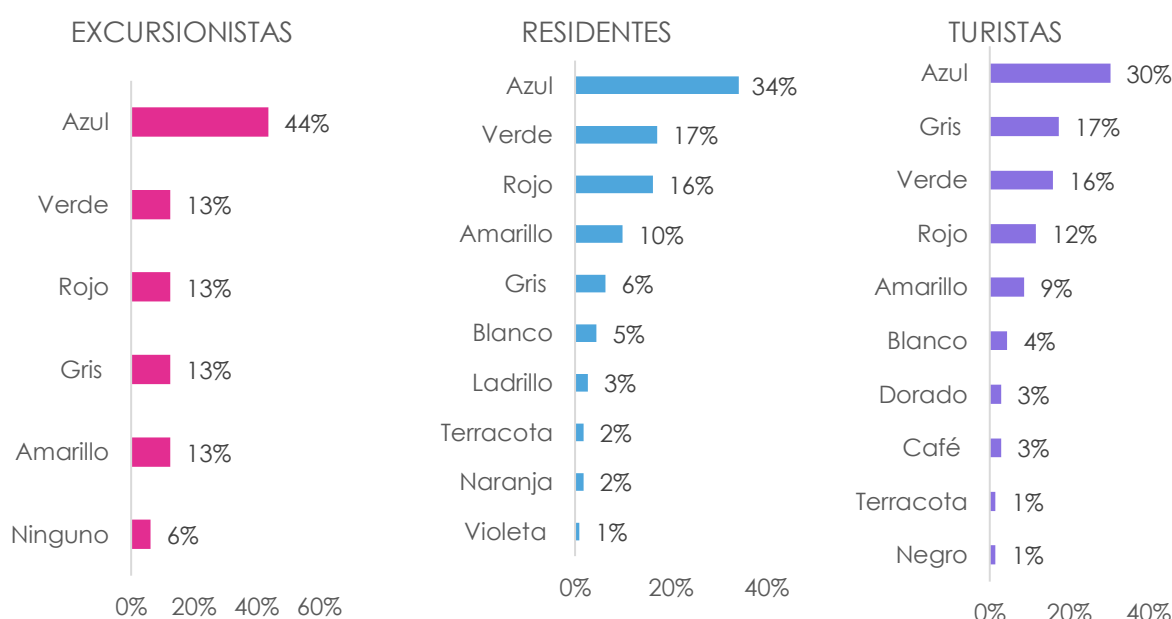
La imagen asociada a los edificios y la plaza de Bolívar fueron nombrada por el 6% de los excursionistas y por el 5% de los residentes. Los cerros fueron nombrados por el 5% de los residentes y el 6% de los turistas. Por último, la imagen de transmilenio fue nombrada por el 4% de los residentes y el 3% de los turistas.

Otras imágenes mencionadas por los residentes fueron principalmente montañas, el dorado, el Campín, humedales y la tingua bogotana (ave

endémica), mientras que por los turistas fueron el tren de la sabana, árboles, páramos, Corferias, Museo del Oro, planetario y restaurantes.

En cuanto a los colores con los cuales los visitantes a la Vitrina Turística relacionan la ciudad se encuentra el azul como la principal respuesta tanto de excursionistas, residentes y turistas, con el 44%, 34% y 30% de los participantes al evento, respectivamente.

GRÁFICA 23. DISTRIBUCIÓN DE PRINCIPALES COLORES CON LAS QUE RELACIONA BOGOTÁ POR TIPO DE VISITANTE



Fuente: IDT – Observatorio de Turismo

Para el caso de los excursionistas también nombraron con una menor participación el amarillo, gris, rojo y verde, cada uno mencionado por un 13% de los asistentes.

El 17% de los residentes nombraron el verde como el color con el que asocia a la ciudad; el rojo fue nombrado por el 16% y el amarillo por el 10%. Otros colores nombrados por los residentes en una menor proporción fueron el gris,

el blanco, color ladrillo, naranja, terracota, dorado, fucsia, morado, negro y violeta.

Para el caso de los turistas, después del azul, el 17% mencionó el gris, el 16% el verde y el 12% el rojo. Otros colores mencionados por los turistas fueron el amarillo, blanco, café, dorado, morado, naranja, negro y terracota.

4 CONCLUSIONES

- El 57% de los asistentes a la Vitrina Turística de ANATO residen en la ciudad de Bogotá, el 35% fueron turistas y el 8% excursionistas.
- Los residentes que asistieron fueron principalmente de las localidades de Engativá, Suba, Chapinero y Usaquén.
- El 96% de los turistas fueron de origen nacional, principalmente de los departamentos del centro del país como Cundinamarca, Caldas, Boyacá y Antioquia. Los turistas internacionales eran originarios de México, Guatemala y Madagascar.
- Se registró una participación homogénea por género y por edad, se registró una amplia participación de personas jóvenes entre los 18 y 30 años.
- El 88% de los asistentes a la Vitrina Turística correspondieron a visitantes y el 12% a expositores, destacándose en ambos casos que más de la mitad tanto de visitantes como de expositores correspondieron a población residente en la ciudad de Bogotá.
- La mayor participación de asistentes en el evento correspondió a las agencias de viajes con un 61%.
- El 25% de los turistas que asistieron al evento tenían como segunda motivación los negocios y motivos profesionales, mientras que, para los excursionistas, el 27% tuvo como segunda motivación la realización de trabajo remunerado.
- El 35% de los turistas asistió a restaurantes y el 21% realizó turismo de compras. El 56% de los excursionistas, además de su participación en la Vitrina Turística, no participó de más actividades en la ciudad.
- El 52% de los turistas se alojaron en casa propia, familiares o amigos y el 45% se alojó en hotel.

- En promedio, los turistas que visitaron la ciudad pernoctaron 3,3 noches. Es así como el 36% de los turistas pernoctaron 3 noches, el 17% lo hicieron por 2 noches, el 16% por una noche y el 10% por 5 noches.
- El 63% de los excursionistas gastó entre \$29 mil y \$50 mil pesos, el 31% gastó entre \$100 mil y \$200 mil pesos y el 6% gastó más de \$200 mil pesos durante la visita. El gasto de los turistas durante su estadía ascendió en promedio a los \$ 663 mil pesos, donde el 32% de los turistas gastó entre \$300 mil y \$500 mil pesos y el 25% registró un gasto turístico entre los \$500 mil y un millón de pesos.
- Los turistas asignaron un 34% del gasto a alimentación, un 21% en bienes de uso personal, un 15% en compras y un 15% en promedio en transporte interno. Los excursionistas asignaron en promedio un 63% del gasto a alimentación.
- Para el 31% de los excursionistas fue la primera asistencia a una Vitrina Turística de ANATO respecto al 19% de los turistas y residentes respectivamente. El 10% tanto de residentes como de turistas ha participado en todas las Vitrinas Turísticas de ANATO.
- Para el 68% de los turistas y el 63% de los residentes, el stand dispuesto para la oferta de Bogotá cumplió con las expectativas totalmente y el stand fue calificado como excelente por el 62% de los turistas, el 45% de los residentes y el 44% de los excursionistas.
- Las palabras de mayor mención por las cuales relacionan los asistentes a la ciudad el por los asistentes fueron diversidad, cultura y ciudad, siendo diversidad la más nombrada por los excursionistas y residentes y cultura por los turistas.
- Monserrate es la imagen con la que la mayoría de los asistentes relacionan a la ciudad, siendo nombrada por el 56% de los excursionistas, el 46% de los residentes y el 41% de los turistas.

- El azul es el color que mayor relación tiene con la ciudad de Bogotá, mencionada por el 44% de los excursionistas, el 34% de los residentes y el 30% de los turistas.

BIBLIOGRAFÍA

ANATO. “*Vitrina Turística ANATO 2021. Colombia abierta al mundo*” Folleto de promoción. 2021

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1. DISTRIBUCIÓN DE ASISTENTES POR LUGAR DE ORIGEN	7
GRÁFICA 2. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN ORIGEN	7
GRÁFICA 3. DISTRIBUCIÓN DE RESIDENTES POR LOCALIDAD	8
GRÁFICA 4. DISTRIBUCIÓN DE VISITANTES NACIONALES POR DEPARTAMENTO DE ORIGEN	8
GRÁFICA 5. DISTRIBUCIÓN DE ASISTENTES POR GÉNERO	9
GRÁFICA 6. DISTRIBUCIÓN DE RESIDENTES POR EDAD	10
GRÁFICA 7. DISTRIBUCIÓN DE TURISTAS POR EDAD	10
GRÁFICA 8. DISTRIBUCIÓN DE EXCURSIONISTAS POR EDAD	10
GRÁFICA 9. DISTRIBUCIÓN POR ROL DE ASISTENTES	11
GRÁFICA 10. DISTRIBUCIÓN POR TIPO Y ROL DE LOS ASISTENTES	11
GRÁFICA 11. DISTRIBUCIÓN ASISTENTES POR TIPO DE EMPRESA O SERVICIO TURÍSTICO	12
GRÁFICA 12. DISTRIBUCIÓN DE LA SEGUNDA MOTIVACIÓN DE VISITA A LA CIUDAD	13
GRÁFICA 13. DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA CIUDAD POR LOS EXCURSIONISTAS.....	14
GRÁFICA 14. DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA CIUDAD POR LOS TURISTAS	14
GRÁFICA 15. LUGAR DE ALOJAMIENTO TURISTAS.....	15
GRÁFICA 16. NÚMERO DE NOCHES PERNOCTADAS.....	15
GRÁFICA 17. GASTO TURÍSTICO REALIZADO POR EXCURSIONISTAS.....	16
GRÁFICA 18. GASTO TURÍSTICO REALIZADO POR TURISTAS	16
GRÁFICA 19. DISTRIBUCIÓN DEL GASTO TURÍSTICO	17
GRÁFICA 20. DISTRIBUCIÓN DE ASISTENTES POR TIPO SEGÚN NÚMERO DE VERSIONES .	18
GRÁFICA 21. DISTRIBUCIÓN DE ASISTENTES POR TIPO RESPECTO A SI EL STAND DE BOGOTÁ CUMPLIÓ SUS EXPECTATIVAS	19
GRÁFICA 22. DISTRIBUCIÓN DE LA CALIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN DEL STAND DE BOGOTÁ	19
GRÁFICA 23. DISTRIBUCIÓN DE PRINCIPALES PALABRAS CON LAS QUE RELACIONA A BOGOTÁ POR TIPO DE ASISTENTE	20
GRÁFICA 24. DISTRIBUCIÓN DE PRINCIPALES IMÁGENES CON LAS QUE RELACIONA BOGOTÁ POR TIPO DE ASISTENTE	21



INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

