



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS



ARTBO 2018

ENRIQUE PEÑALOSA LONDOÑO
Alcalde Mayor de Bogotá

JUAN MIGUEL DURÁN PRIETO
Secretario de Desarrollo Económico

JOSÉ ANDRÉS DUARTE GARCÍA
Director General
Instituto Distrital de Turismo

GABRIEL EDUARDO MORENO VELOZA
Asesor
Observatorio de Turismo

PAOLA ANDREA SÁNCHEZ PRIETO
Encargada de Investigación

CARLOS MARIO BETANCUR CHAVES
Economista

Instituto Distrital de Turismo
www.bogotaturismo.gov.co
Bogotá 2018

INTRODUCCIÓN

El Instituto Distrital de Turismo - IDT es la entidad encargada de impulsar el desarrollo económico de Bogotá, promocionando la actividad turística de la ciudad con la ejecución de políticas, planes y programas; y gestionando las mejores condiciones de competitividad y sostenibilidad, para posicionarla como destino turístico sostenible a nivel local, nacional e internacional. El Observatorio de Turismo, área misional del IDT, realiza estudios e investigaciones relacionadas con actividades turísticas que sirven de insumo para la toma de decisiones de los actores en el sector. Por tal razón, el Observatorio de Turismo realiza este documento para presentar los principales resultados de la investigación medición de eventos de ciudad Feria Internacional de Arte en Bogotá. Según la página web oficial de ARTBO, desde el 2004, la Cámara de Comercio de Bogotá organiza dicho evento- Feria Internacional de Arte de Bogotá-, que se ha consolidado como un espacio de intercambio cultural e investigación, fundamental para la promoción de la escena artística del país.

Durante cuatro días, la feria reúne en un mismo espacio, galerías nacionales e internacionales, curadores, artistas, obras de diferentes formatos y materialidades, brindándole al público una de las vitrinas culturales de más trascendencia en las artes plásticas en Colombia y convirtiéndose en el eje central del circuito artístico que tiene lugar durante el mes de octubre en Bogotá. ARTBO es la muestra de arte más grande que se realiza en el país y se ha consolidado como el evento de las artes plásticas de más trascendencia en Colombia. ARTBO mantiene una cuidadosa selección y calidad de galerías, así como también el programa experimental de secciones no comerciales que presenta. Actualmente, es una de las plataformas más importantes de intercambio cultural e investigación: su enfoque en calidad y diversidad la convierte en una de las ferias más refrescantes y arriesgadas de América Latina. Es por ese motivo que se considera una de las visitas ineludibles en el circuito del arte a nivel mundial.

Igualmente, ARTBO cuenta con un Programa de invitados internacionales que incluye entrada a una pre-inauguración e inauguración de la feria y una experiencia del arte colombiano a través de una agenda de actividades, entre las que se destaca, visitas a colecciones privadas, museos, instituciones y eventos especiales. Son invitados a este programa Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo, coleccionistas nacionales e internacionales, curadores, directores de museos e instituciones

culturales, periodistas especializados en arte y cultura, directores de ferias internacionales y profesionales del arte contemporáneo. En este documento se presenta el sondeo realizado por el Instituto Distrital de Turismo para este evento de ciudad. A continuación, los resultados.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	3
CONCEPTOS BÁSICOS	8
OBJETIVOS	9
a. Objetivo General	9
b. Objetivos específicos.....	9
METODOLOGÍA.....	9
RESULTADOS.....	10
CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LOS ASISTENTES	10
Lugar de Residencia Asistentes	10
Genero de los asistentes.....	10
Edad de los asistentes	11
Educación de los asistentes.....	12
CARACTERIZACIÓN DE LOS RESIDENTES	12
Localidad de residencia.....	12
Género Residentes	13
Edad de los residentes	14
CARACTERIZACIÓN DE LOS NO RESIDENTES.....	14
Lugar de residencia de no residentes	14
Genero de no residentes.....	15
Edad de no residentes	15
Educación de no residentes.....	16
Motivo de viaje de no residentes.....	16
Actividades realizadas en Bogotá por no residentes	17
Gasto de los no residentes.....	18
Perfil de los no residentes.....	18
Número de versiones de ARTBO que ha asistido los turistas nacionales	18
Tipo de arte de interés para los no residentes	19
Ferias que han asistido los no residentes	20
No residentes que compraron arte en el último año.....	20
Compras en ARTBO de no residentes.....	21
Calificación promedio de aspectos generales en ARTBO por no residentes	21

Calificación promedio de otros aspectos en ARTBO por no residentes	22
Participación de actividades de ARTBO en el año 2017 de no residentes.....	23
Fuente por la cual se enteraron del evento los no residentes	23
Conocimiento de ARTBO como programa de la cámara de comercio de Bogotá por parte de los no residentes.....	24
CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS	24
CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES	24
Lugar de residencia de los turistas nacionales	24
Genero de los turistas nacionales.....	25
Edad de los turistas nacionales.....	25
Educación de los turistas nacionales.....	26
Motivo de viaje de los turistas nacionales.....	27
Principal lugar de alojamiento de los turistas nacionales.....	27
Actividades realizadas por los turistas nacionales	28
Gasto de los turistas nacionales	29
Perfil de los turistas nacionales.....	29
Número de versiones de ARTBO que han asistido los turistas nacionales.....	29
Tipo de arte de interés de los turistas nacionales.....	30
Ferias que han asistido los turistas nacionales.....	30
Turistas nacionales que compraron arte en el último año	31
Gasto en arte el último año de turistas nacionales.....	32
Compra en ARTBO de Turistas nacionales	32
Calificación promedio de aspectos generales en ARTBO de turistas nacionales	32
Calificación promedio de otros aspectos en ARTBO de turistas nacionales.....	33
Participación de actividades de ARTBO en el año 2017 de turistas nacionales..	34
Fuente por la cual se enteraron del evento los turistas nacionales.....	34
Conocimiento de ARTBO como programa de la cámara de comercio de Bogotá por parte de los turistas nacionales	35
CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES	36
Lugar de residencia de los turistas internacionales	36
Genero de los turistas internacionales.....	36
Edad de los turistas internacionales	37
Educación de los turistas internacionales	37

Motivo de viaje de los turistas internacionales.....	38
Principal lugar de alojamiento de los turistas internacionales	38
Actividades realizadas por los turistas internacionales.....	39
Gasto de los turistas internacionales.....	40
Perfil de los turistas internacionales.....	40
Número de versiones de ARTBO que han asistido los turistas internacionales	40
Tipo de arte de interés de los turistas internacionales	41
Ferias que han asistido los turistas internacionales	41
Turistas internacionales que compraron arte en el último año.....	42
Gasto en arte el último año de turistas internacionales.....	43
Calificación promedio de aspectos generales en ARTBO de los turistas internacionales	43
Calificación promedio de otros aspectos en ARTBO de los turistas internacionales	43
Participación de actividades de ARTBO en el año 2017 de turistas internacionales	44
Fuente por la cual se enteraron del evento los turistas internacionales.....	45
Conocimiento de ARTBO como programa de la cámara de comercio de Bogotá por parte de los turistas internacionales.....	45
CONCLUSIONES.....	46

CONCEPTOS BÁSICOS

Visitante (o no residente): Un visitante (puede ser turista o excursionista) es también conocido como “no residente”, y se refiere a una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (Naciones Unidas, 2008, párrafo 2.9).

Turista (o visitante que pernocta): Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (Naciones Unidas, 2008, párrafo 2.13).

Motivo (principal) de un viaje turístico: El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar (RIET, 2008, párrafo 3.10). La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera) (Naciones Unidas, 2008, párrafo 3.14).

Lugar de residencia habitual: El lugar de residencia habitual es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente, y se define por la ubicación de su vivienda principal (Naciones Unidas, 2008, párrafos 2.20 a 2.24).

Entorno habitual: El entorno habitual de una persona, concepto clave en turismo, se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales (Naciones Unidas, 2008, párrafo 2.21).

Gasto turístico: El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (Naciones Unidas, 2008, párrafo 4.2).

Grupo de viaje: Un grupo de viaje se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo (Naciones Unidas, 2008, párrafo 3.2).

OBJETIVOS

a. Objetivo General

Caracterizar y cuantificar a los asistentes a la Feria Internacional de Arte de Bogotá 2018 (ARTBO 2018) y conocer su percepción sobre dicho evento.

b. Objetivos específicos

- ✓ Identificar el origen y la principal motivación para asistir a la feria.
- ✓ Preguntar por el nivel de satisfacción de los asistentes, con relación a la organización del evento y la calidad de los servicios ofrecidos.
- ✓ Caracterizar el gasto en consumo realizado por los turistas durante la feria.

METODOLOGÍA

No probabilístico a través de sondeo.

El sondeo es una metodología de encuestas que se aplica, en general, con el fin de conocer la opinión pública sobre un tema en específico. Las unidades de observación fueron los asistentes a la Feria Internacional de Arte de Bogotá 2018. Las encuestas fueron lideradas por el equipo de campo del Observatorio de Turismo. Los resultados que se exponen a continuación, hacen parte de una batería de preguntas formuladas en un formulario aplicado por el Observatorio de Turismo.

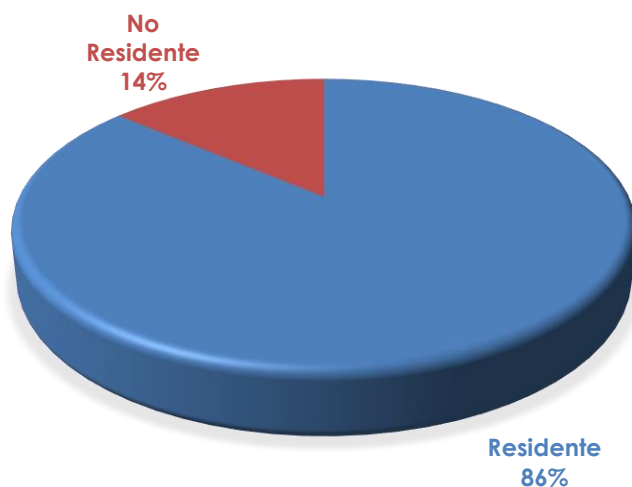
RESULTADOS

CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LOS ASISTENTES

Lugar de Residencia Asistentes

En el evento ARTBO 2018 fueron encuestadas 408 personas, de las cuales 352 (86%) eran residentes de la ciudad y 56 (14%) no residentes.

Gráfica 1. Lugar de residencia

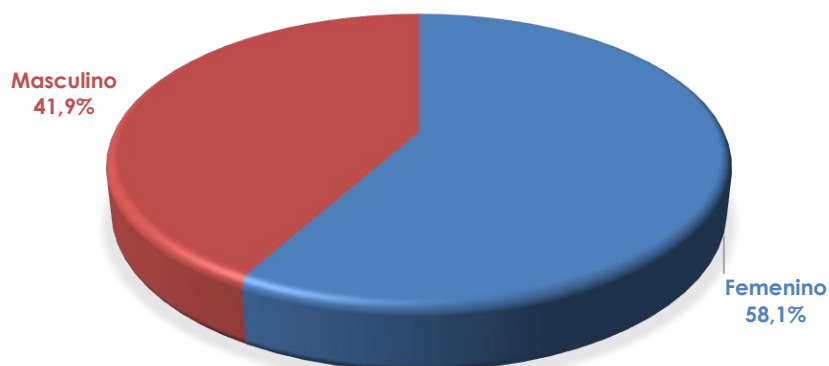


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Genero de los asistentes

El 41,9% de los encuestados durante el evento pertenece al género masculino, mientras que el 58,1% pertenece al género femenino. Los resultados muestran el gran interés por parte de las mujeres a este tipo de eventos.

Gráfica 2. Género de los asistentes

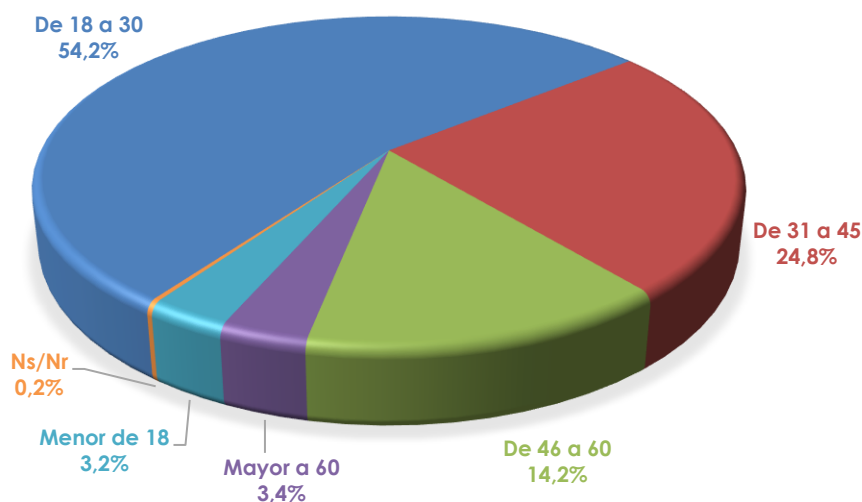


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Edad de los asistentes

En cuanto a la edad de los asistentes al evento, el rango entre 18 y 30 años de edad, fue el que mayor participación con el 54,2%. El 24,8% de los encuestados afirmó tener entre 31 y 45 años y el 14,2% entre 46 y 60 años.

Gráfica 3. Edad de los asistentes

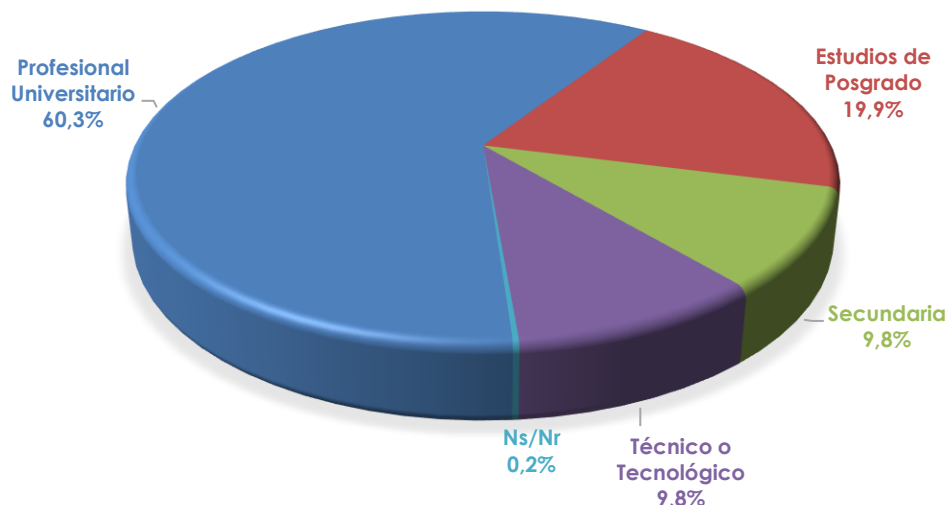


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Educación de los asistentes

Por el lado de la educación se aprecia el gusto de este tipo de eventos en la gente con una buena educación, siendo en su mayoría profesionales universitarios representando el 60,3% de los encuestados, seguido de las personas con estudios de posgrado con el 19,9%. Ambos grupos equivalen al 80% de los encuestados.

Gráfica 4. Educación de los asistentes



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

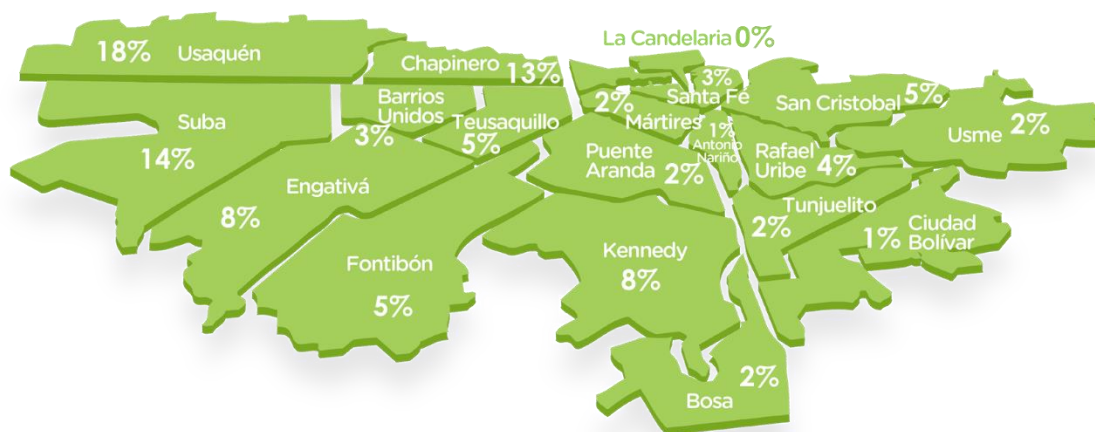
CARACTERIZACIÓN DE LOS RESIDENTES

De las 408 personas encuestadas, 352 (86%) eran residentes de la ciudad.

Localidad de residencia

Según la encuesta, el lugar habitual de residencia de los asistentes que afirmaron ser de Bogotá, se encontró mayor participación de los residentes de la localidad de Usaquén (18%), seguido de Suba (14%), Chapinero (13%), Kennedy y Engativá (8%), San Cristóbal, Teusaquillo y Fontibón (5%).

Gráfica 5. Localidad de residencia

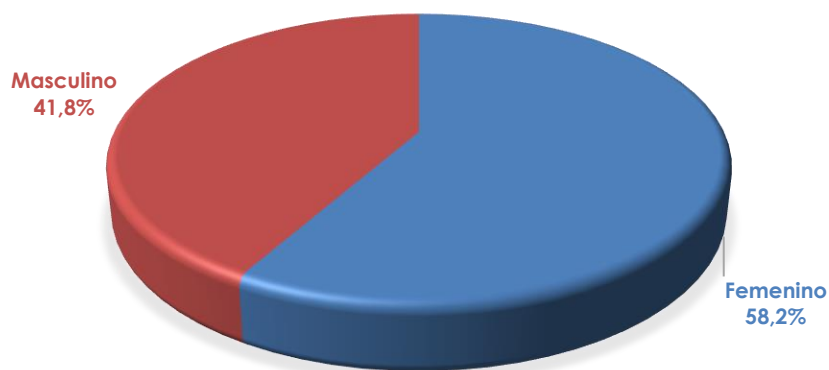


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Género Residentes

Respecto al género de los asistentes residentes, se distribuyó de la siguiente manera: 41,8% hombres y 58,2% mujeres.

Gráfica 6. Género Residentes

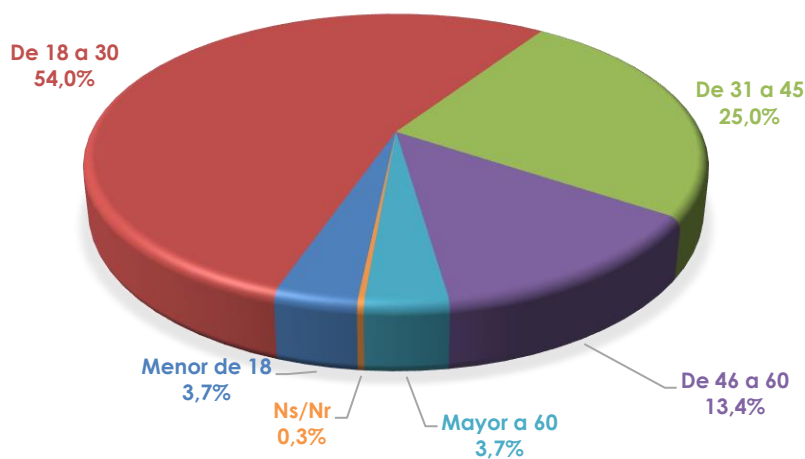


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Edad de los residentes

El rango de edad al que pertenecía la mayor cantidad de asistentes residentes, fue de 18 a 30 años, mostrando un poco más del 50%, el 25% afirmó tener entre 31 y 45 años de edad, el 13,4% de 40 a 60 años de edad, solo el 3,7% pertenecían al grupo de personas menores de 18 y a los mayores de 60 años.

Gráfica 7. Edad residentes



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

CARACTERIZACIÓN DE LOS NO RESIDENTES

Los no residentes encuestados fueron 56 de los cuales 49 (87,5%) eran turistas y 7 (12,5%) excursionistas.

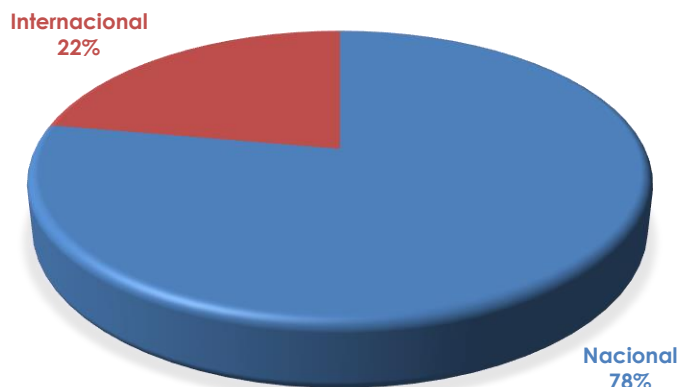
Lugar de residencia de no residentes

El 78% de los no residentes encuestados (42) afirmó tener su residencia en el extranjero, y el 22% nacional (12) (Los 2 no residentes restantes no respondieron su lugar de residencia).

Los países con mayor participación fueron: Perú (25%), España (16,7%) y Francia (16,7%), Brasil, Estados Unidos, Inglaterra, Italia y México contaron con la misma participación (8,3%).

Con respecto a los No Residentes nacionales, se destacaron las siguientes ciudades: Cali (21,4%), Medellín (19%), Barranquilla (16,7%), Chía (9,5%) e Ibagué (9,5%).

Gráfica 8. Lugar de residencia de no residentes

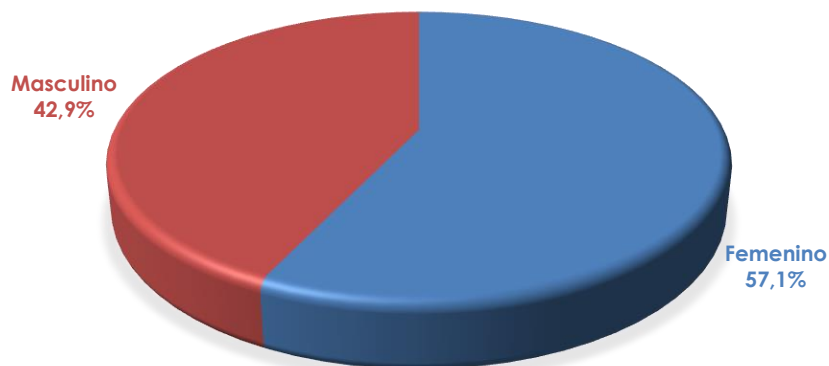


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Genero de no residentes

La mayoría de los encuestados no residentes fueron mujeres, llegando a ser el 57,1% mientras que los hombres representaron el 42,9%.

Gráfica 9. Genero de no residentes

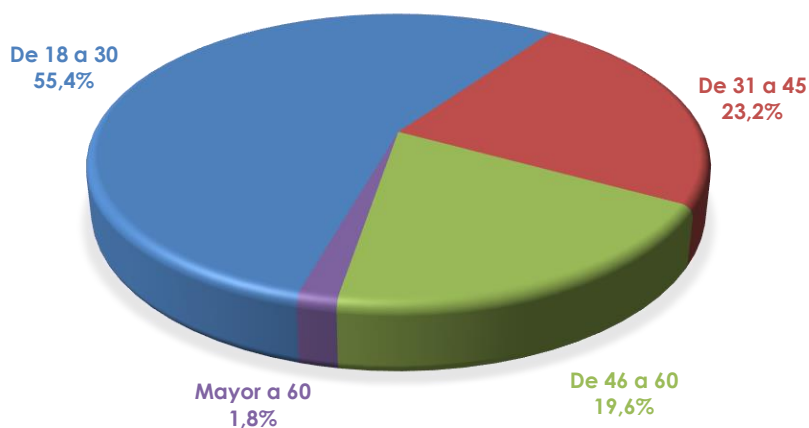


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Edad de no residentes

La edad de los no residentes en su mayoría fue de 18 a 30 años representando más de la mitad de dicha subpoblación con el 55,4%, seguido de las personas con edades entre 31 a 45 años con el 23,2%.

Gráfica 10. Edad de no residentes

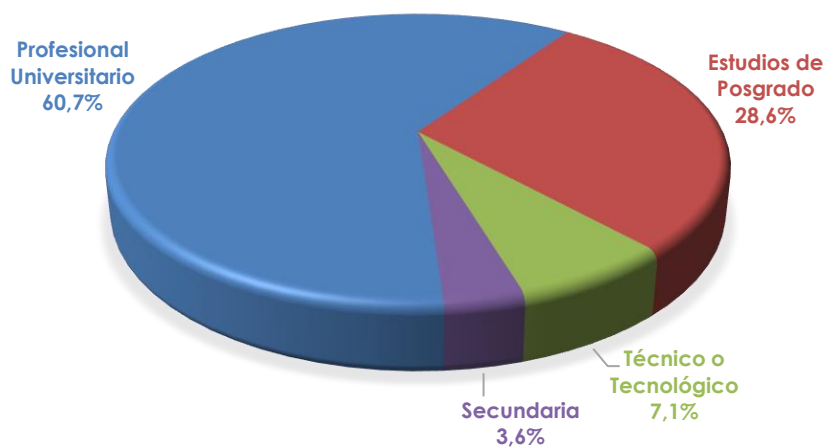


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Educación de no residentes

La mayoría de los no residentes eran profesionales universitarios, siendo más del 60%, y las personas con estudios de posgrado representaron el 28,6%.

Gráfica 11. Educación de no residentes



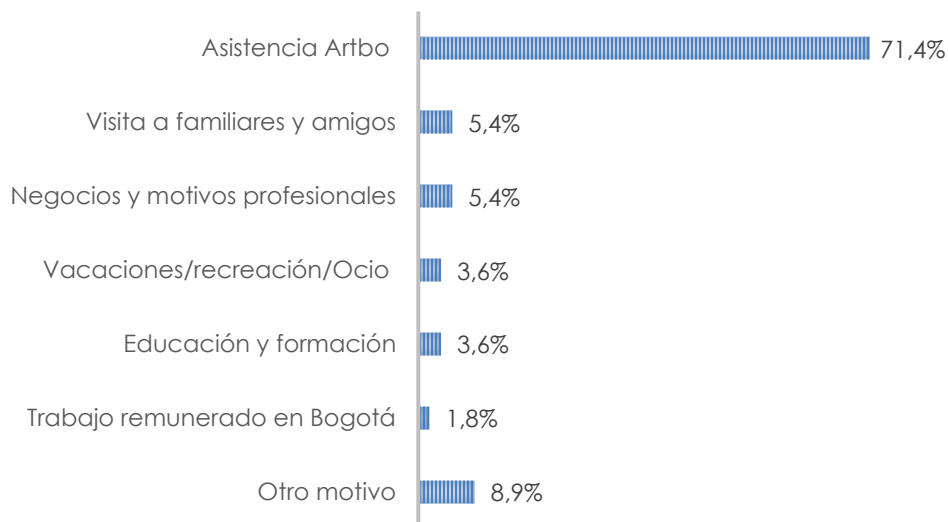
Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Motivo de viaje de no residentes

El principal motivo de viaje de los no residentes al evento, fue la asistencia a ARTBO, con un 71,4%, seguido de visita a familiares y amigos y negocios y

motivos profesionales ambos con el 5,4%. Estos 3 motivos explican más del 80% del motivo de viaje de los no residentes encuestados.

Gráfica 12. Motivo de viaje de no residentes

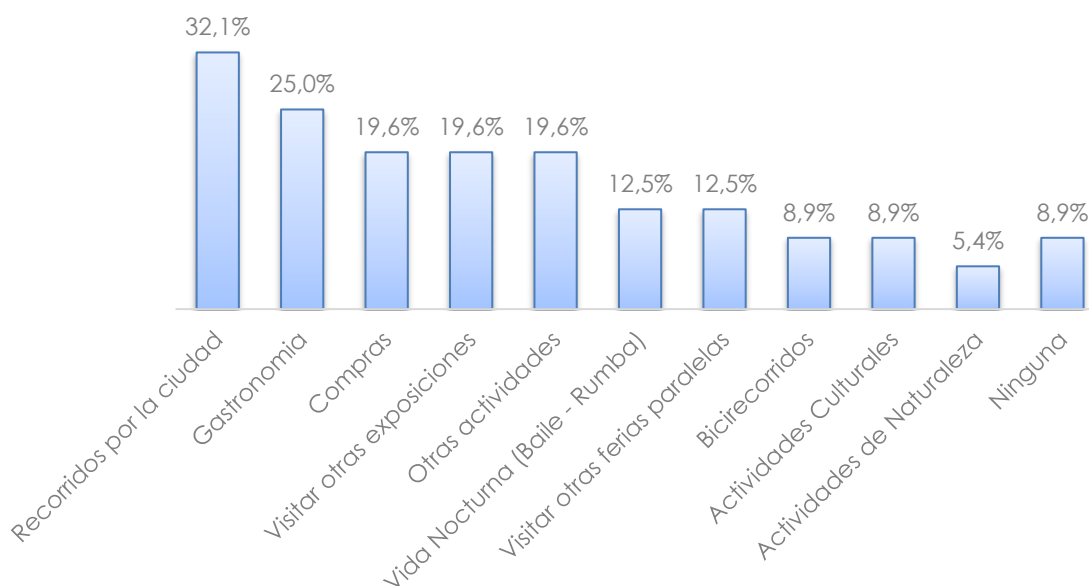


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Actividades realizadas en Bogotá por no residentes

Las actividades preferidas que realizaron o pensaban realizar los no residentes fueron: recorridos por la ciudad, gastronomía, compras y visitar otras exposiciones.

Gráfica 13. Actividades realizadas en Bogotá no residentes



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

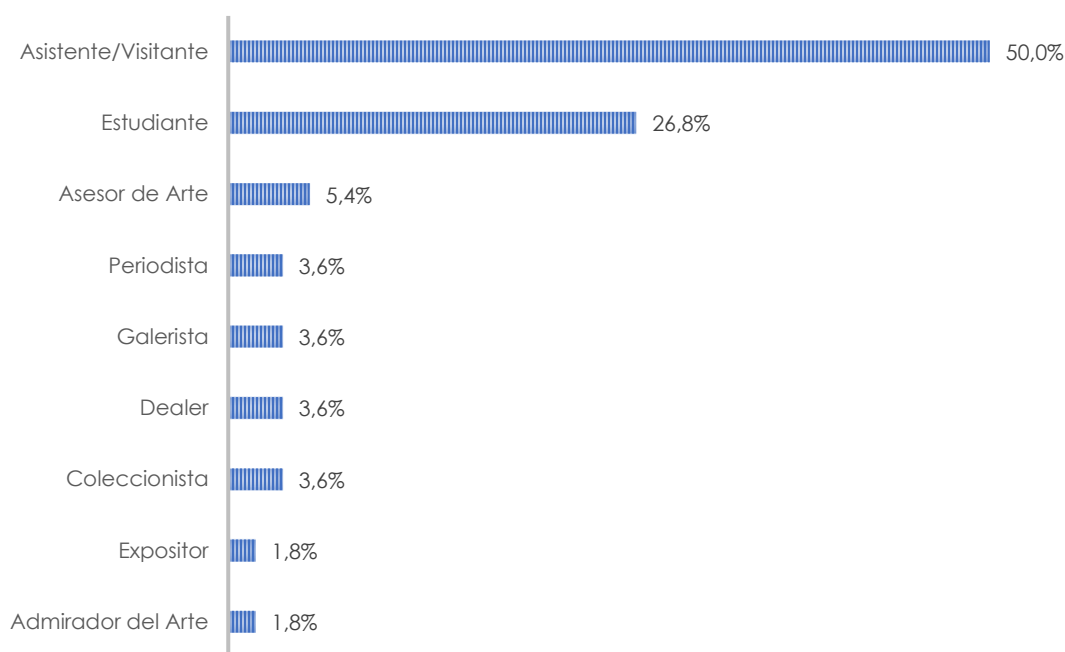
Gasto de los no residentes

Los no residentes encuestados que hicieron gastos en su estadia en Bogotá representaron el 67,9% del total de dicha subpoblación, con un gasto por persona aproximado de \$776.300.

Perfil de los no residentes

La mitad de los no residentes encuestados eran asistentes casuales que asistieron al evento, siendo el 50% del total, un 26,8% eran estudiantes, entre estos 2 grupos se concentra cerca del 80% de dicha subpoblación.

Gráfica 14. Perfil no residentes

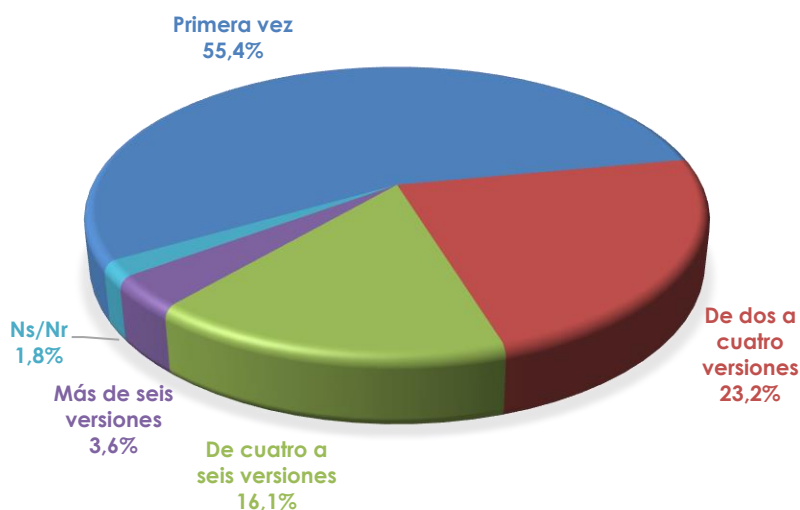


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Número de versiones de ARTBO que ha asistido los turistas nacionales

Mas de la mitad de los no residentes encuestados, el 55,4%, asistieron a ARTBO por primera vez, mientras que el 23,2% han asistido de 2 a 4 versiones, entre estos 2 se encuentra más del 80% del total de los no residentes.

Gráfica 15. Número de versiones de ARTBO que ha asistido turistas nacionales

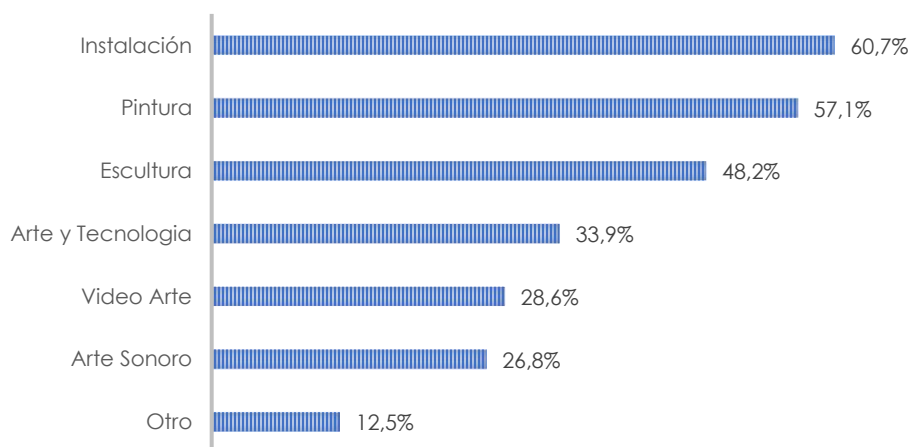


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Tipo de arte de interés para los no residentes

El tipo de arte que más les interesa a los no residentes es el de instalación, el cual le interesa al 60,7% de dichas personas encuestadas, la pintura es el segundo en interés con el 57,1% y la tercera que más gusta es la escultura con el 48,2%.

Gráfica 16. Tipo de arte de interés no residentes

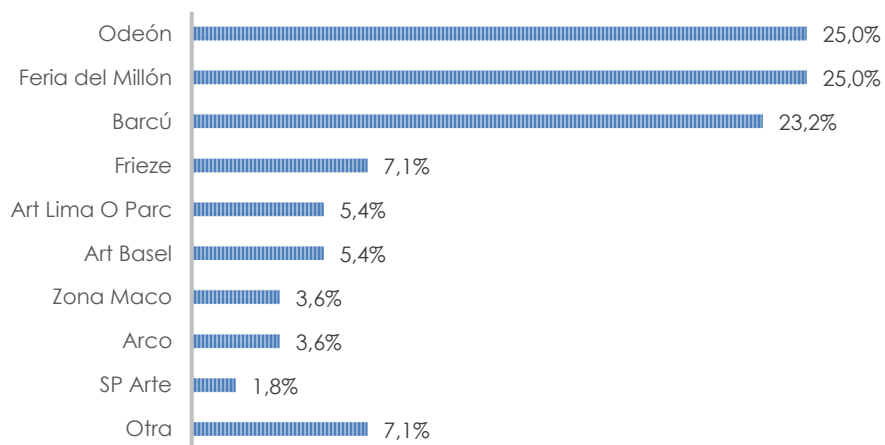


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Ferias que han asistido los no residentes

En cuanto a las ferias que han asistido los no residentes entrevistados se destaca la Odeón y Feria del Millón, a las cuales han asistido el 25% de dicha subpoblación encuestada, seguida de la feria Barcú con el 23,2%.

Gráfica 17. Ferias que han asistido no residentes

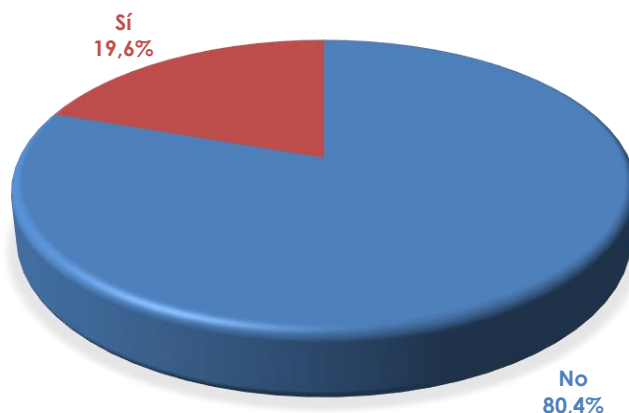


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

No residentes que compraron arte en el último año

De los no residentes encuestados el 19,6% realizaron compras de arte en el último año, más adelante se desagregará el número de compras y el gasto de dichas obras.

Gráfica 18. No residentes que compraron arte en el último año

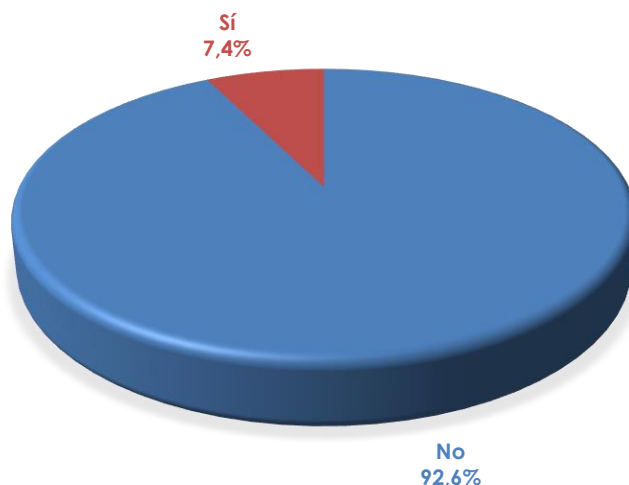


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Compras en ARTBO de no residentes

En cuanto a las compras que realizaron los no residentes en ARTBO, de los encuestados el 7,4% realizaron alguna compra de arte. Mas adelante se desagregará el numero de compras y el gasto de dichas obras.

Gráfica 19. Compras en ARTBO no residentes



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Calificación promedio de aspectos generales en ARTBO por no residentes

Los no residentes encuestados, a los cuales se les pidió dar una calificación de 1 a 7 (siendo 1 muy malo y 7 muy bueno) los aspectos generales de ARTBO, resultando en un puntaje promedio general de 6,2 (muy bueno), siendo Arte Cámara lo que mas les gusto con una nota de 6,46 y la que menos el Libro de Artista con un 5,97 de promedio de calificación, lo cual demuestra su agrado con dichos aspectos de la feria.

Tabla 4. Calificación promedio no residentes aspectos generales ARTBO

NO RESIDENTES	Calificación Promedio
Arte Cámara	6,46
Referentes	6,27
Articularte	6,27
Sección principal	6,22
Foro	6,21
Sitio	6,15
Proyectos	6,03
Libro de Artista	5,97
Promedio general	6,20

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Calificación promedio de otros aspectos en ARTBO por no residentes

Adicionalmente, a los no residentes encuestados, se les pidió dar una calificación de 1 a 7 (siendo 1 muy malo y 7 muy bueno) a otros aspectos de ARTBO, en este caso la nota general promedio fue de 6,28, lo cual significa que también les gustó la feria en dichos aspectos, siendo el que más agrado el aseo con un puntaje promedio de 6,71 y la que menos fue la oferta gastronómica con 5,54 puntos.

Tabla 5. Calificación promedio no residentes otros aspectos ARTBO

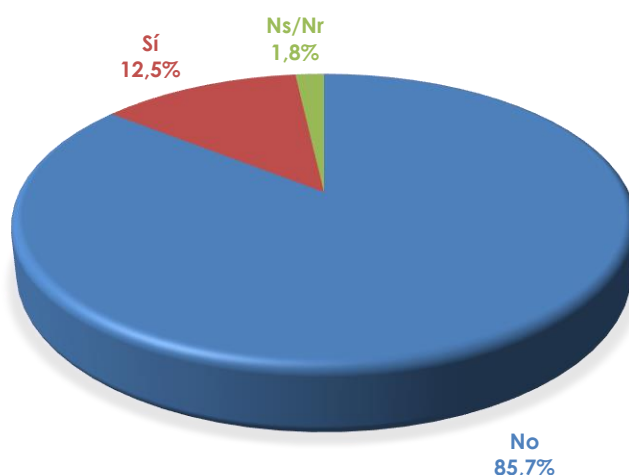
NO RESIDENTES	Calificación Promedio
Aseo	6,71
Logística	6,57
Oferta Artística de las Secciones	6,48
Inauguración	6,39
Ambientación	6,30
Señalización	6,28
Catálogo Nuevos Coleccionistas	6,24
Visitas Comentadas	6,00
Oferta Gastronómica	5,54
Promedio general	6,28

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Participación de actividades de ARTBO en el año 2017 de no residentes

Los no residentes encuestados que participaron en el año 2017 de actividades de ARTBO fueron el 12,5%, el 1,8% no suministraron información.

Grafica 20. Participación de actividades de ARTBO en el año 2017 no residentes



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Fuente por la cual se enteraron del evento los no residentes

Los no residentes encuestados se enteraron principalmente vía voz a voz e internet, con el 39,3% y 25% respectivamente, mientras que el 17,9% se enteraron por las redes sociales.

Tabla 6. Fuente por la cual se enteraron del evento no residentes

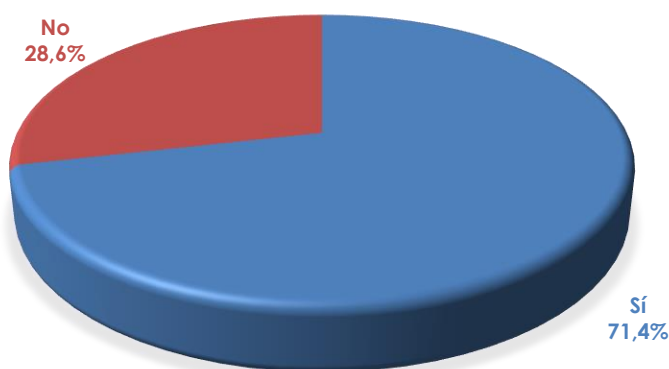
Fuente	No Residentes	Part %
Voz a Voz	22	39,3%
Internet	14	25,0%
Redes Sociales	10	17,9%
Prensa	6	10,7%
Invitación	4	7,1%
Pendones	3	5,4%
Página Web	2	3,6%
Eucles	1	1,8%
Otro	3	5,4%

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Conocimiento de ARTBO como programa de la cámara de comercio de Bogotá por parte de los no residentes

Finalmente, el 71,4% de los no residentes saben que ARTBO es un programa de la Cámara de Comercio de Bogotá, mientras que el restante 28,6% no lo sabían.

Grafica 21. ¿Saben que ARTBO es un programa de la cámara de comercio de Bogotá? No residentes



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS

Se encuestaron 49 turistas, quienes afirmaron que se alojaron en Bogotá por lo menos 1 noche. De los 49 turistas 35 (71,4%) son nacionales, 12 (24,5%) internacionales y los 2 (4,1%) restantes no dijeron su lugar de residencia.

CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES

Lugar de residencia de los turistas nacionales

Los turistas nacionales provenían principalmente de Cali (22,9%), Medellín (22,9%), Barranquilla (20%) e Ibagué (9,5%).

Tabla 7. Lugar de residencia turistas nacionales

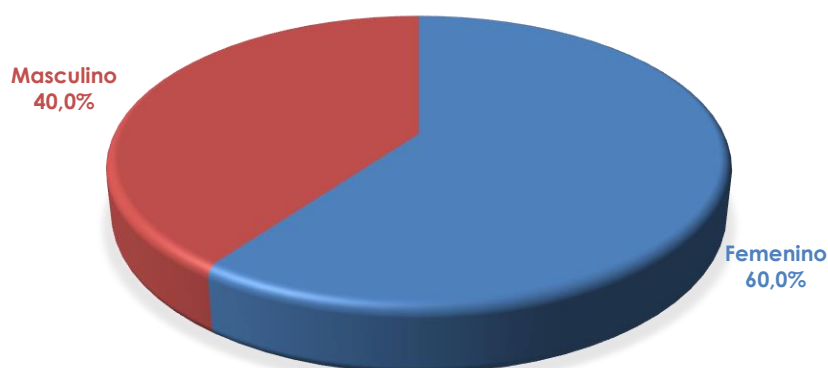
Ciudad	Cantidad Turistas	Part %
Cali	8	22,9%
Medellín	8	22,9%
Barranquilla	7	20,0%
Ibagué	4	11,4%
Armenia	1	2,9%
Bucaramanga	1	2,9%
Cartagena de Indias	1	2,9%
La Calera	1	2,9%
Mocoa	1	2,9%
Pacho	1	2,9%
Pereira	1	2,9%
Villavicencio	1	2,9%
Total general	35	100%

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Genero de los turistas nacionales

Los turistas nacionales de género femenino son las de mayor participación, con el 60% mientras que el restante 40% fueron de género masculino.

Gráfica 22. Genero turistas nacionales



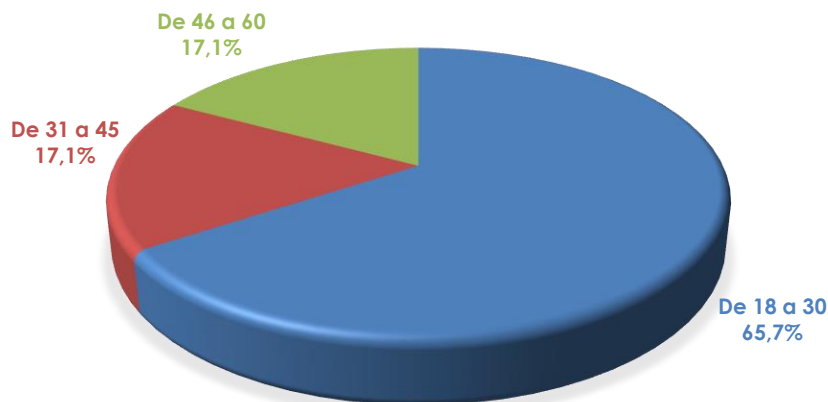
Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Edad de los turistas nacionales

Las personas jóvenes, de edades entre los 18 y 30 años predominaron los turistas nacionales encuestados con el 65,7%, el restante se lo dividen entre

las personas de 31 a 45 años y las de 45 a 60 años cada grupo con una representación del 17,1%.

Gráfica 23. Edad turistas nacionales

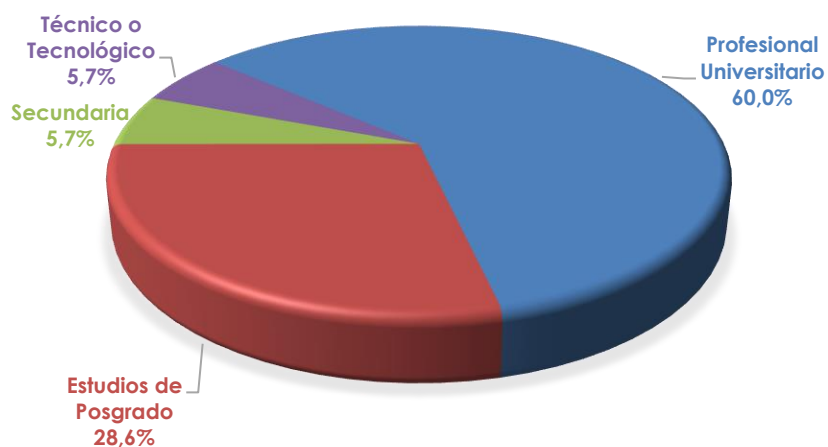


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Educación de los turistas nacionales

Los profesionales universitarios representan más de la mitad de los turistas nacionales encuestados, con un 60%, seguidos de los turistas con estudios de posgrado representando estos el 28,6%, el restante se lo reparten entre las personas con estudios de técnico o tecnológico y secundaria, cada uno con 5,7% de participación.

Gráfica 24. Educación turistas nacionales

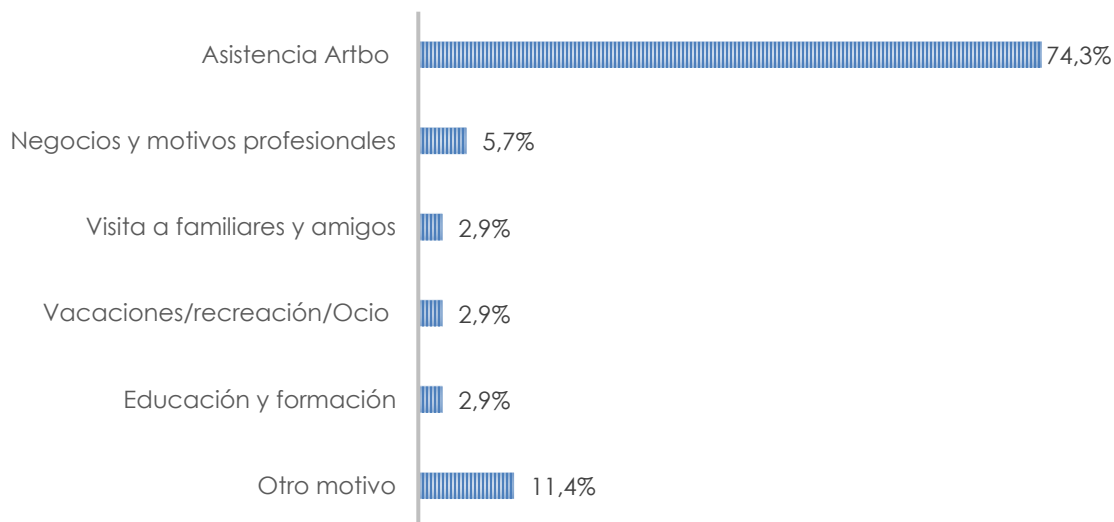


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Motivo de viaje de los turistas nacionales

El principal motivo de viaje de los turistas nacionales fue la asistencia a ARTBO 2018 representando casi el 75%, los negocios y motivos profesionales le siguieron con el 5,7%.

Gráfica 25. Motivo de viaje turistas nacionales

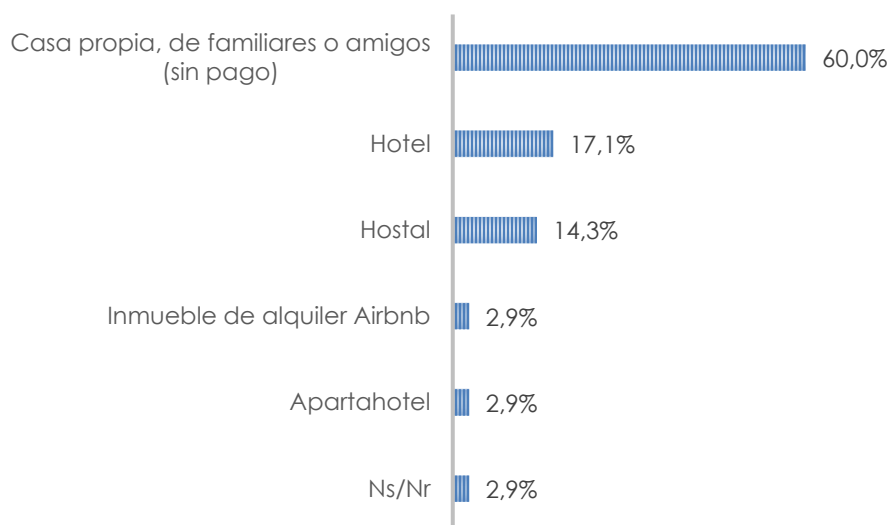


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Principal lugar de alojamiento de los turistas nacionales

Los principales lugares de alojamiento de los turistas nacionales que asistieron al evento fueron, en primera medida la casa propia, de familiares o amigos (sin pago) con una representación del 60%, seguido de hoteles con el 17,1%, y hostales con el 14,3%.

Gráfica 26. Principal lugar de alojamiento turistas nacionales

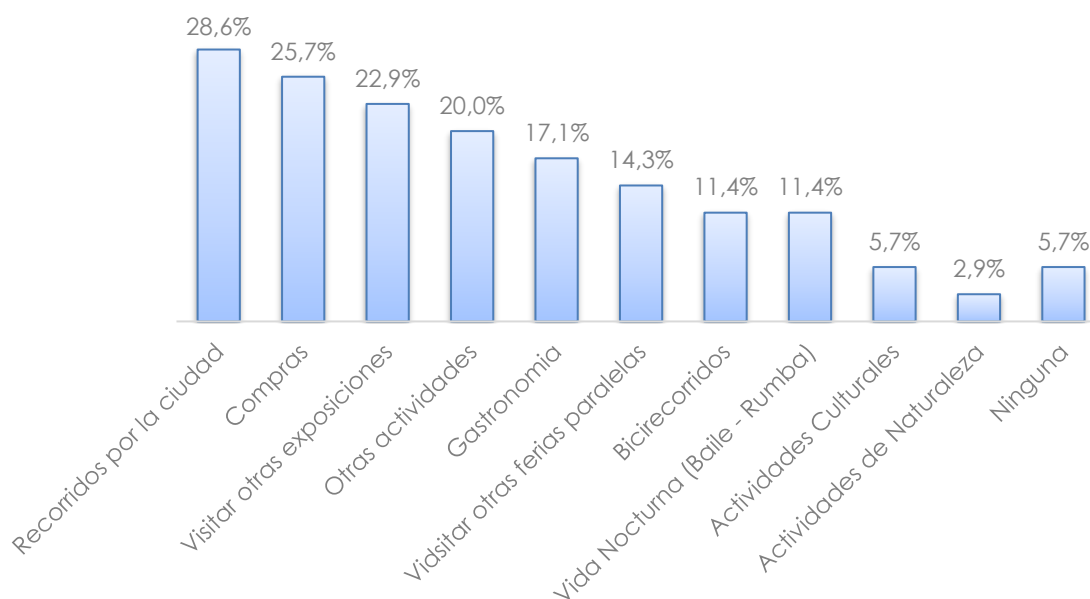


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Actividades realizadas por los turistas nacionales

Las principales actividades realizadas por los turistas nacionales son los recorridos por la ciudad, de las cuales el 28,6% de dichos turistas realizaron, el 25% realizaron compras y la tercera actividad más realizada fue la visita a otras exposiciones con el 22,9%.

Gráfica 27. Actividades realizadas turistas nacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

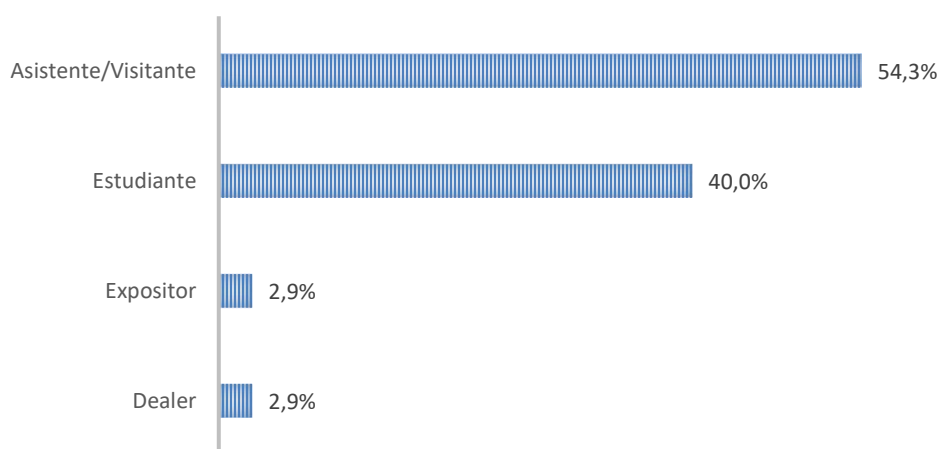
Gasto de los turistas nacionales

Los turistas nacionales encuestados que hicieron gastos en su estadía en Bogotá representaron el 77,1% del total de dicha subpoblación, con un gasto por persona aproximado de \$541.111.

Perfil de los turistas nacionales

Más de la mitad de los turistas nacionales encuestados eran asistentes casuales que asistieron al evento, siendo el 54,3% del total, un 40% eran estudiantes, entre estos 2 grupos se concentra más del 90% de dicha subpoblación.

Gráfica 28. Perfil turistas nacionales

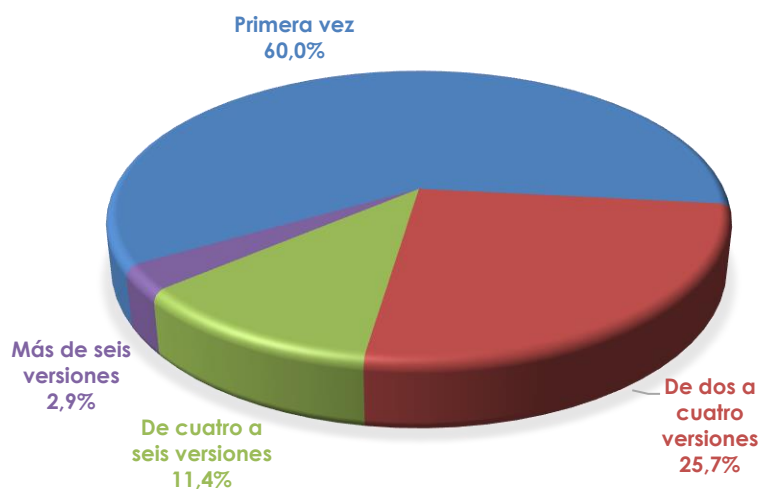


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Número de versiones de ARTBO que han asistido los turistas nacionales

Más de la mitad de los turistas nacionales encuestados, el 60%, asistieron a ARTBO por primera vez, mientras que el 25,7% han asistido de 2 a 4 versiones, entre estos 2 se encuentra más del 80% del total de los turistas nacionales.

Gráfica 29. Número de versiones de ARTBO que ha asistido turistas nacionales

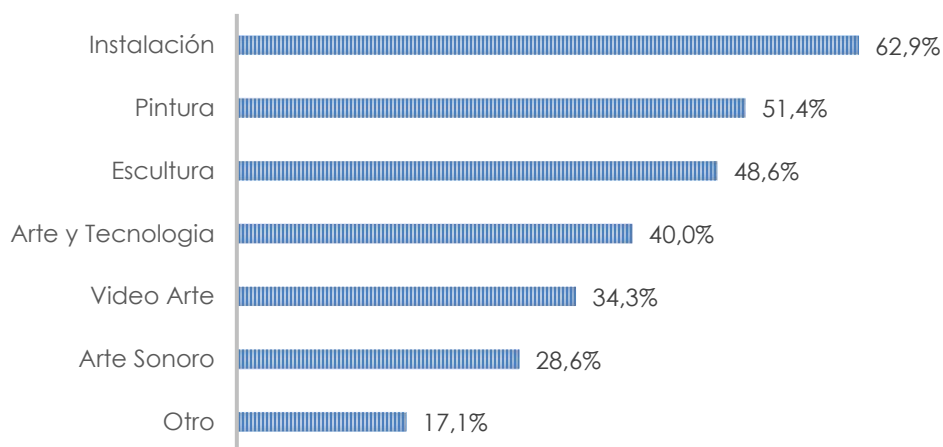


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Tipo de arte de interés de los turistas nacionales

El tipo de arte que más les interesa a los turistas nacionales es el de instalación, el cual le interesa al 62,9% de dichas personas encuestadas, la pintura es el segundo en interés con el 51,4% y la tercera que más gusta es la escultura con el 48,6%.

Gráfica 30. Tipo de arte de interés turistas nacionales



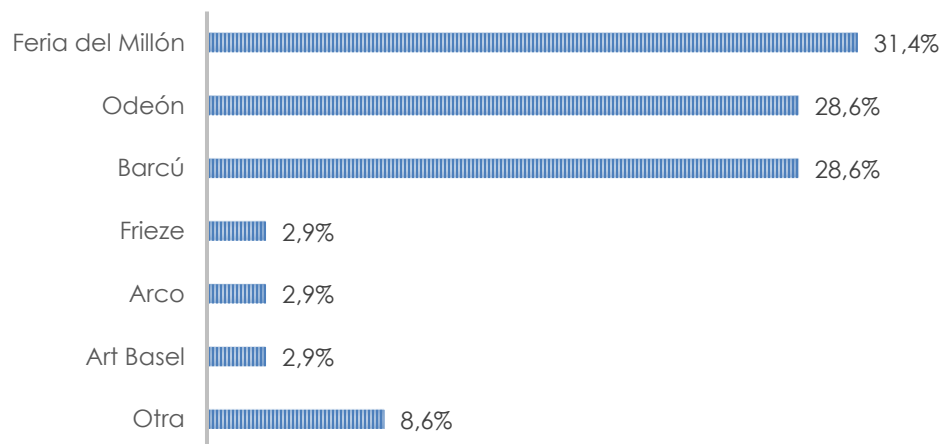
Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Ferias que han asistido los turistas nacionales

En cuanto a las ferias que han asistido los turistas nacionales entrevistados se destaca la Feria del Millón, a la cual han asistido el 31,4% de dicha

subpoblación encuestada, seguida de las ferias Odeón y Barcú cada una con el 28,6%.

Gráfica 31. Ferias que han asistido turistas nacionales

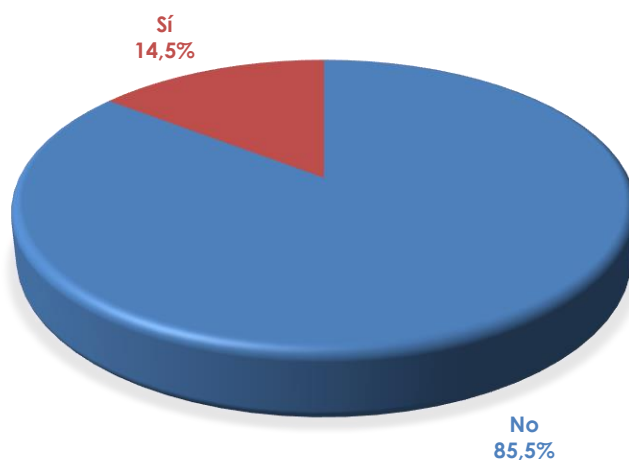


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Turistas nacionales que compraron arte en el último año

De los turistas nacionales encuestados el 14,5% realizaron compras de arte en el último año, más adelante se desagregará el número de compras y el gasto de dichas obras.

Gráfica 32. Turistas nacionales que compraron arte en el último año



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

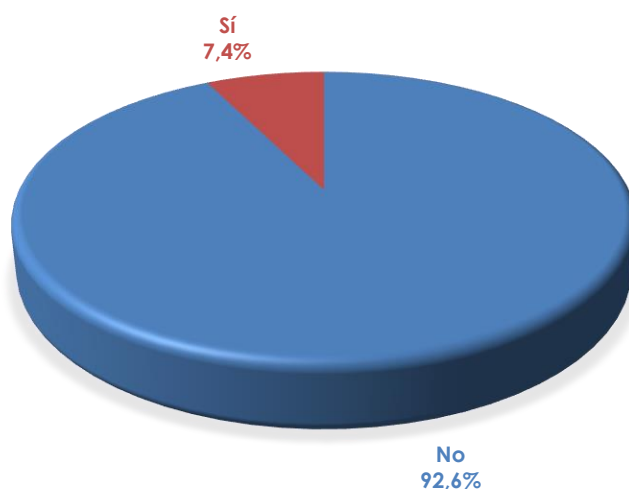
Gasto en arte el último año de turistas nacionales

Los turistas nacionales encuestados los cuales hicieron compras de arte en el último año tuvieron un gasto por persona de \$531.994 pesos, compraron 2,3 obras promedio con un costo promedio por obra de \$227.998 pesos colombianos.

Compra en ARTBO de Turistas nacionales

En cuanto a las compras que realizaron los turistas nacionales en ARTBO, de los encuestados el 7,4% realizaron alguna compra de arte. Mas adelante se desagregará el numero de compras y el gasto de dichas obras.

Gráfica 33. Compra ARTBO Turistas nacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Calificación promedio de aspectos generales en ARTBO de turistas nacionales

Los turistas nacionales encuestados, a los cuales se les pidió dar una calificación de 1 a 7 (siendo 1 muy malo y 7 muy bueno) los aspectos generales de ARTBO, resultando en un puntaje promedio general de 6,24 (muy bueno), siendo Arte Cámara lo que mas les gusto con una nota de 6,42 y la que menos el Libro de Artista con un 5,96 de promedio de calificación, lo cual demuestra su agrado con dichos aspectos de la feria.

Tabla 11. Calificación promedio turistas nacionales aspectos generales ARTBO

TURISTAS NACIONALES	Calificación Promedio
Arte cámara	6,42
Articularte	6,33
Foro	6,33
Sitio	6,31
Referentes	6,29
Sección principal	6,28
Proyectos	6,00
Libro de Artista	5,96
Promedio general	6,24

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Calificación promedio de otros aspectos en ARTBO de turistas nacionales

Adicionalmente, a los turistas nacionales encuestados, se les pidió dar una calificación de 1 a 7 (siendo 1 muy malo y 7 muy bueno) a otros aspectos de ARTBO, en este caso la nota general promedio fue de 6,29, lo cual significa que también les gustó la feria en dichos aspectos, siendo el que más agrado el aseo con un puntaje promedio de 6,76 y la que menos fue la oferta gastronómica con 5 puntos.

Tabla 12. Calificación promedio turistas nacionales otros aspectos ARTBO

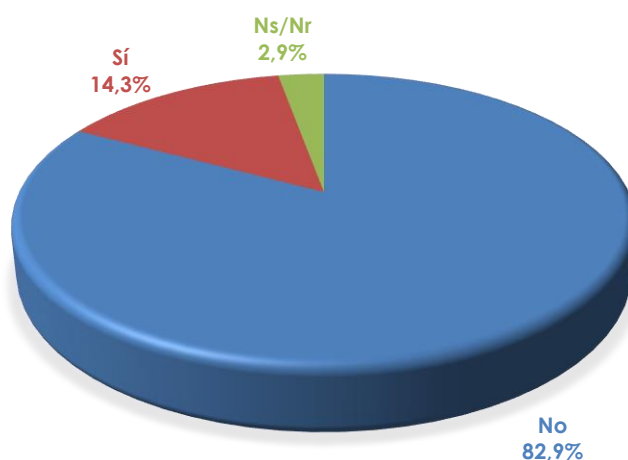
TURISTAS NACIONALES	Calificación Promedio
Aseo	6,76
Logística	6,61
Oferta Artística de las Secciones	6,56
Inauguración	6,44
Ambientación	6,36
Catálogo Nuevos Coleccionistas	6,36
Señalización	6,35
Visitas Comentadas	6,12
Oferta Gastronómica	5,00
Promedio general	6,29

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Participación de actividades de ARTBO en el año 2017 de turistas nacionales

Los turistas internacionales encuestados que participaron en el año 2017 de actividades de ARTBO fueron el 14,3%, el 2,9% no suministraron información.

Grafica 34. Participación de actividades de ARTBO en el año 2017 turistas nacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Fuente por la cual se enteraron del evento los turistas nacionales

Los turistas nacionales encuestados se enteraron principalmente vía voz a voz e internet, con el 45,7% y 31,4% respectivamente, mientras que el 17,1% se enteraron por las redes sociales.

Tabla 13. Fuente por la cual se enteraron del evento turistas nacionales

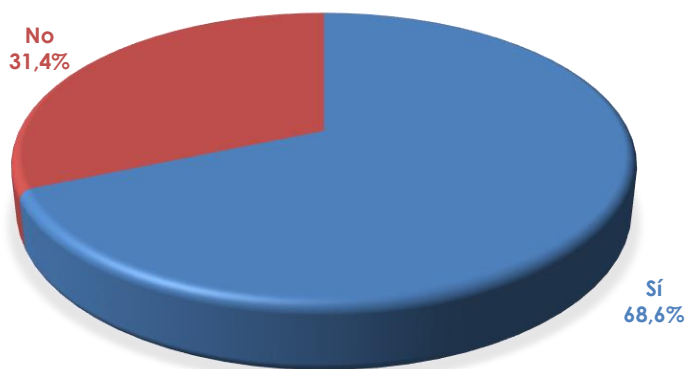
Fuente	Turistas Nacionales	Part %
Voz a Voz	16	45,7%
Internet	11	31,4%
Redes Sociales	6	17,1%
Otro	3	8,6%
Prensa	2	5,7%
Invitación	2	5,7%
Página Web	1	2,9%
Eucóles	1	2,9%
Pendones	1	2,9%

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Conocimiento de ARTBO como programa de la cámara de comercio de Bogotá por parte de los turistas nacionales

Finalmente, el 66,7% de los turistas nacionales saben que ARTBO es un programa de la Cámara de Comercio de Bogotá, mientras que el restante 11,3% no lo sabían.

Grafica 35. ¿Saben que ARTBO es un programa de la cámara de comercio de Bogotá? Turistas nacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

Lugar de residencia de los turistas internacionales

Los turistas internacionales provenían principalmente de Perú (25%), España (16,7%) y Francia (16,7%).

Tabla 14. Lugar de residencia turistas internacionales

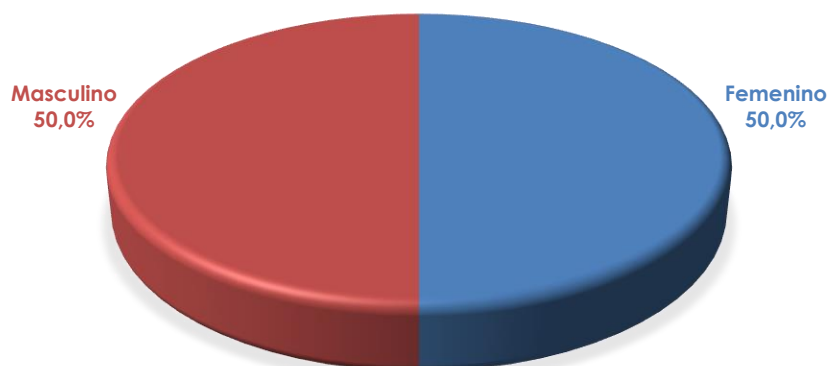
País	Cantidad Turistas	Part %
Perú	3	25,0%
España	2	16,7%
Francia	2	16,7%
Brasil	1	8,3%
Estados Unidos	1	8,3%
Inglaterra	1	8,3%
Italia	1	8,3%
México	1	8,3%
Total	12	100%

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Genero de los turistas internacionales

Los turistas internacionales encuestados tanto de género masculino como femenino tienen la misma participación, repartiéndose cada uno el 50% del total.

Gráfica 36. Genero turistas internacionales

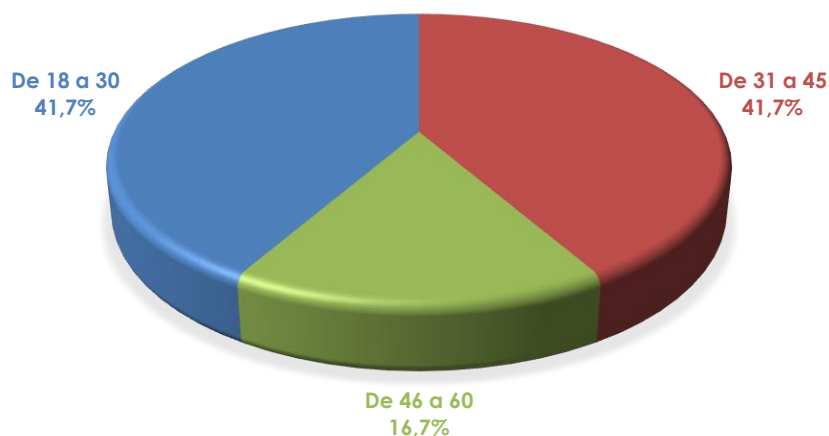


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Edad de los turistas internacionales

La edad de los turistas internacionales encuestados en su mayoría oscila entre las edades de 18 a 30 años y 31 a 45 años, representando cada uno el 41,7%, las personas de edades entre 46 a 60 años son el 16,7%.

Gráfica 37. Edad turistas internacionales

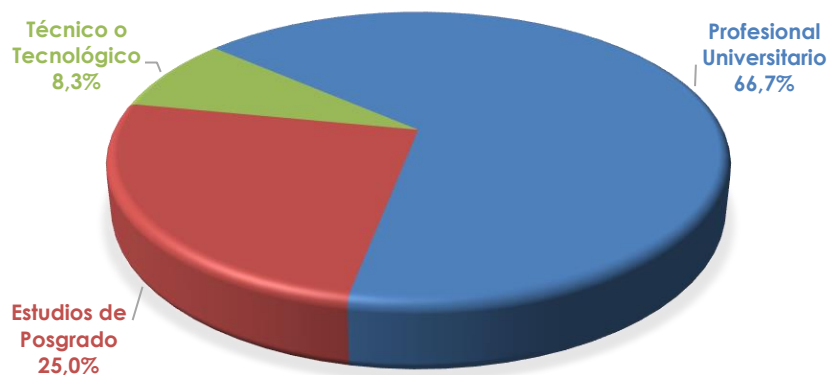


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Educación de los turistas internacionales

Los profesionales universitarios representan más de la mitad de los turistas internacionales encuestados, con un 66,7%, seguidos de los turistas con estudios de posgrado representando estos el 25%, el restante 8,3% es para las personas con estudios de técnico o tecnológico.

Gráfica 38. Educación turistas internacionales

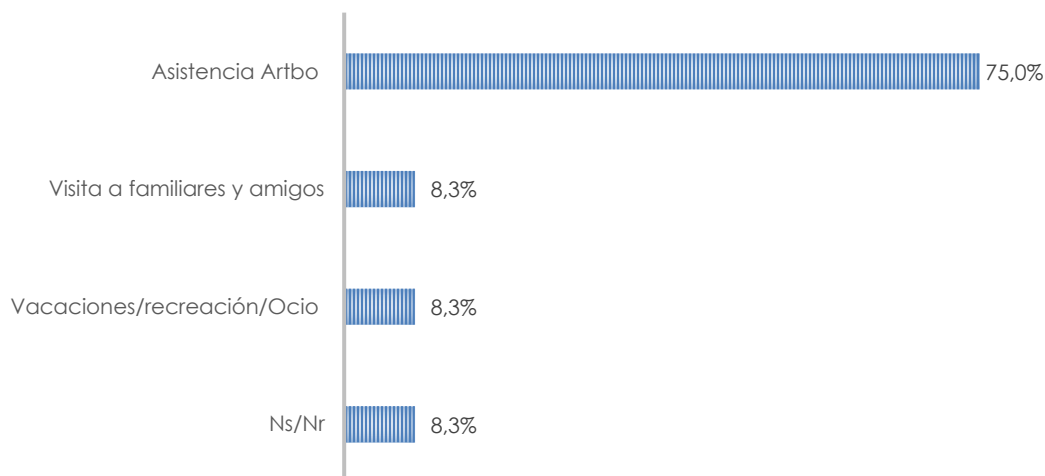


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Motivo de viaje de los turistas internacionales

El principal motivo de viaje de los turistas internacionales fue la asistencia a ARTBO 2018 representando el 75%, la visita a familiares y amigos y las vacaciones, recreación u ocio fueron los otros motivos de viaje cada una con un 5,7% de participación.

Gráfica 39. Motivo de viaje turistas internacionales

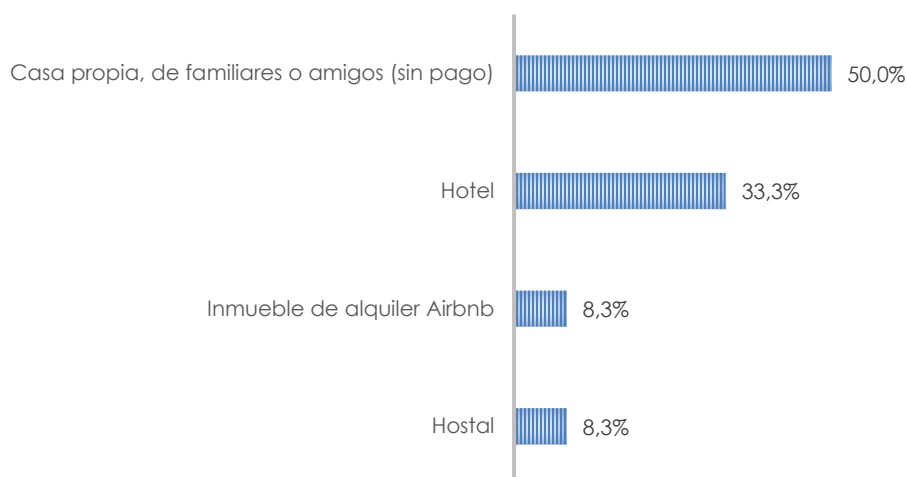


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Principal lugar de alojamiento de los turistas internacionales

Los principales lugares de alojamiento de los turistas internacionales que asistieron al evento fueron, en primera medida la casa propia, de familiares o amigos (sin pago) con una representación del 50%, seguido de hoteles con el 33,3%, e inmuebles de alquiler AirBNB y hostales cada uno con el 8,3%.

Gráfica 40. Principal lugar de alojamiento turistas internacionales

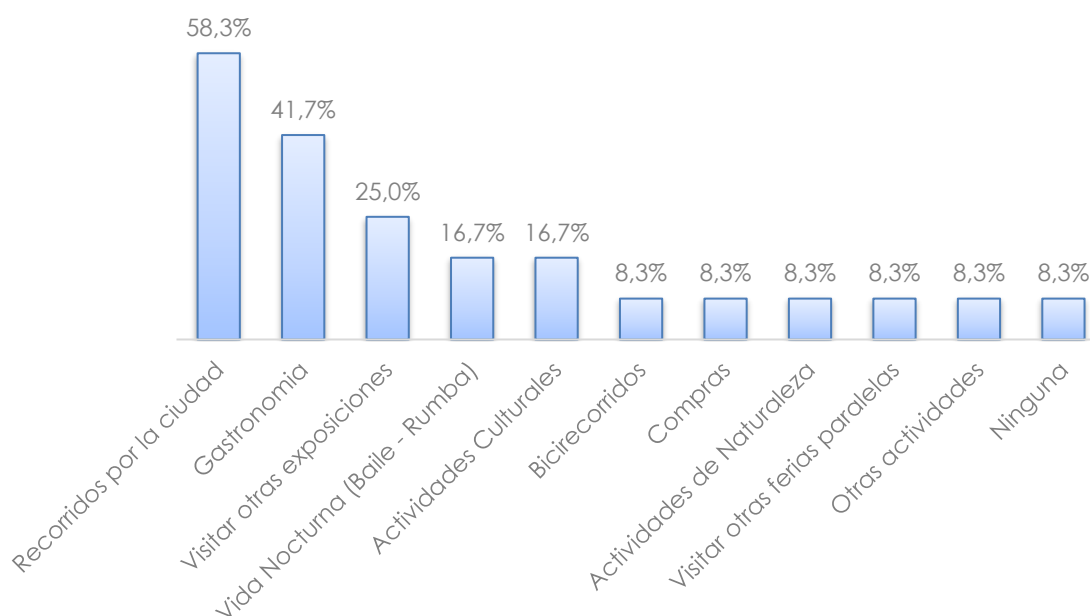


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Actividades realizadas por los turistas internacionales

Las principales actividades realizadas por los turistas nacionales son los recorridos por la ciudad, de las cuales el 58,3% de dichos turistas realizaron, el 41,7% realizaron gastronomía y la tercera actividad más realizada fue la visita a otras exposiciones con el 25%.

Gráfica 41. Actividades realizadas turistas internacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

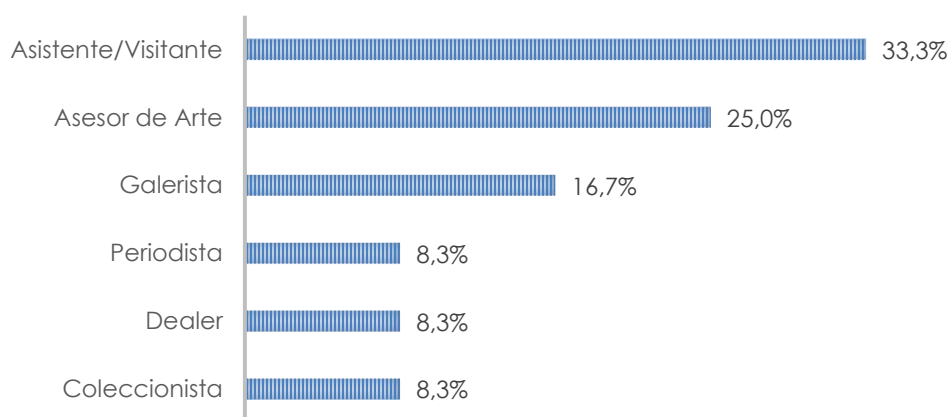
Gasto de los turistas internacionales

Los turistas internacionales encuestados que hicieron gastos en su estadía en Bogotá representaron el 50% del total de dicha subpoblación, con un gasto por persona aproximado de \$1.414.850.

Perfil de los turistas internacionales

Los turistas internacionales encuestados eran en su mayoría asistentes casuales que asistieron al evento, siendo el 33,3% del total, un 25% eran asesores de arte, seguido de galeristas con el 16,7%.

Gráfica 42. Perfil turistas internacionales

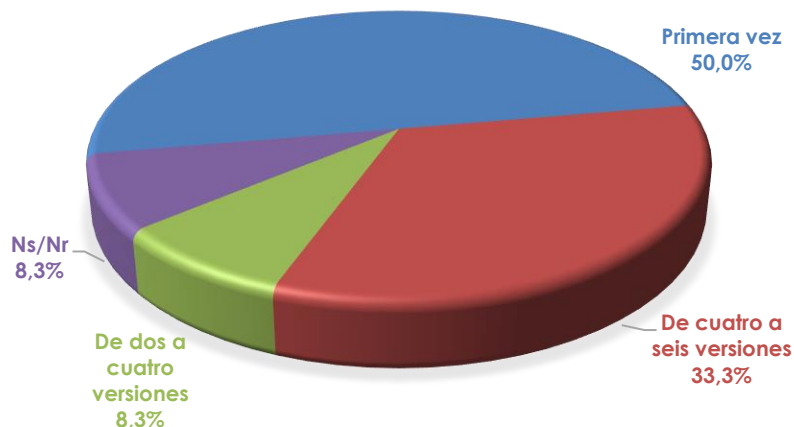


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Número de versiones de ARTBO que han asistido los turistas internacionales

La mitad de los turistas internacionales encuestados, el 50%, asistieron a ARTBO por primera vez, mientras que el 33,3% han asistido de 4 a 6 versiones, entre estos 2 se encuentra más del 80% del total de los turistas internacionales.

Gráfica 43. Número de versiones de ARTBO que ha asistido turistas internacionales

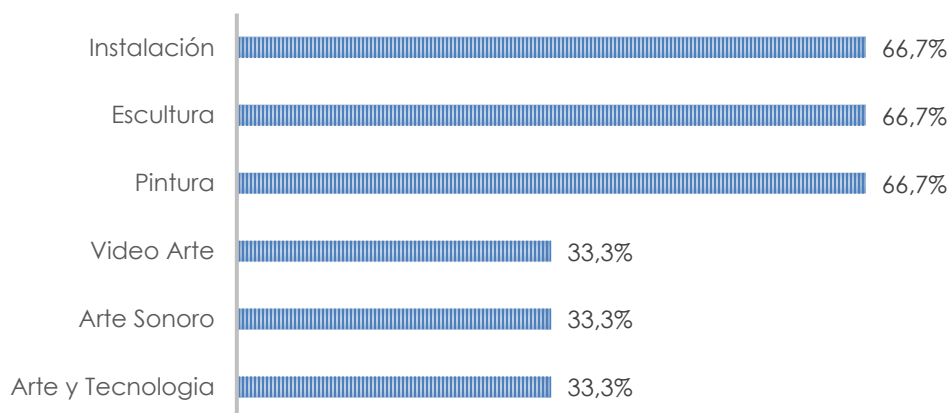


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Tipo de arte de interés de los turistas internacionales

Los tipos de arte que más les interesan a los turistas internacionales son instalación, escultura y pintura, estos tipos de arte interesan al 66,7% de dicha subpoblación encuestada.

Gráfica 44. Tipo de arte de interés turistas internacionales



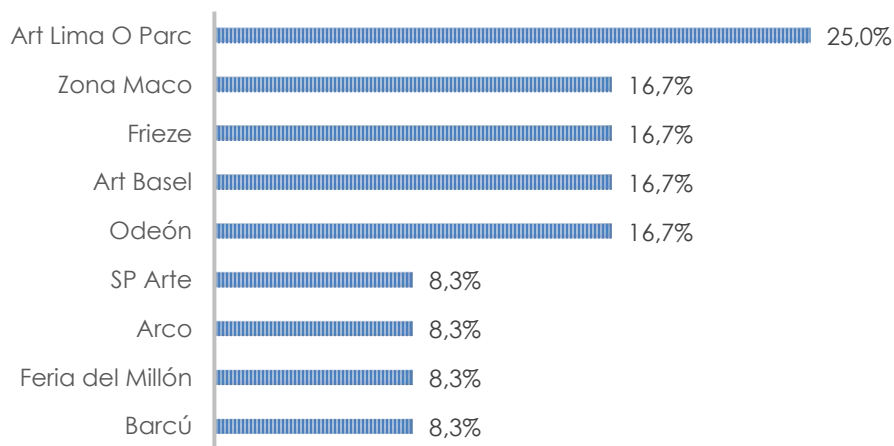
Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Ferias que han asistido los turistas internacionales

En cuanto a las ferias que han asistido los turistas internacionales entrevistados se destaca Art Lima O Parc, a la cual han asistido el 25% de

dicha subpoblación encuestada, seguida de las ferias Zona Maco, Frieze, Art Basel y Odeón cada una con el 16,7%.

Gráfica 45. Ferias que han asistido turistas internacionales

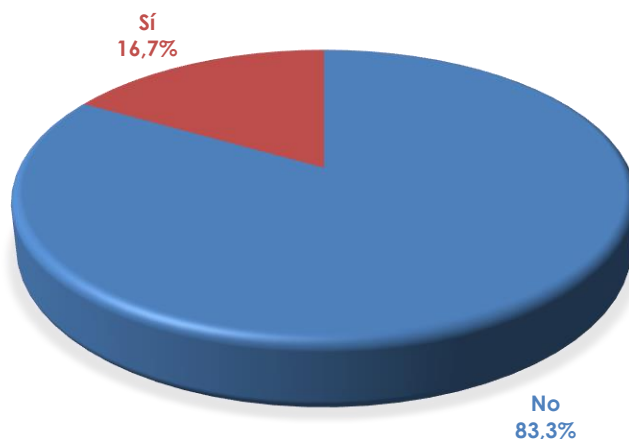


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Turistas internacionales que compraron arte en el último año

De los turistas internacionales encuestados el 16,7% realizaron compras de arte en el último año, más adelante se desagregará el número de compras y el gasto de dichas obras.

Gráfica 46. Turistas internacionales que compraron arte en el último año



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Gasto en arte el último año de turistas internacionales

De los turistas internacionales encuestados solo uno contestó el gasto en arte en el último año, el cual compro una obra con un valor de \$12.200.000 de pesos colombianos.

De los turistas internacionales encuestados, ninguno realizó una compra de arte en ARTBO.

Calificación promedio de aspectos generales en ARTBO de los turistas internacionales

Los turistas internacionales encuestados, a los cuales se les pidió dar una calificación de 1 a 7 (siendo 1 muy malo y 7 muy bueno) los aspectos generales de ARTBO, resultando en un puntaje promedio general de 6,46 (muy bueno), siendo Foro lo que más les gustó con una nota de 7 y la que menos el sitio con un 6 de promedio de calificación, lo cual demuestra su agrado con dichos aspectos de la feria.

Tabla 17. Calificación promedio turistas internacionales aspectos generales ARTBO

TURISTAS INTERNACIONALES	Calificación Promedio
Foro	7,00
Arte Cámara	6,86
Referentes	6,63
Libro de Artista	6,38
Articularte	6,33
Proyectos	6,29
Sección principal	6,20
Sitio	6,00
Promedio general	6,46

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Calificación promedio de otros aspectos en ARTBO de los turistas internacionales

Adicionalmente, a los turistas internacionales encuestados, se les pidió dar una calificación de 1 a 7 (siendo 1 muy malo y 7 muy bueno) a otros aspectos de ARTBO, en este caso la nota general promedio fue de 6,31, lo cual significa que también les gustó la feria en dichos aspectos, siendo el que más agrado la inauguración con un puntaje promedio de 6,8 y la que menos fue visitas comentadas con 5,33 puntos.

Tabla 18. Calificación promedio turistas internacionales otros aspectos ARTBO

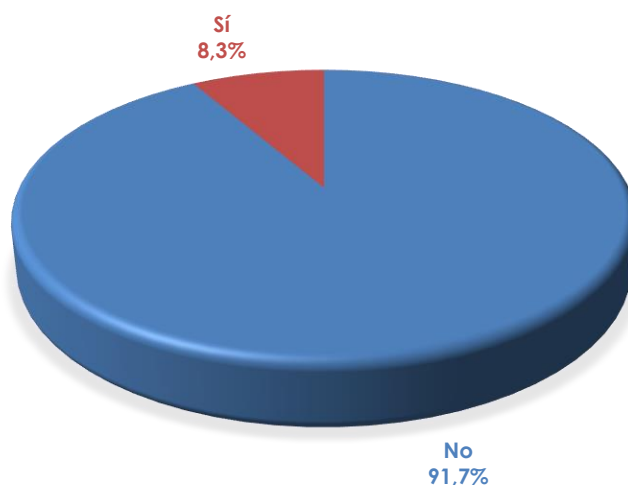
TURISTAS INTERNACIONALES	Calificación Promedio
Inauguración	6,80
Aseo	6,70
Logística	6,56
Oferta Gastronómica	6,33
Oferta Artística de las Secciones	6,33
Señalización	6,30
Catalogo Nuevos Coleccionistas	6,25
Ambientación	6,20
Visitas Comentadas	5,33
Promedio general	6,31

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Participación de actividades de ARTBO en el año 2017 de turistas internacionales

Los turistas internacionales encuestados que participaron en el año 2017 de actividades de ARTBO fueron el 8,3%.

Grafica 47. Participación de actividades de ARTBO en el año 2017 turistas internacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Fuente por la cual se enteraron del evento los turistas internacionales

Los turistas internacionales encuestados se enteraron principalmente vía internet y voz a voz, el 25% de dichos turistas se enteraron por estas fuentes, mientras que el 16,7% lo hicieron por las redes sociales y/o la invitación.

Tabla 19. Fuente por la cual se enteraron del evento turistas internacionales

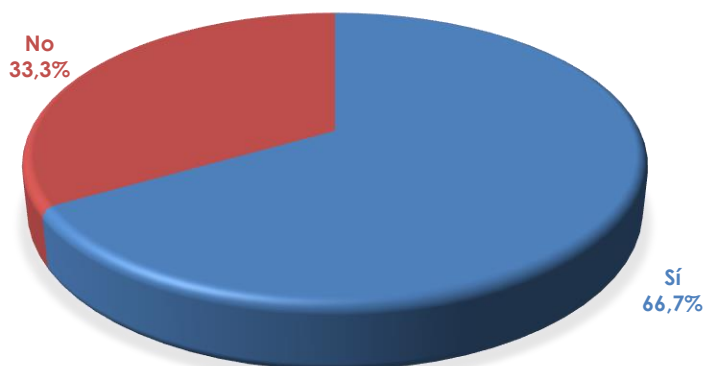
Fuente	Turistas Internacionales	Part %
Internet	3	25,0%
Voz a Voz	3	25,0%
Redes Sociales	2	16,7%
Invitación	2	16,7%
Página Web	1	8,3%
Pendones	1	8,3%

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Conocimiento de ARTBO como programa de la cámara de comercio de Bogotá por parte de los turistas internacionales

Finalmente, el 66,7% de los turistas internacionales saben que ARTBO es un programa de la Cámara de Comercio de Bogotá, mientras que el restante 33,3% no lo sabían.

Grafica 48. ¿Saben que ARTBO es un programa de la cámara de comercio de Bogotá? Turistas internacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

CONCLUSIONES

- ARTBO tuvo una buena acogida por parte de los asistentes a la feria, con una aprobación unánime acerca de todos los aspectos de ARTBO 2018.
- El total de turistas encuestados durante el evento fue 49, en promedio pernoctaron en la ciudad 13 noches. Los turistas nacionales pernoctaron 6,2 noches mientras que los internacionales 24 noches.
- El gasto per cápita de los no residentes durante su visita al evento fue de \$776.305, el de los turistas nacionales fue de \$541.111 y el de los internacionales llegó a \$1.414.855. Y más del 50% de los turistas internacionales informó que realizaron recorridos por la ciudad.



BOGOTÁ

2600 METROS MÁS CERCA DE LAS ESTRELLAS



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS