

# Medición Evento en Ciudad **SEGUNDA NOCHE DE MUSEOS** DE BOGOTÁ

**BOGOTÁ**



Archivo fotográfico IDT - Fotógrafo Daniel Ruiz



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE  
**TURISMO**



CLAUDIA NAYIBE LÓPEZ HERNANDEZ

**Alcaldesa Mayor de Bogotá**

ALFREDO BATEMAN SERRANO

**Secretario De Desarrollo Económico**

KAROL FAJARDO MARIÑO

**Directora General**

**Instituto Distrital de Turismo**

MAURICIO JAVIER OSPINA

**Asesor**

**Observatorio de Turismo**

LUIS FERNANDO PINEDA GONZÁLEZ

LAURA VANESSA MIRQUE CASTRO

PAOLA ANDREA SÁNCHEZ PRIETO

**Investigadores**

DUBER OCHICA SOLER

**Diseño**

**Contacto**

Instituto Distrital de Turismo

[www.idt.gov.co](http://www.idt.gov.co)

Bogotá D.C. 2022

## CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN .....	2
2. DISEÑO METODOLÓGICO .....	3
2.1 Objetivos .....	3
2.1.1 Objetivo General .....	3
2.1.2 Objetivos Específicos.....	3
2.2 Metodología .....	4
3 RESULTADOS .....	6
3.1 Origen de los asistentes.....	6
3.2 Perfil de los asistentes .....	9
3.2.2 Distribución por género .....	9
3.2.3 Distribución por edad .....	10
3.3 Motivación de viaje de los turistas.....	12
3.4 Alojamiento y noches pernoctadas.....	13
3.5 Gasto turístico .....	16
3.6 Caracterización de los asistentes a los museos.....	17
3.7 Percepción Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022 .....	21
4 CONCLUSIONES .....	33

## 1. INTRODUCCIÓN

La Noche de Museos es un evento de ciudad organizado por la Mesa de Museos de Bogotá que, desde su primera edición en noviembre de 2021, ha buscado fortalecer al sector museal de Bogotá a partir de la solidaridad, la creatividad, el relacionamiento con nuevos públicos y la dinamización de la oferta cultural de cada entidad por medio de la participación en la agenda urbana nocturna (IDCP, 2022). El Instituto Distrital de Turismo, a través del Observatorio de Turismo realiza las mediciones de eventos que son llevados a cabo en Bogotá y que además cuentan con un enfoque turístico.

El presente documento muestra los resultados de la medición de evento en ciudad de la segunda edición de la *Noche de Museos de Bogotá*, la cual fue celebrada el 18 de mayo de 2022 en 45 museos de las localidades de La Candelaria, Santa Fe, Mártires, Teusaquillo, Engativá, Chapinero, Ciudad Bolívar, Fontibón, San Cristóbal y Usaquén. El evento contó con el liderazgo de la Mesa de Museos de Bogotá y el Museo de Bogotá, y la participación de la Secretaría de Cultura y entidades como Instituto Distrital de las Artes IDARTES, la Fundación Gilberto Álzate Avendaño,

El Observatorio de Turismo elaboró un instrumento de medición para cuantificar y caracterizar a los asistentes al evento, resaltando el perfil de los turistas que participaron en la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022, identificando el lugar de origen, motivación de visita, lugar de alojamiento, gasto turístico y la percepción general de las actividades realizadas en el evento.

## **2. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **2.1 Objetivos**

#### **2.1.1 Objetivo General**

Caracterizar a los asistentes de la Segunda Noche de Museos en Bogotá 2022, desarrollada el 18 de mayo, en 45 museos de Bogotá.

#### **2.1.2 Objetivos Específicos**

- Identificar el origen, género y edad de los asistentes a la Segunda Noche de Museos en Bogotá 2022.
- Describir los motivos de viaje y preferencias de alojamiento del visitante durante su estadía en la ciudad.
- Conocer el gasto turístico realizado por los participantes en el evento.
- Conocer la percepción general de la visita a la Segunda Noche de Museos en Bogotá 2022.

## 2.2 Metodología

### 2.2.1 Población Objetivo

Asistentes a uno de los 10 museos seleccionados para la encuesta en el evento de ciudad “Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022”:

- Museo Nacional De Colombia
- Casa Museo Quinta de Bolívar
- Museos de Arte y Numismática del Banco de la República
- Museo de Arte Moderno de Bogotá
- Museo Militar de Colombia
- Museo de la Ciudad Autoconstruida
- Museo del Vidrio
- Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá
- Museo de Ciencias de la Universidad El Bosque
- Maloka

### 2.2.2 Fecha de recolección

La recolección de información se realizó el día 18 de mayo de 2022.

### 2.2.3 Cobertura Geográfica

Bogotá D.C.

### 2.2.4 Unidad de Observación

La unidad informante es toda aquella persona asistente al evento en ciudad “Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022”.

### 2.2.5 Tipo de Investigación

Sondeo de opinión: Técnica de medición a partir de encuestas destinadas a conocer la opinión pública acerca de un evento o 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.

La encuesta se aplicó a 441 individuos con un formulario de 23 preguntas que indagó 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.

### **2.2.6 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.

### **2.2.7 Tamaño final**

Para este tipo de metodología no se requiere de un tamaño de muestra mínimo para generar análisis de información, sin embargo, entre mayor sea la cantidad de datos recolectados mayor será la precisión de los resultados. En esta medición las encuestas efectivas finales objeto de análisis ascendieron a las 400.

### 3 RESULTADOS

#### 3.1 Origen de los asistentes

De acuerdo con la información suministrada por la Mesa de Museos al evento asistieron 39.014 personas, encuestando en total a 441 de ellas. Como resultado se obtuvo que el 91,4% de los asistentes encuestados residen en la ciudad de Bogotá, el 3,4% fueron turistas nacionales, el 2%, correspondió a turistas internacionales y el 3,2% a excursionistas.

**Gráfica 1.** Origen de los asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022

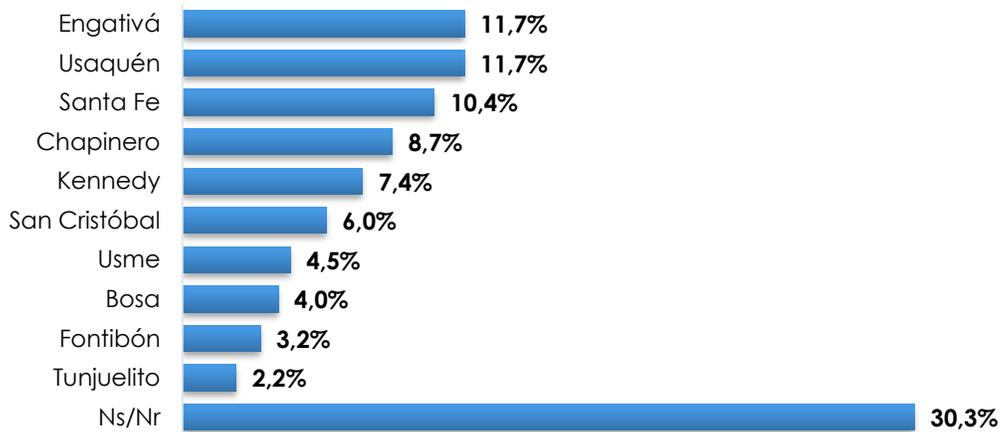


Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

La Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022, contó con la participación de residentes originarios de 10 localidades de la ciudad, principalmente de la localidad de Engativá y Usaquén con un 11,7% cada una. Seguido de la localidad de Santa Fé con un 10,4% y Chapinero con un 8,7%.

Por otro lado, se percibió una mínima asistencia por parte de los residentes de Tunjuelito, Fontibón, Bosa y Usme; su participación porcentual osciló entre el 2,2% y el 4,5%.

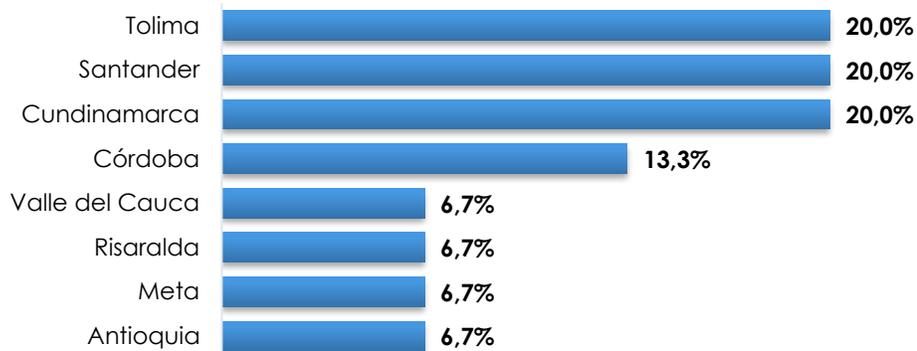
**Gráfica 2.** Origen de los residentes en la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

En relación a los turistas nacionales se evidenció que provenían de los departamentos de Tolima, Santander y Cundinamarca quienes en conjunto representaron el 60% de dichos turistas. Además, asistieron de otras regiones del país, el 13,3% provenían del departamento de Córdoba y con igual participación se contó con la asistencia de residentes de los departamentos de Valle del Cauca, Risaralda, Meta y Antioquia.

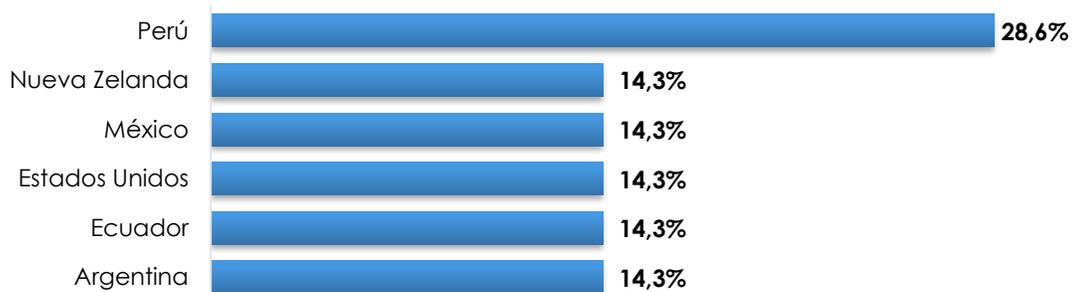
**Gráfica 3.** Origen de los turistas nacionales en la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Los principales lugares de origen de los turistas internacionales fueron: Perú, Nueva Zelanda, México, Estados Unidos, Ecuador y Argentina.

**Gráfica 4.** Origen de los turistas internacionales en la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

## 3.2 Perfil de los asistentes

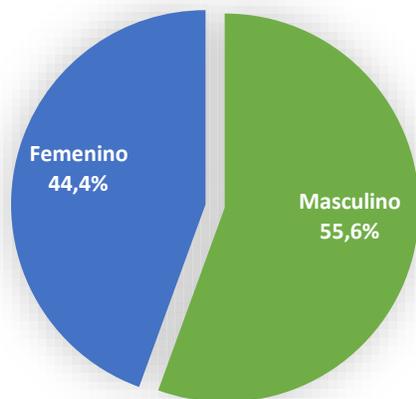
### 3.2.2 Distribución por género

Para el caso específico de los residentes, se evidenció una mayor participación del género femenino con el 57,6%, mientras que en el género masculino se evidenció una menor participación, esta fue del 40,7%.

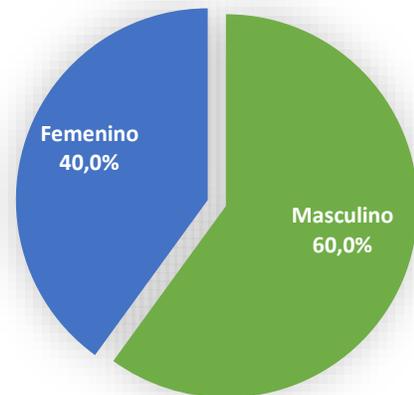
Respecto a la distribución por género de los turistas internacionales, se registró una mayor afluencia de hombres con el 55,6%, igualmente para el caso de los turistas nacionales en el que se evidenció una mayor participación del género masculino con el 60%.

**Gráfica 5.** Género de los turistas asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022

#### Turistas internacionales



#### Turistas nacionales



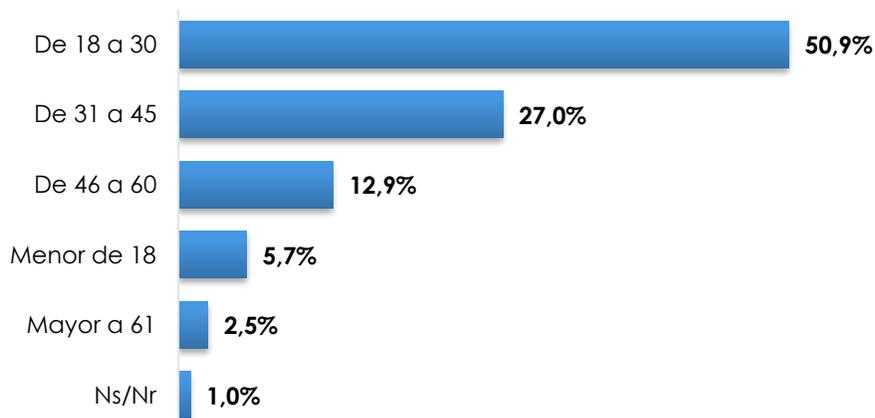
Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Por otra parte, el 28,6% de los excursionistas pertenecía al género masculino y el 71,4% restante al femenino.

### 3.2.3 Distribución por edad

En cuanto a la distribución etaria de los residentes capitalinos que asistieron al evento, el 50,9% informaron que tenían entre 18 a 30 años, el 27% entre 31 a 45 años, el 12,9% entre 46 a 60 años, el 5,7% indicó tener menos de 18 años y solo el 2,5% mayor a 61 años.

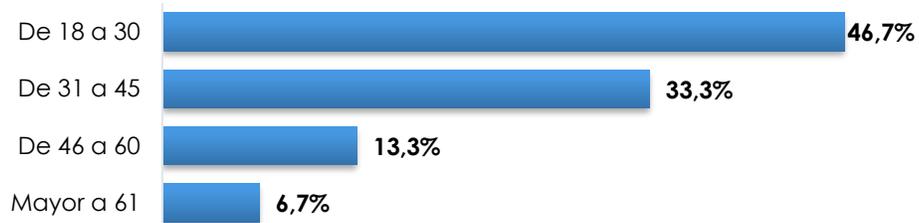
**Gráfica 6.** Edad de los residentes asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Más del 46% de los turistas nacionales que participaron en la Segunda Noche de Museos de Bogotá pertenecía al rango de edad de 18 a 30 años, seguido del 33,3% correspondiente al rango de edad entre los 31 a 45 años. Por otra parte, se registró una participación del 13,3% de turistas nacionales en el rango de edad entre los 46 a los 60 años y con un 6,7% mayores a 61 años.

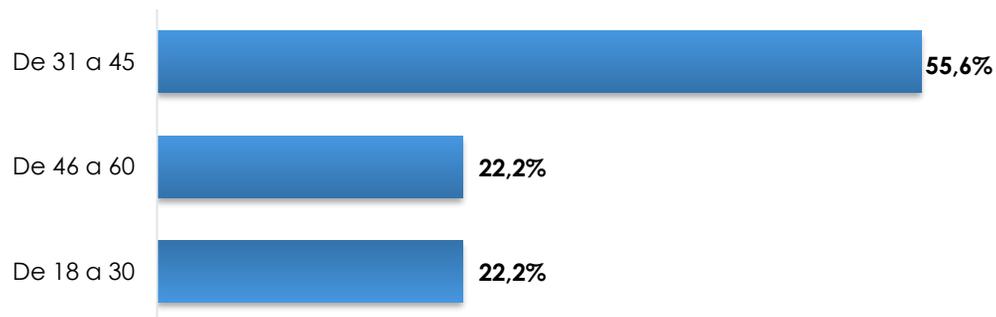
**Gráfica 7.** Edad de los turistas nacionales asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Con relación a los turistas internacionales, el 55,6% pertenecía al rango de edad de 31 a 45 años, y con una misma participación del 22,2% se ubicaron los rangos de edad de 46 a 60 años y de 18 a 30 años.

**Gráfica 8.** Edad de los turistas internacionales asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

### 3.3 Motivación de viaje de los turistas

Frente a la motivación de viaje, el principal motivo de los turistas nacionales fue vacaciones, recreación y Ocio con un 33,3%, seguido de visita a familiares y amigos con un 20%. Así mismo, indicaron que visitaron Bogotá por negocios y motivos profesionales (20%).

**Gráfica 9.** Motivación de viaje de los turistas nacionales asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Con relación a los turistas internacionales que participaron del evento, el principal motivo de viaje a Bogotá fue vacaciones, recreación y Ocio con 55,6% y visita a familiares y amigos con un 22,2%.

**Gráfica 10.** Motivación de viaje de los turistas internacionales asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022

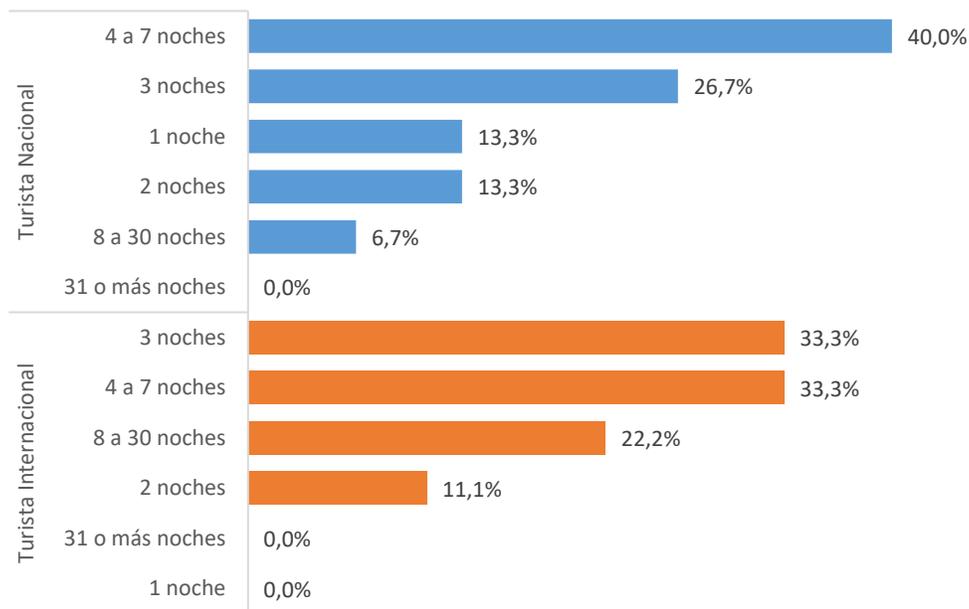


Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

### 3.4 Alojamiento y noches pernoctadas

Durante su estadía en la ciudad, el 40% de los turistas nacionales pernoctaron en Bogotá entre 4 a 7 noches y el 26,7% lo hicieron por 3 noches. En cuanto a los turistas internacionales, se halló que el 33,3%, pernoctaron en Bogotá entre 4 a 7 noches y con el mismo porcentaje del 33,3% indicaron que 3 noches. Por otra parte, el 22,2% lo hizo entre 8 a 30 noches.

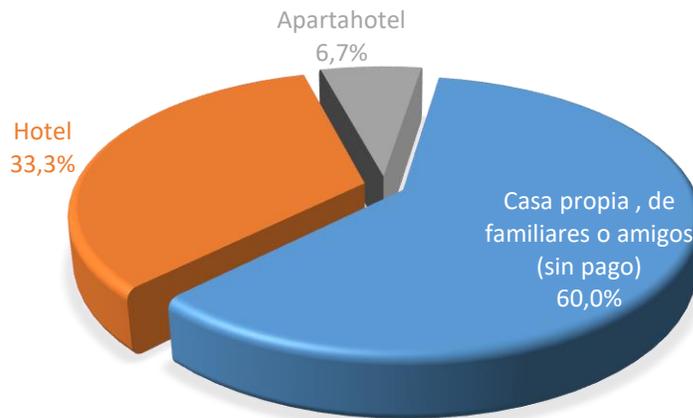
**Gráfica 11.** Noches pernoctadas de los turistas asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Con relación al lugar de alojamiento de los turistas nacionales que asistieron al evento, se concluye que el 60% se alojó principalmente en casa propia o de familiares y/o amigos, seguido de hotel con el 33,3% y apartahotel con el 6.7%.

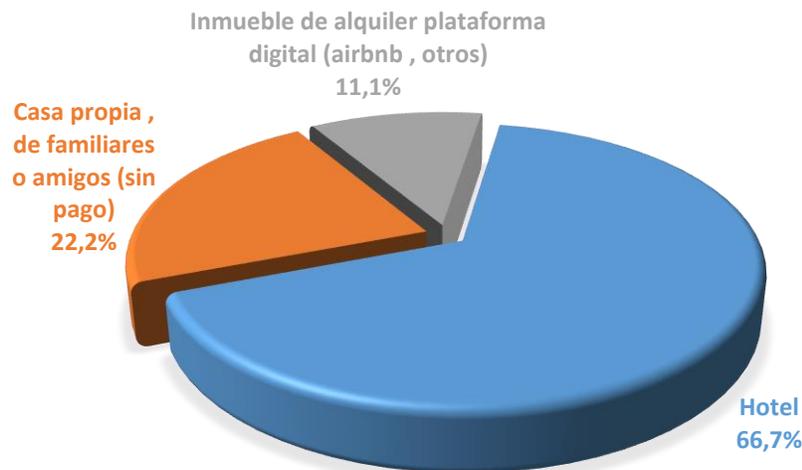
**Gráfica 12.** Lugar de alojamiento los turistas nacionales asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Para el caso de los turistas internacionales, el principal lugar de hospedaje con el 66,7% fue hotel, seguido de casa propia o de familiares y/o amigos con el 22,2% y por último con un 11,1% inmueble de alquiler plataforma digital Airbnb.

**Gráfica 13.** Lugar de alojamiento los turistas internacionales asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

### 3.5 Gasto turístico

Durante la estadía en la ciudad, los turistas nacionales asistentes al evento generaron un gasto medio per cápita COP 648.602 y un gasto per cápita diario COP 173.382.

Los turistas internacionales, generaron un gasto medio per cápita COP 2.655.220 y un gasto per cápita diario COP 203.618.

**Gráfica 14.** Gasto de los turistas asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022

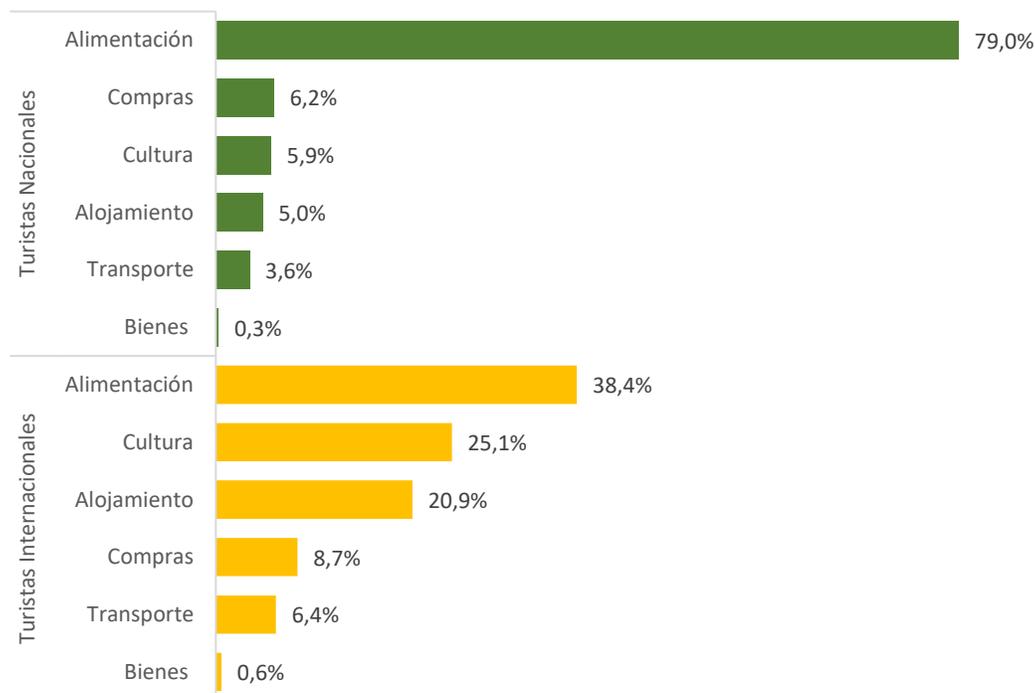
	<b>Turista Nacional</b>	<b>Turista Internacional</b>
Gasto per cápita Medio	\$648.602	\$2.655.220
Gasto per cápita diario	\$173.382	\$203.618

Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

En cuanto a la distribución del gasto, los turistas nacionales asignaron un 79% en alimentación, el 6,2% en compras, el 5,9% en cultura y el 5% en alojamiento.

Por otra parte, los turistas internacionales asignaron el 38,4% en alimentación, el 25,1% en cultura, el 20,9% en alojamiento y el 8,7% en compras.

**Gráfica 15.** Distribución del gasto de los turistas asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

### 3.6 Caracterización de los asistentes a los museos

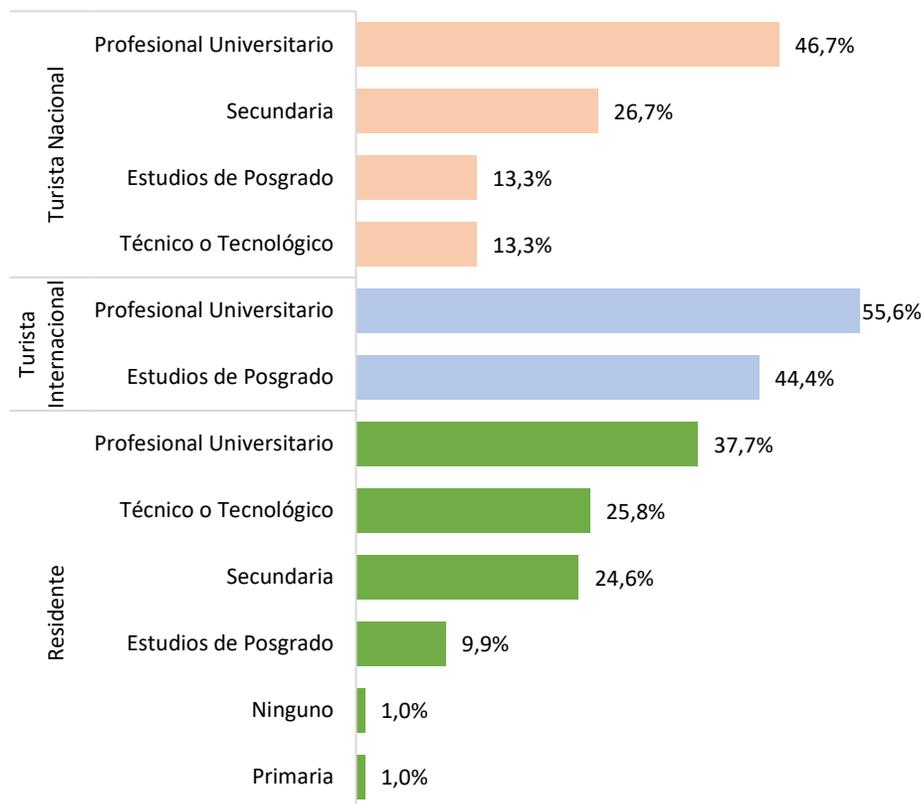
#### 3.6.1 Nivel educativo de los asistentes

Para el caso específico de los residentes asistentes al evento, el 38% indicó ser profesional universitario y el 25% indicó tener estudios de secundaria.

Por otra parte, el 47% de los turistas nacionales asistentes al evento afirmó ser profesional universitario, el 27% indicó tener estudios de secundaria.

Con relación a los turistas internacionales, el 56% de los asistentes es profesional universitario y el 44% afirmó tener estudios de posgrado.

**Gráfica 16.** Nivel educativo de los asistentes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

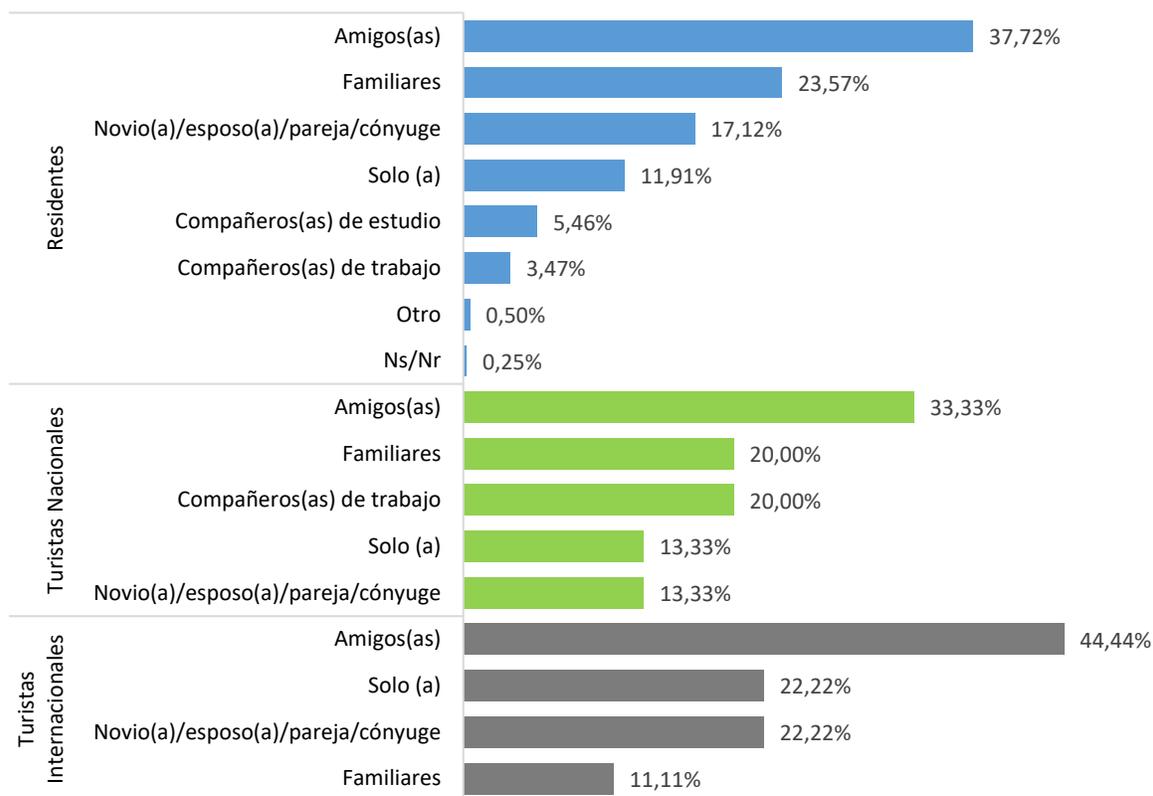
### 3.6.2 Grupo de asistencia

Al preguntar a los asistentes por las personas acompañantes, se identificó que el 37.7% de los residentes asistieron con amigos, el 23,6% con familiares, el 17,1% con novio (a) y/o esposo (a), el 11,9% asistió solo, el 5,5% asistió con compañeros de estudio y el 3,5% con compañeros de trabajo.

La mayoría de los turistas nacionales encuestados asistieron con amigos (33,3%), seguido de familiares (20%), compañeros del trabajo (20%) y con menor porcentaje solos (13,3%) y con el novio(a) y/o esposo (a) (13.3%).

Con relación a los turistas internacionales, la mayoría asistió al evento con amigos (44,4%). Por otra parte, también indicaron que asistieron con el novio (a) y/o esposo (a) (22,2%) y solos (22,2%).

**Gráfica 17.** Con quien asistió a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022

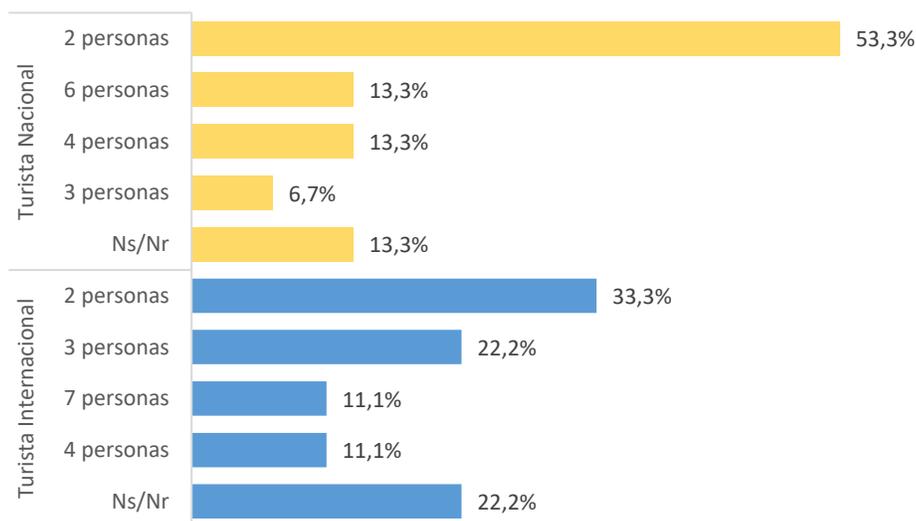


Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Respecto a la pregunta incluyéndolo a usted, con cuantas personas asiste al evento, la mayoría de los turistas nacionales indicaron que asistieron con 2 personas (53,3%), seguido de 6 personas (13,3%), 4 personas (13,3%) y 3 personas (6,7%).

Por otra parte, la mayoría de los turistas internacionales asistieron con 2 personas (33,3%), seguido de 3 personas (22,2%), 4 personas (11,1%) y 7 personas (11,1%).

**Gráfica 18.** Número de acompañantes a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

También, se indagó sobre la asistencia al evento de menores de edad, obteniendo como resultado que la mayoría de los residentes de la ciudad de Bogotá asistieron al evento sin menores de edad, lo mismo ocurrió en el caso de los excursionistas.

Para el caso de los turistas nacionales la mayoría asistió sin menores de edad (40%) y el 20% indicó que asistió con 1 menor de edad.

En cuanto a los turistas internacionales, el 88,9% informó que no sabía o no respondía con cuantos menores de edad asistió al evento y solo el 11,1% asistió con 2 menores de edad.

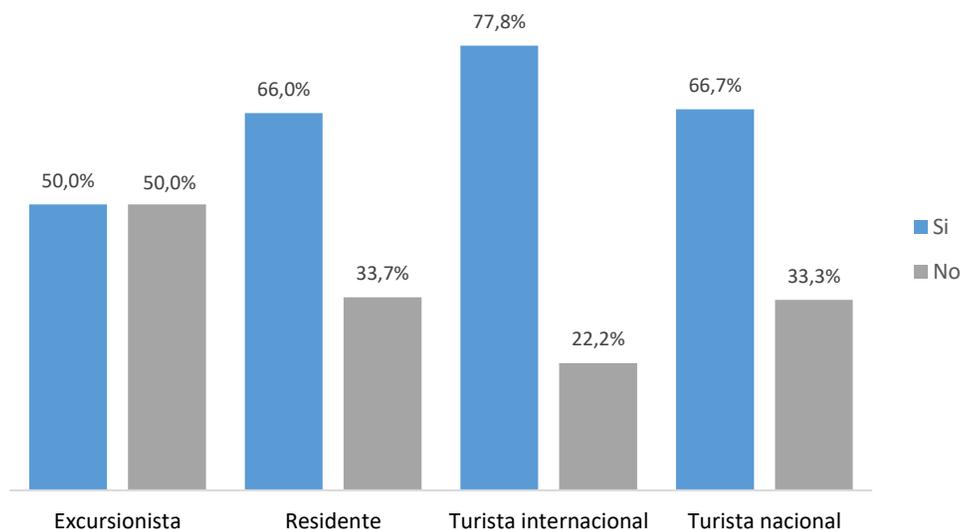
### 3.7 Percepción Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022

#### 3.7.1. Museos visitados

En general, el 65,8% de los asistentes indicó que asistió y/o tenía pensado asistir a más de 1 museo durante la noche del evento y el 34% únicamente asistió a 1 museo.

En promedio, los turistas nacionales visitaron durante la noche del evento 3 museos, los turistas internacionales visitaron durante la noche del evento entre 4 y 5 museos, los excursionistas 2 museos y los residentes entre 2 y 3 museos.

**Gráfica 19.** Asistencia a otros museos durante el evento



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

### 3.7.2. Motivación de asistencia al evento

Participar en la noche de museos fue la principal motivación de los residentes de la ciudad asistentes al evento (54,1%), seguido de conocer el museo (24,6%), historia y cultura (17,4%) y porque estaba cerca del museo (2,5%).

**Gráfica 20.** Motivación de asistencia a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022 de los residentes



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Para el caso de los turistas nacionales, la principal motivación para asistir al evento fue conocer el museo (60%), seguido de historia y cultura (20%) y participar en la noche de museos (20%).

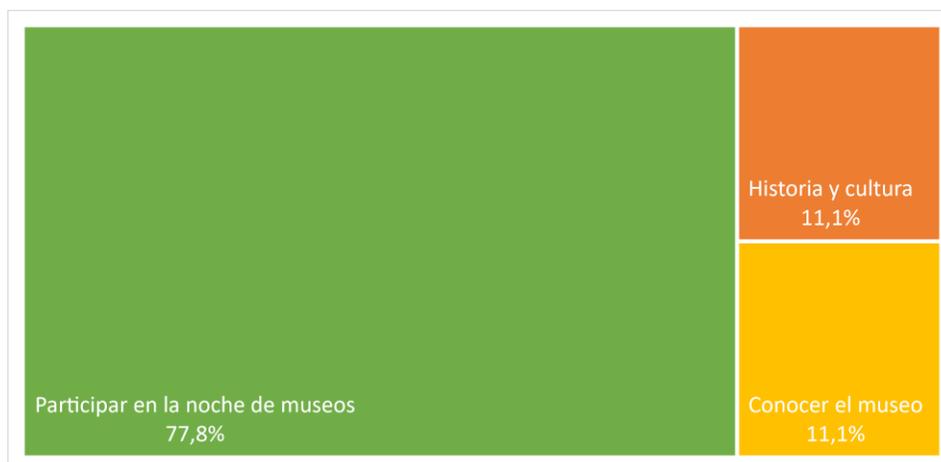
**Gráfica 21.** Motivación de asistencia a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022 de los turistas nacionales



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Para los turistas internacionales, la principal motivación de asistencia al evento fue la de participar en la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022 (77,8%), seguido de historia y cultura (11,1%) y conocer el museo (11,1%).

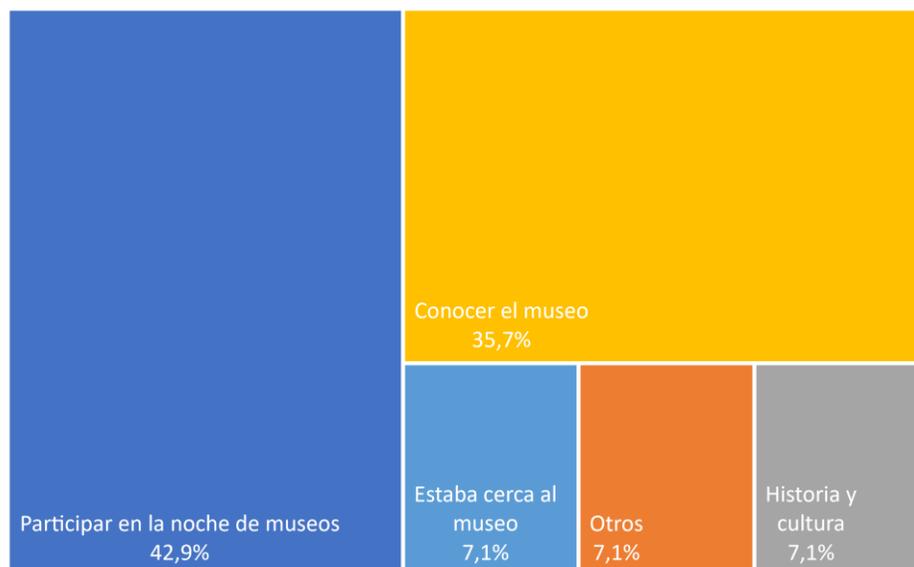
**Gráfica 22.** Motivación de asistencia a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022 de los turistas internacionales



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Para el caso de los excursionistas, el 42,9% indicó que su principal motivación fue participar en el evento y el 35,7% conocer el museo.

**Gráfica 23.** Motivación de asistencia a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022 de los excursionistas



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

### 3.7.3 Medio de transporte utilizado

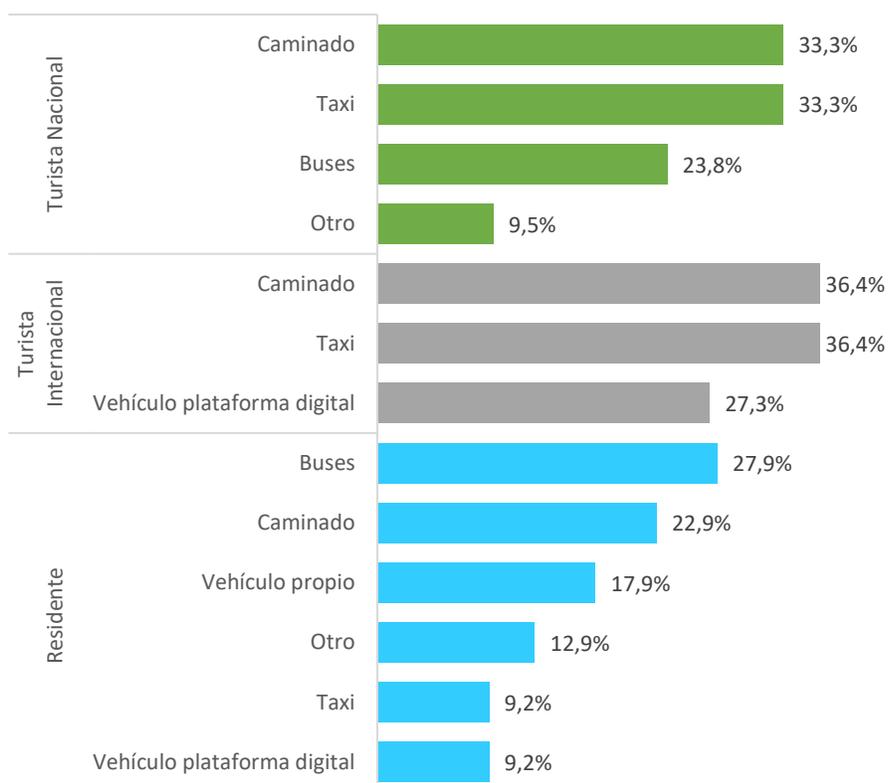
En la encuesta de la versión de 2022 de este evento, se preguntó por el medio de transporte que utilizaron los asistentes para la llegada al evento. En general, la mayoría de los asistentes se transportaron en bus (27,7%) y caminando (23,3%). Así mismo, se obtuvo un porcentaje significativo en la opción de vehículo propio (16,9%)

Para el caso específico de los residentes la mayoría optó por transportarse en bus (27,9%) y caminando (22,9%).

En cuanto a los turistas nacionales su principal medio de transporte fue en taxi (33,3%) y caminando (33,3%)

Con relación a los turistas internacionales se obtuvo como resultado que la mayoría se transportó en taxi (36,4%), caminando (36,4%) y en vehículos de alquiler por plataforma digital (27,3%), para este caso específico es importante mencionar que ningún turista internacional se transportó en bus.

**Gráfica 24.** Medio de transporte utilizado por los asistentes para llegar a la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

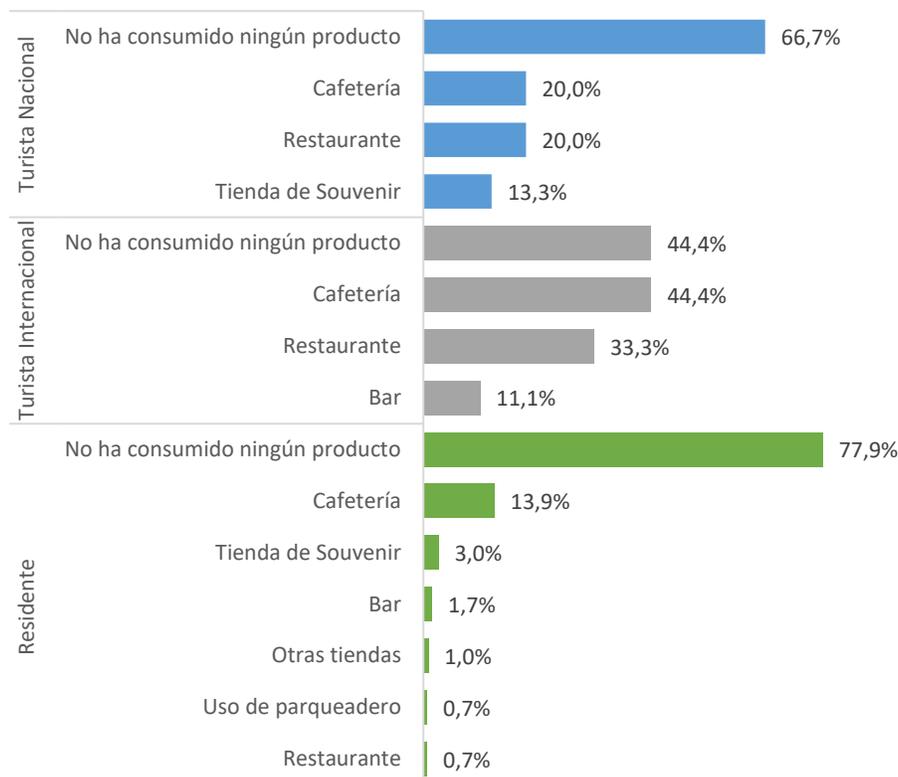
### 3.7.4. Productos adquiridos durante el evento

El 78% de los residentes informó que no consumió productos durante su visita al evento y el 14% consumió productos de la cafetería.

En cuanto a los turistas nacionales el 67% no adquirió ni consumió productos, el 40% consumió productos de cafetería y restaurante.

Para el caso de los turistas internacionales, el 44% consumió productos de cafetería, otro 44% no consumió ni adquirió productos durante el evento y 33% consumió productos de restaurante.

**Gráfica 25.** Productos adquiridos en la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

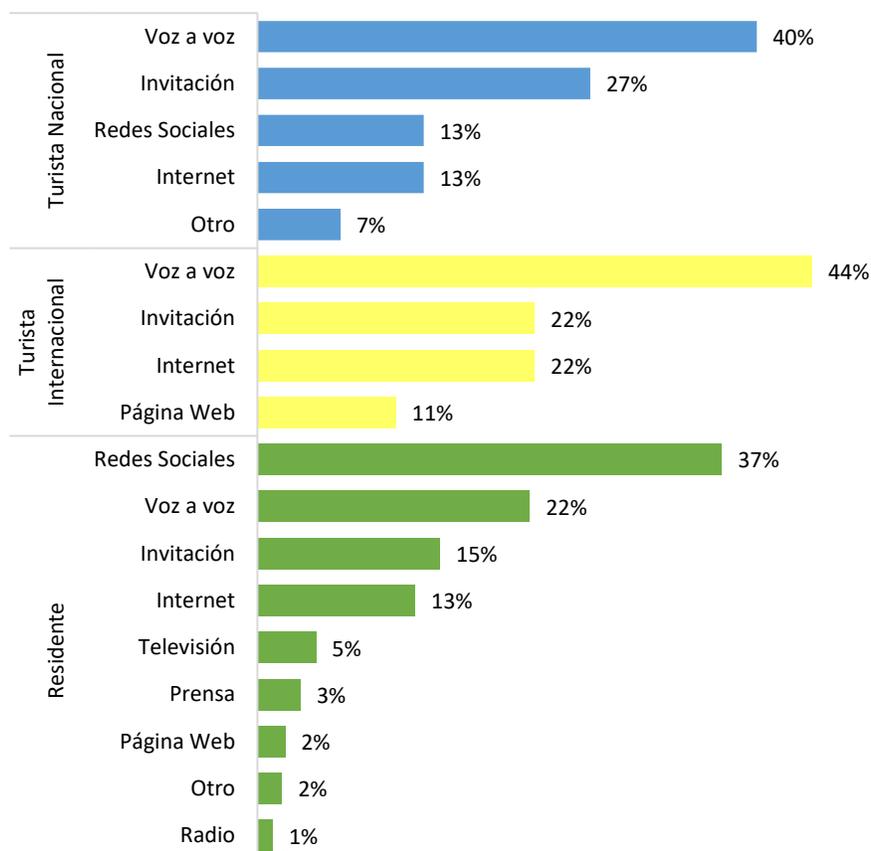
### 3.7.5. Medio de comunicación por el que se enteró del evento

De acuerdo con las respuestas de los residentes, el 37% se enteró del evento por medio de redes sociales, el 22% por voz a voz, el 15% por medio de una invitación y el 13% por internet.

El 40% de los turistas nacionales se enteraron mediante voz a voz, el 27% por medio de una invitación, el 13% por internet y otro 13% por redes sociales.

De los turistas internacionales asistentes al evento, la mayoría se enteró por medio de voz a voz (44%), el 22% por medio de invitación y otro 22% por internet.

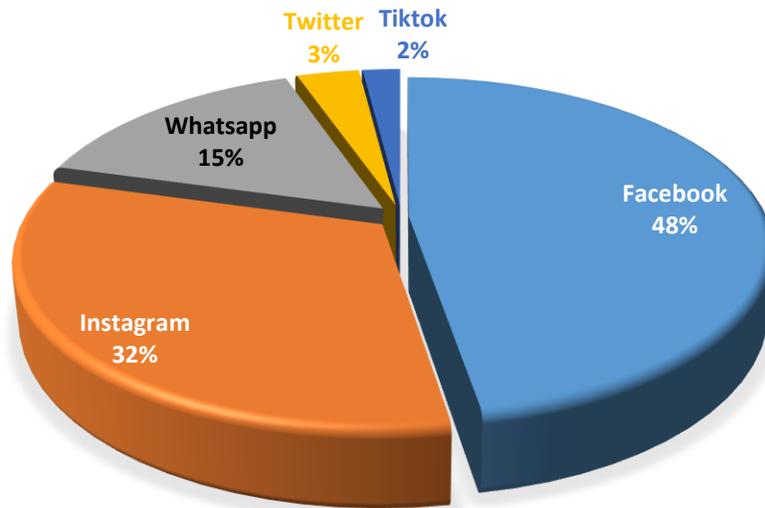
**Gráfica 26.** Medio de comunicación por el cual los asistentes se enteraron de la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

El 48% de los residentes asistentes al evento se enteraron del evento por medio de la red social de Facebook, el 32% mediante Instagram, el 15% por medio de WhatsApp, el 3% por Twitter y 2% por Tiktok.

**Gráfica 27.** Redes sociales por las cuales los residentes se enteraron de la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

### 3.7.6 Calificación de aspectos del evento

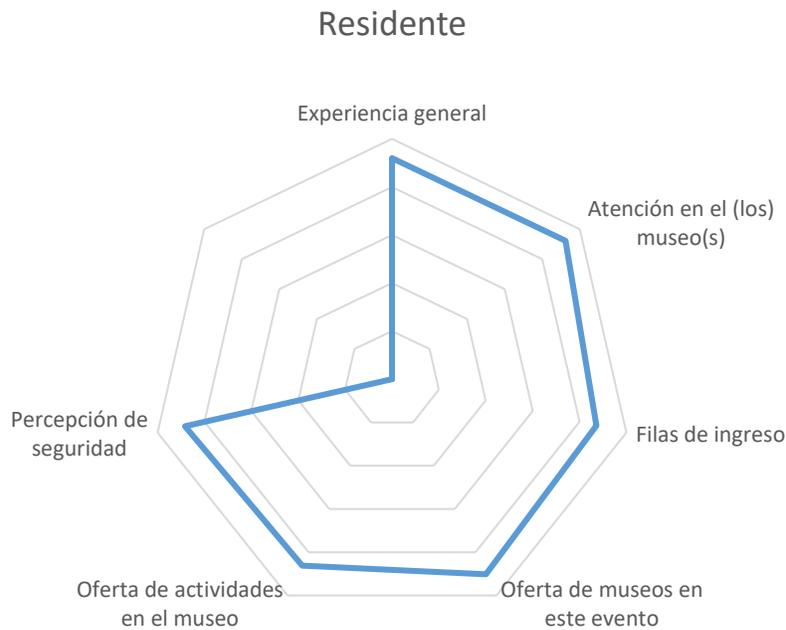
En la encuesta se les solicitó a los asistentes realizar la evaluación de cada uno de los siguientes aspectos del Festival (de 1 a 5, siendo 1 muy malo y 5 muy bueno): experiencia general, atención en el (los) museo(s), filas de ingreso, oferta de museos en este evento, oferta de actividades en el museo, percepción de seguridad.

En promedio general, la calificación de los aspectos mencionados fue superior a los 4 puntos.

Según los resultados, los residentes dieron una calificación de 4,60 puntos a la experiencia general durante su visita al evento. En cuanto a la atención en el (los) museo (s) se obtuvo como resultado que los residentes le dieron una calificación de 4,61 puntos. Así mismo, las filas de ingreso recibieron una calificación de 4,36 puntos, la oferta de museos en el evento obtuvo

calificación de 4,51 puntos, la oferta de actividades en el museo fue calificada con 4,31 puntos y la percepción de seguridad con 4,42 puntos.

**Gráfica 28.** Calificación de aspectos de los residentes sobre la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

Para el caso de los turistas nacionales, la experiencia general fue calificado con 4,89 puntos, la atención en el (los) museo (s) obtuvo una calificación de 4,78 puntos, las filas de ingreso 4,44 puntos, la oferta de museos en el evento 4,89 puntos, la oferta de actividades en el museo fue calificada con 4,88 puntos y la percepción de seguridad representó la calificación más baja con 4,11 puntos.

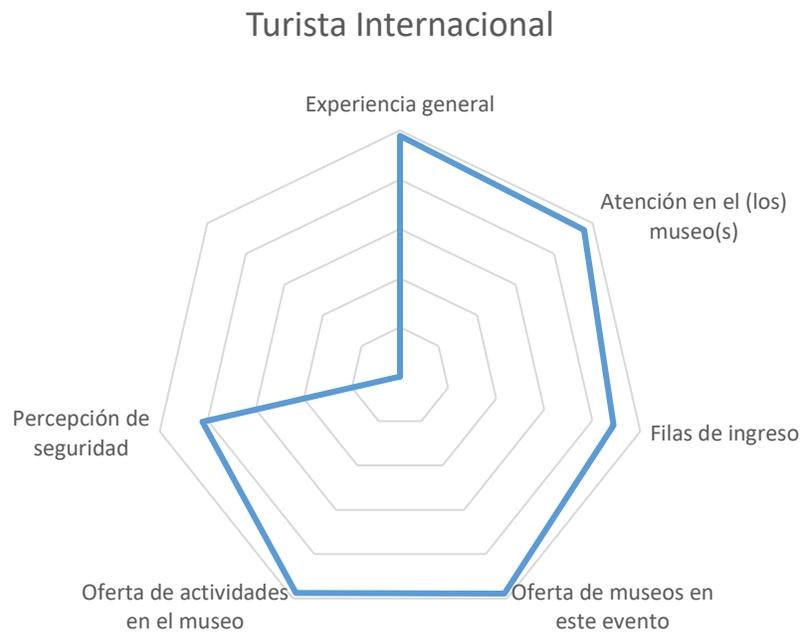
**Gráfica 29.** Calificación de aspectos de los turistas nacionales sobre la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

La calificación más alta que dieron los turistas internacionales fue para la oferta de museos en el evento con 4,79 puntos, seguido de atención en el (los) museo (s) calificada con 4,73 puntos, la experiencia en general fue calificada con 4,64 puntos, las filas de ingreso con 4,58 puntos, la percepción de seguridad con 4,50 puntos y por ultimo la oferta de actividades en el museo con una calificación de 4,36 puntos.

**Gráfica 30.** Calificación de aspectos de los turistas internacionales sobre la Segunda Noche de Museos de Bogotá 2022

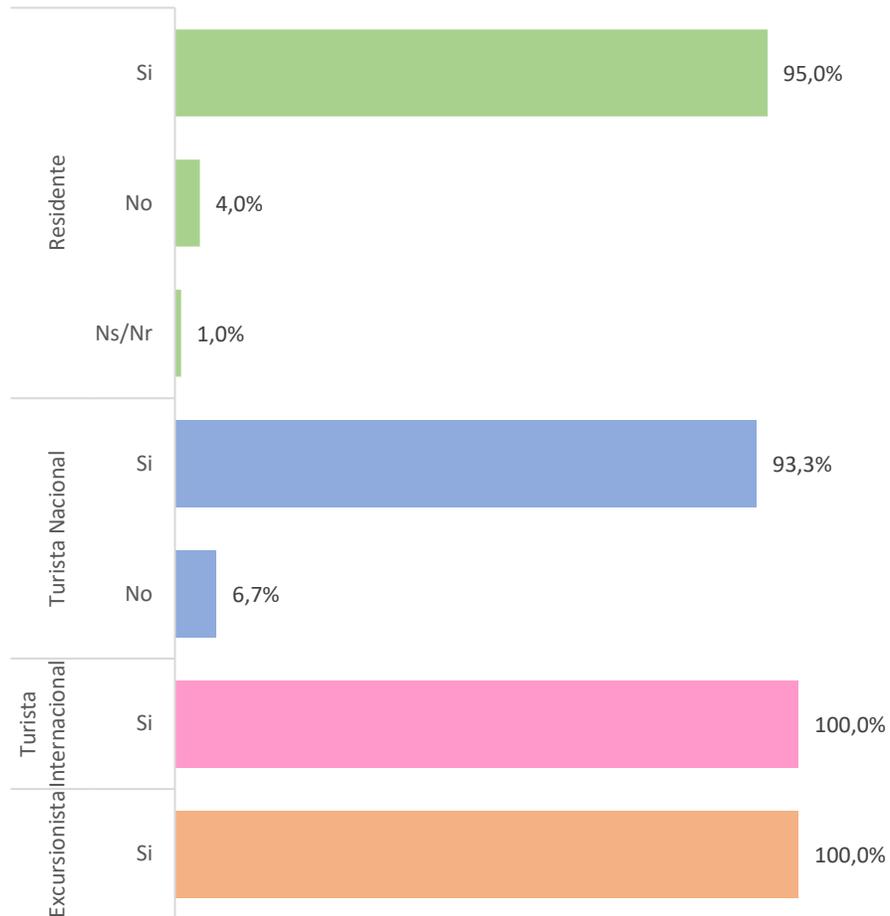


Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

**3.7.7 Asistiría nuevamente a una noche de museos**

Los residentes (95%), los turistas nacionales (93,3%), los turistas internacionales (100%), y los excursionistas (100%), a la pregunta ¿Volvería a asistir a Una Noche de Museos?, afirmaron que lo harían.

**Gráfica 31.** Volvería a asistir a una noche de museos



Fuente: IDT- Observatorio de Turismo

## 4 CONCLUSIONES

- El 91,4% de los asistentes encuestados residen en la ciudad de Bogotá, el 3,4% fueron turistas nacionales, el 2%, correspondió a turistas internacionales y el 3,2% a excursionistas.
- Los principales lugares de origen de los turistas internacionales fueron: Perú, Nueva Zelanda, México, Estados Unidos, Ecuador y Argentina.
- Más del 46% de los turistas nacionales que participaron en la Segunda Noche de Museos de Bogotá pertenecía al rango de edad de 18 a 30 años, seguido del 33,3% correspondiente al rango de edad entre los 31 a 45 años. Por otra parte, se registró una participación del 13,3% de turistas nacionales en el rango de edad entre los 46 a los 60 años y con un 6,7% mayores a 61 años.
- La motivación de viaje, el principal motivo de los turistas nacionales fue vacaciones, recreación y Ocio con un 33,3%, seguido de visita a familiares y amigos con un 20%. Así mismo, indicaron que visitaron Bogotá por negocios y motivos profesionales. Con relación a los turistas internacionales que participaron del evento, el principal motivo de viaje a Bogotá fue vacaciones, recreación y Ocio con 55,6% y visita a familiares y amigos (22,2%).
- Para los turistas internacionales, el principal lugar de hospedaje con el 66,7% fue hotel, seguido de casa propia o de familiares y/o amigos con el 22,2% y por último con un 11.1% inmueble de alquiler plataforma digital Airbnb.
- Para los turistas nacionales, la experiencia general fue calificado con 4,89 puntos, la atención en el (los) museo (s)

obtuvo una calificación de 4,78 puntos, las filas de ingreso 4,44 puntos, la oferta de museos en el evento 4,89 puntos, la oferta de actividades en el museo fue calificada con 4,88 puntos y la percepción de seguridad representó la calificación más baja con 4,11 puntos.



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE  
**TURISMO**

