



MEDICIÓN A EVENTOS EN CIUDAD

**NAVIDAD
BOGOTÁ
2019**



Alcaldía de Bogotá

CLAUDIA LÓPEZ HERNÁNDEZ
Alcalde Mayor de Bogotá

CAROLINA DURÁN
Secretario de Desarrollo Económico

KAROL FAJARDO MARIÑO
Directora General
Instituto Distrital de Turismo

DANIEL VALENCIA VALENCIA
Asesor
Observatorio de Turismo

Texto:
JHON FREDY MUÑOZ GOMEZ

Coordinación:
PAOLA ANDREA SÁNCHEZ

Instituto Distrital de Turismo
www.bogotaturismo.gov.co
Bogotá 26 de marzo de 2020

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN..... | 6 |
| OBJETIVOS | 7 |
| OBJETIVO GENERAL..... | 7 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 7 |
| METODOLOGÍA | 8 |
| POBLACIÓN OBJETO | 8 |
| PERIODO DE RECOLECCIÓN | 8 |
| LUGAR DE RECOLECCIÓN..... | 8 |
| UNIDAD DE OBSERVACIÓN..... | 8 |
| TIPO DE INVESTIGACIÓN | 8 |
| PRECISIÓN DE LOS RESULTADOS | 8 |
| TAMAÑO FINAL..... | 9 |
| RESULTADOS | 9 |
| CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA | 10 |
| LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL..... | 10 |
| GÉNERO | 11 |
| RANGO DE EDAD | 12 |
| MOTIVO DE VIAJE..... | 13 |
| PERNOCTACIÓN | 14 |
| LUGAR DE ALOJAMIENTO | 16 |
| ACTIVIDADES DE INTERÉS..... | 17 |
| GASTO Y DISTRIBUCIÓN..... | 18 |
| GRUPO DE ASISTENCIA..... | 19 |
| ASISTENCIA A LAS ACTIVIDADES NAVIDEÑAS | 20 |
| INVITARÍA A FAMILIARES O AMIGOS..... | 23 |
| COMPARACIÓN EVENTO NAVIDAD CON EL AÑO ANTERIOR..... | 23 |
| CONOCIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DE NAVIDEÑAS | 24 |
| COMO SE ENTERO DE LAS ACTIVIDADES NAVIDEÑAS..... | 25 |
| ASISTENCIA Y COMPARACIÓN MONSERRATE..... | 26 |
| CARACTERIZACIÓN DEL RESIDENTE | 27 |
| GÉNERO | 29 |

| | |
|--|----|
| RANGO DE EDAD | 29 |
| GRUPO DE ASISTENCIA..... | 30 |
| NUMERO DE ACOMPAÑANTES | 30 |
| ASISTENCIA A LAS ACTIVIDADES NAVIDEÑAS | 31 |
| INVITARÍA A FAMILIARES O AMIGOS..... | 32 |
| COMPARACIÓN EVENTO NAVIDAD CON EL AÑO ANTERIOR | 33 |
| CONOCIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES NAVIDEÑAS | 34 |
| COMO SE ENTERO DE LAS ACTIVIDADES NAVIDEÑAS..... | 34 |
| ASISTENCIA Y COMPARACIÓN MONSERRATE..... | 35 |
| PERCEPCIÓN GENERAL | 36 |
| PERCEPCIÓN DE ACTIVIDADES NAVIDEÑAS..... | 36 |
| PERCEPCIÓN DE LA CIUDAD..... | 38 |
| CONCLUSIONES..... | 40 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 42 |

ÍNDICE DE GRÁFICAS

| | |
|--|----|
| Gráfica 1. Caracterización de los Asistentes..... | 9 |
| Gráfica 2. Lugar de Residencia Habitual (Turistas Nacionales)..... | 10 |
| Gráfica 3. Lugar de Residencia Habitual (Turistas Internacionales)..... | 11 |
| Gráfica 4. Genero de los Turistas | 12 |
| Gráfica 5. Rango de Edad Turistas | 12 |
| Gráfica 6. Motivo de Viaje (Turistas Nacionales)..... | 13 |
| Gráfica 7. Motivo de Viaje (Turistas Internacionales)..... | 14 |
| Gráfica 8. Numero de Noches Pernoctadas | 15 |
| Gráfica 9. Lugar de Alojamiento (Turistas Nacionales) | 16 |
| Gráfica 10. Lugar de Alojamiento (Turistas Internacionales) | 17 |
| Gráfica 11. Actividades de Interés (Turistas)..... | 17 |
| Gráfica 12. Distribución del Gasto (Turistas Nacionales) | 18 |
| Gráfica 13. Distribución del Gasto (Turistas Internacionales) | 19 |
| Gráfica 14. Caracterización Compañía de Turistas | 20 |
| Gráfica 15. Asistencia a Actividades Navideñas (Turistas nacionales) | 21 |

| | |
|---|----|
| Gráfica 16. Asistencia a Actividades Navideñas (Turistas Internacionales) | 22 |
| Gráfica 17. Posible Invitación de Familiares y/o Amigos..... | 23 |
| Gráfica 18. Comparación Evento Navidad con Versiones Anteriores..... | 24 |
| Gráfica 19. Conocimiento Acerca de Actividades Navidad 2019..... | 25 |
| Gráfica 20. Medios por los Cuales Conocieron el Evento | 25 |
| Gráfica 21. Asistencia a Monserrate Años Anteriores | 26 |
| Gráfica 22. Comparación Iluminación Monserrate con Años Anteriores | 27 |
| Gráfica 23. Localidad Origen de los Asistentes Residentes | 28 |
| Gráfica 24. Genero de los Residentes | 29 |
| Gráfica 25. Rango de Edad Residentes..... | 29 |
| Gráfica 26. Caracterización Compañía de Residentes | 30 |
| Gráfica 27. Cantidad de Personas Acompañantes..... | 31 |
| Gráfica 28. Asistencia a Actividades Navideñas (Residentes) | 32 |
| Gráfica 29. Posible Invitación de Familiares y/o Amigos..... | 33 |
| Gráfica 30. Comparación Evento Navidad con Versiones Anteriores..... | 33 |
| Gráfica 31. Conocimiento de Actividades Navideñas | 34 |
| Gráfica 32. Medios por los Cuales Conocieron el Evento | 35 |
| Gráfica 33. Asistencia a Monserrate Años Anteriores | 36 |
| Gráfica 34. Comparación Iluminación Monserrate con Años Anteriores | 36 |
| Gráfica 35. Percepción de las Actividades Navideñas..... | 37 |
| Gráfica 36. Percepción de la Ciudad | 38 |

INTRODUCCIÓN

Según el Instituto Distrital de Recreación y Deporte – IDRDR, en la ciudad de Bogotá se programaron: *“más de 30 eventos alusivos a la temporada de fin de año, con música en vivo, espectáculos pirotécnicos, tardes musicales y novenas, entre el 1 y 23 de diciembre, en diferentes parques, espacios públicos y vías.”*. (IDRD, 2019)

Este evento para la navidad fue organizado por la Alcaldía de Bogotá, a través del IDRDR, con ingreso libre para toda la familia, durante estas fechas se desarrollaron actividades en días importantes y eventos como: noche de velitas el 7 de diciembre, festival brilla en el jardín botánico, ciclovia nocturna, funciones entre el 15 al 23 en la Plaza de Bolívar, conciertos de la Orquesta Filarmónica de Bogotá del 11 al 23, iluminación y actividades navideñas.

Siendo el evento “Navidad Bogotá 2019”, un espacio en donde la residentes y visitantes se desplazan y disfrutan de la ciudad y las actividades ofrecidas por esta, el Instituto Distrital de Turismo busca caracterizar los asistentes a este festival.

Igualmente se considera como información importante el identificar y caracterizar los asistentes de este evento navideño, esto permite y facilita identificar sus posibles actividades de interés, gastos, percepción frente a los diferentes eventos, lugares y actividades que ofrece la ciudad en la temporada navideña 2019, además resaltar aspectos propios de la ciudad los cuales se puedan mejorar o tomar medidas para mejorar las experiencias de los asistentes en futuros eventos similares.

Este documento muestra análisis y resultados de las variables cuestionadas por medio de encuestas realizadas durante el evento navidad desarrollado en diciembre de 2019 en Bogotá. Así mismo una breve descripción del tipo de tratamiento estadístico y descripción de las gráficas y tablas de resultado obtenidas.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Caracterizar los asistentes del evento de ciudad “navidad Bogotá 2019”, desarrollado en Bogotá en el año 2019, con el fin de conocer sus opiniones, percepción y posibles intereses con respecto al evento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Representar gráfica y numéricamente información básica de los asistentes encuestados como: origen, género y edad.
- ✓ Identificar el lugar de procedencia de los asistentes turistas y residentes.
- ✓ Describir los motivos de viaje, condiciones y/o preferencias de alojamiento, posibles actividades y/o sitios de interés y distribución de los gastos de los turistas que participaron en el evento navidad.
- ✓ Detallar los acompañantes de los encuestados como: número de acompañantes, procedencia y cuántos de estos son menores de edad.
- ✓ Medir la participación de las personas encuestadas respecto a las actividades y/o eventos ofrecidos durante la navidad.
- ✓ Identificar cuáles son las actividades de navidad más interesantes para los encuestados.
- ✓ Identificar cuáles son los medios más comunes, por los cuales los asistentes se enteraron de las actividades programadas en el evento navidad.
- ✓ Mostrar la percepción de los asistentes al evento sobre las festividades navideñas y aspectos de la ciudad.

METODOLOGÍA

Este documento se presenta los resultados de la recolección de información, realizada por medio de la aplicación de encuestas durante el evento de ciudad navidad, desarrollado en diciembre del año 2019 en la ciudad de Bogotá.

POBLACIÓN OBJETO

La población objetivo fueron los asistentes al evento de ciudad “navidad Bogotá 2019”.

PERIODO DE RECOLECCIÓN

La recolección de información se realizó en el periodo del día 7 hasta el 30 de diciembre de 2019, de 11 am a 4 pm.

LUGAR DE RECOLECCIÓN

Parte superior del cerro de Monserrate.

UNIDAD DE OBSERVACIÓN

La unidad informante será aquella persona asistente al evento “navidad Bogotá 2019”.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

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

PRECISIÓN DE LOS RESULTADOS

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

TAMAÑO FINAL

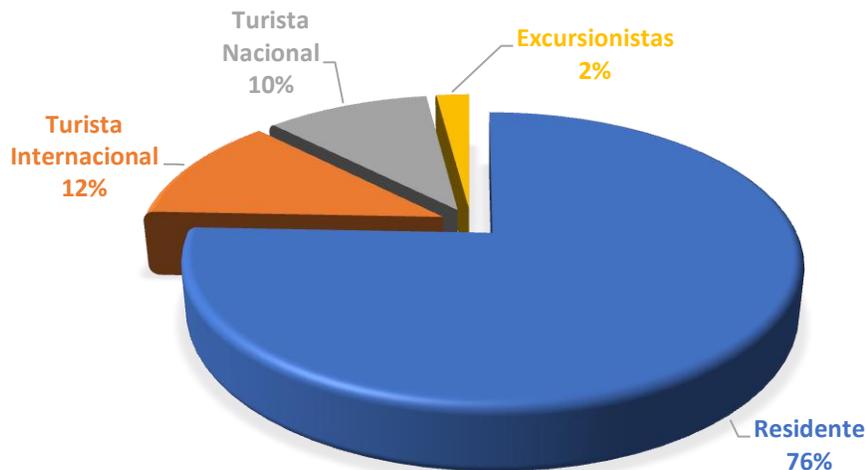
Para este tipo de metodología no se requiere de un tamaño de muestra mínimo para el análisis de información, sin embargo, entre mayor sea la cantidad de datos recolectados mayor será la precisión de los resultados.

RESULTADOS

A continuación, se describen los datos obtenidos por medio de las encuestas aplicadas en el evento de ciudad navidad en Bogotá 2019. En la gráfica 1, se ilustra en porcentaje la caracterización de los asistentes al evento de acuerdo al lugar de procedencia, determinando si es asistente residente, turista nacional, turista internacional o excursionista.

La cantidad de encuestas realizadas fue de 956, de las cuales se identificaron 723 asistentes residentes, 114 turistas internacionales, 99 turistas nacionales y 20 excursionistas, esto según su lugar de residencia habitual.

Gráfica 1. Caracterización de los Asistentes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En la gráfica anterior se observa que el 76% de los asistentes encuestados durante el evento eran residentes de la ciudad, en proporción se siguen los turistas internacionales siendo el 12%, los turistas nacionales 10% y excursionistas el 2%.

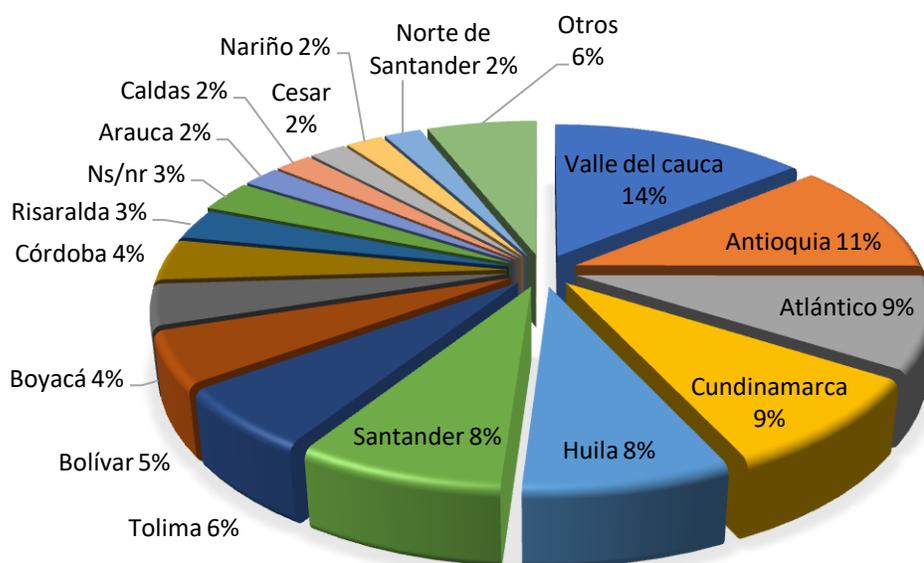
CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA

A continuación se presentan la caracterización de los 213 turistas identificados, describiendo su lugar de residencia habitual, sexo, edad, educación y motivo principal de viaje, entre otra información capturada.

LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL

En la gráfica 2, se ilustra porcentualmente la participación de los turistas nacionales encuestados de acuerdo a su departamento de residencia habitual.

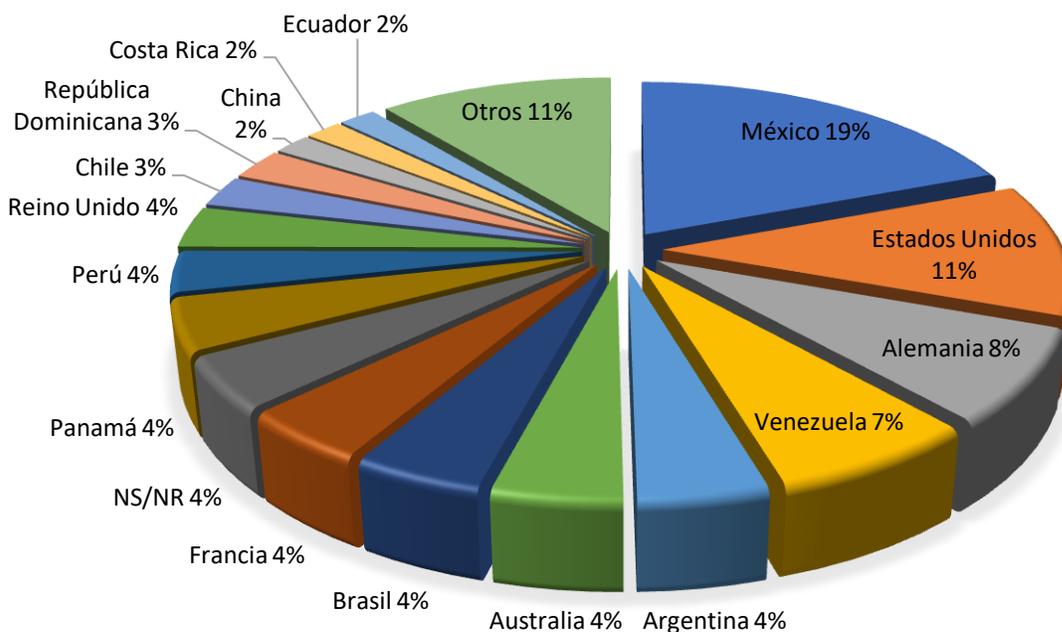
Gráfica 2. Lugar de Residencia Habitual (Turistas Nacionales)



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Conformando el 60% de participación de los turistas nacionales encuestados, los departamentos origen con mayor cantidad de asistentes en el evento navidad 2019 fueron: Valle del Cauca 14%, Antioquia 11%, Cundinamarca 9%, Atlántico 9%, Santander 8%. Con una participación más baja, representando el 34% de los residentes encuestados se encuentran: Tolima 5%, Bolívar 5%, Córdoba 4%, Boyacá 4%, Risaralda 3%, No saben no responden 3%, Arauca 2%, Caldas 2%, Cesar 2%, Nariño 2%, Norte de Santander 2% y entre otros departamentos suman un 6%.

Gráfica 3. Lugar de Residencia Habitual (Turistas Internacionales)



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

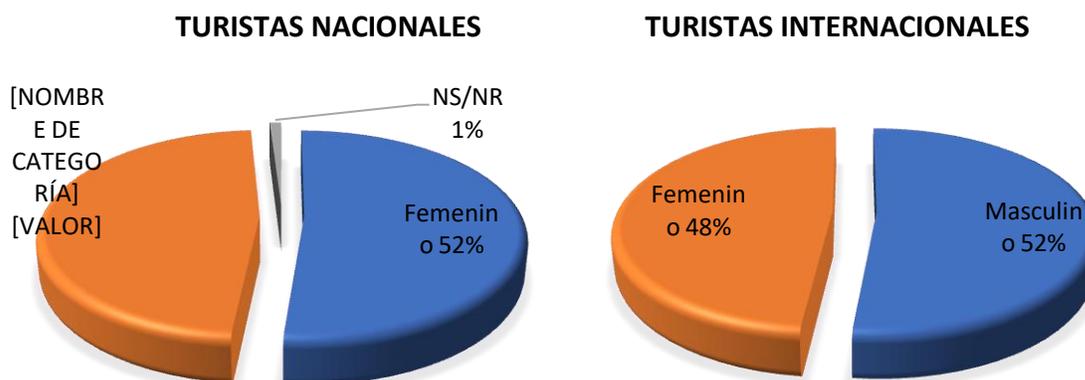
Los principales países origen de los turistas internacionales fueron: México (19%), Estados Unidos (11%), Alemania (8%) y Venezuela (7%), así mismo con una participación del (4%) de los turistas internacionales cada uno, se encuentran: Argentina, Australia, Brasil, Francia, Panamá, Perú, Reino Unido, igualmente un (4%) de los turistas internacionales no refirieron el país de origen.

En menor participación con el (2%) cada uno, se encuentran: China, Costa Rica y Ecuador. La participación por parte de otros países alcanza la suma de 11% de los turistas internacionales.

GÉNERO

En la gráfica 4, a continuación se presentan los porcentajes de participación por género en el evento.

Gráfica 4. Genero de los Turistas



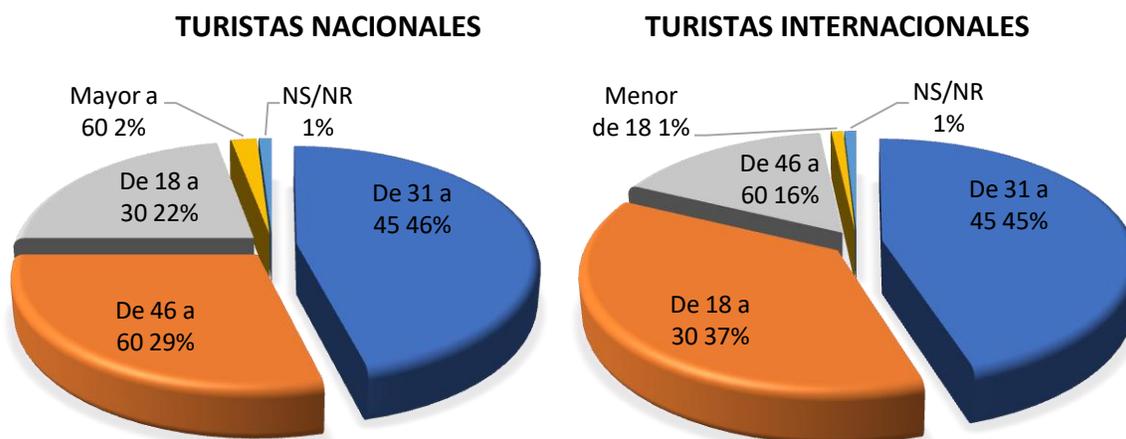
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Se observan porcentajes similares por género entre los turistas nacionales respecto a internacionales, en donde se identificó un (52%) de mujeres encuestadas frente al (47%) de hombres (turistas nacionales) y (48%) de (turistas internacionales).

RANGO DE EDAD

Al delimitar los turistas de acuerdo a rangos de edad, se encontró que el 75% de los turistas nacionales se encontraban en rangos de edad superiores a los 31 años, en contraste, los turistas internacionales se encuentran en su mayoría entre los 18 a 45 años siendo el 82%. Esto se ilustra en las gráficas a continuación.

Gráfica 5. Rango de Edad Turistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

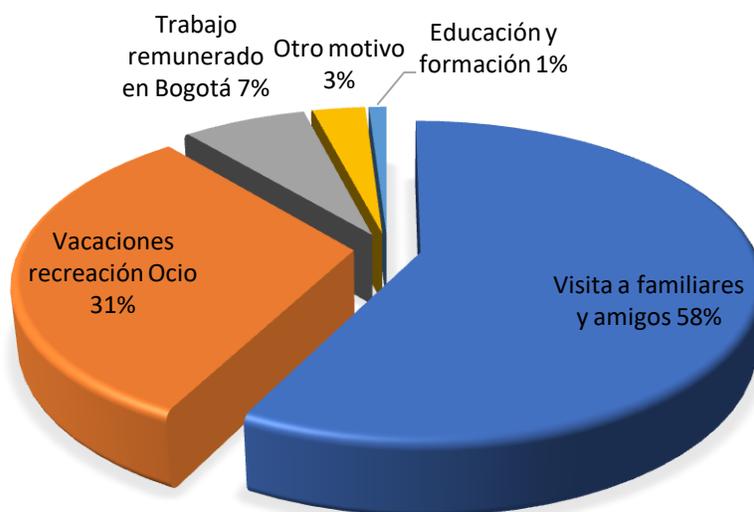
Con un 46% el rango de edad con mayor participación de los turistas nacionales es de 31 a 45 años, este seguido por personas entre 46 a 60 años siendo el 29%, el 22% se encontraban entre los 18 a 30 años, 2% eran mayores a los 60 años y el 1% de los encuestados no refirió edad.

En relación a los turistas internacionales se observa un 45% de encuestados entre 31 a 45 años, seguidos de edades entre 18 a 30 años con un 37%, 16% de personas entre los 46 y 60 años. Igualmente se identifica el 1% de encuestados menores de edad y el 1% no refirió edad.

MOTIVO DE VIAJE

Al preguntar por la principal razón o motivo del viaje de los turistas nacionales encuestados a Bogotá, se observa que el 89% de estos visitó la ciudad para visitar a familiares y/o amigos o para vacaciones recreación Ocio. Esto se ilustra en la gráfica 6, a continuación.

Gráfica 6. Motivo de Viaje (Turistas Nacionales)

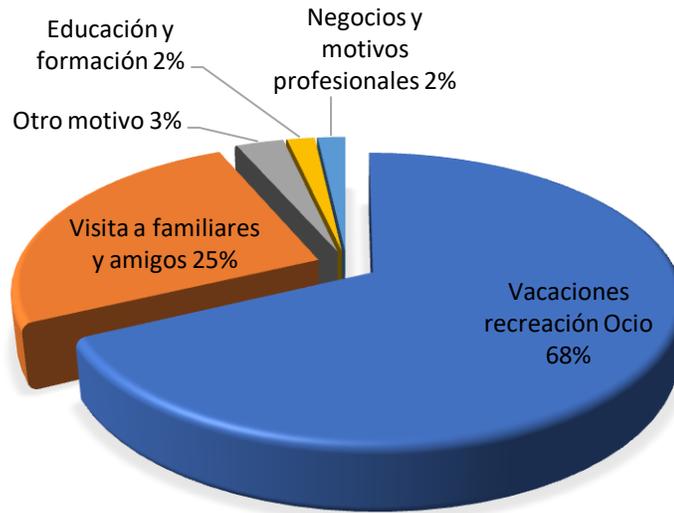


Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

El 58% de los turistas nacionales encuestados refirió visitar la ciudad para visitar a familiares y/o amigos, el 31% asistió con motivo de vacaciones recreación y ocio, de igual manera el 7% de los turistas nacionales encuestados se encontraban en la ciudad por trabajo remunerado, el 3% con otro motivo y el 1% con objeto de educación y formación.

En la gráfica 7 a continuación, se ilustran las motivaciones en porcentaje de los turistas internacionales encuestados.

Gráfica 7. Motivo de Viaje (Turistas Internacionales)



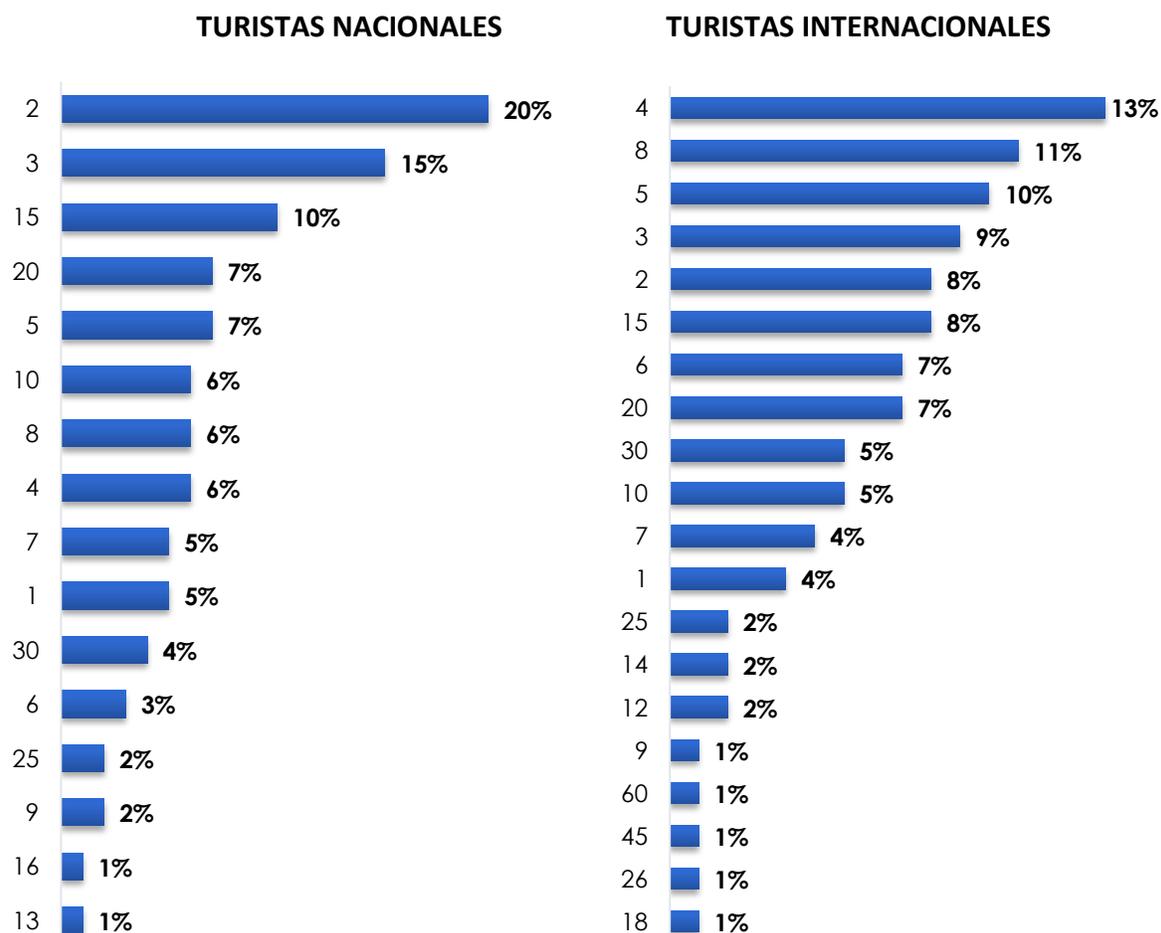
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

La razón o motivo de viaje con mayor participación por parte de los turistas internacionales encuestados fue: vacaciones recreación y ocio, representando el 68% de los encuestados; la segunda motivación de viaje fue la visita a familiares y amigos con 25%. Con menor participación se encuentran: otro motivo de viaje con (3%), educación y formación 2% y negocios y motivos profesionales 2%.

PERNOCTACIÓN

En la gráfica 8 a continuación, se presentan los resultados obtenidos al preguntar a los turistas, por el número de noches que pensaban dormir durante su estadía en la ciudad.

Gráfica 8. Numero de Noches Pernoctadas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Al ubicar el número de noches pernoctadas en la ciudad en el eje izquierdo de las gráficas y el porcentaje de turistas nacionales e internacionales que refieren esta respuesta al lado derecho se puede visualizar:

Representado por un mayor porcentaje, los turistas nacionales pensaban pernoctar dos o tres noches, en donde: el 20% de los turistas nacionales piensan alojarse 2 noches, 15% pensaban alojarse 3 noches, 10% tenían la intención de permanecer por 15 días.

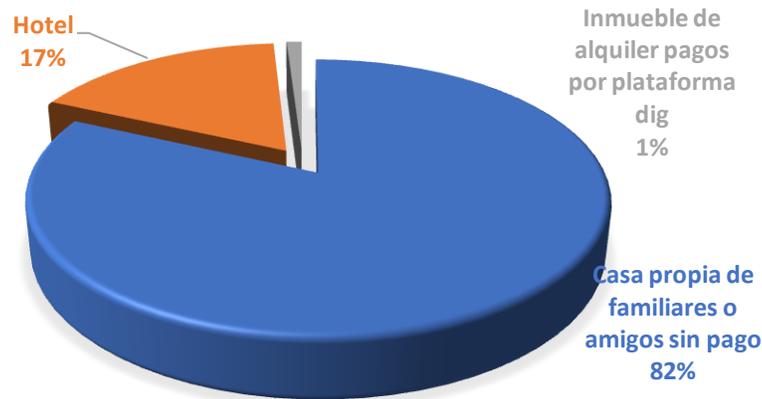
Además de esto, no se observa un comportamiento de relación entre la cantidad de noches pernoctadas y el número de turistas nacionales, identificando así, diferentes porcentajes indiferentes a las noches pernoctadas.

En relación a los turistas internacionales se destacan el número de noches pernoctadas: 4 con (13%), 8 con (11%) y 5 siendo (10%) de los turistas internacionales. En contraste, la cantidad de noches pernoctadas menos consideradas por los turistas internacionales son: 25, 14 y 12 noches representando el (2%) cada una y 9, 60, 45, 26 y 18 noches siendo el 1% de los turistas encuestados cada una.

LUGAR DE ALOJAMIENTO

A continuación se presentan las respuestas a la pregunta: ¿dónde se alojaron durante su estadía en la ciudad?. En la gráfica 9, se identifica que la mayoría de los turistas nacionales encuestados refieren alojarse en casa propia, de familiares o amigos (sin pago), representando el 82% de estos.

Gráfica 9. Lugar de Alojamiento (Turistas Nacionales)

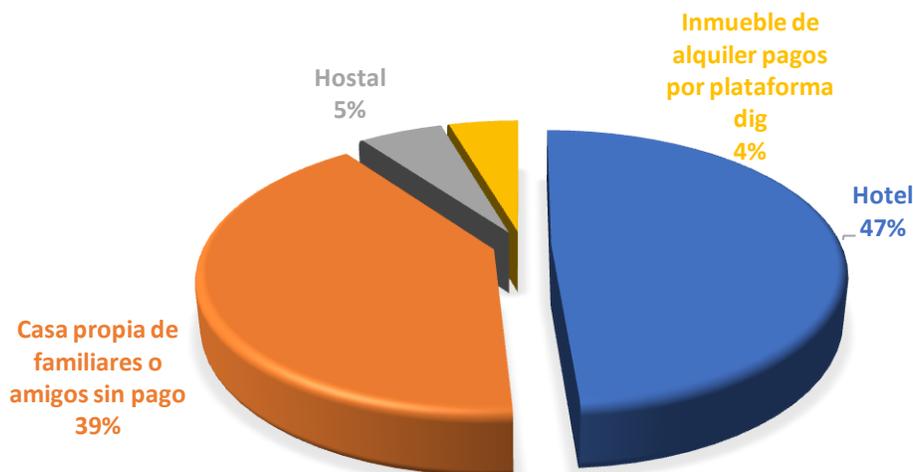


Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Con menor porcentaje de se encuentran los turistas nacionales que se alojaron en hoteles siendo el 17%, y el 1% pensaban alojarse en inmuebles de alquiler por plataformas digitales.

En relación a los turistas internacionales, la mayoría refirió alojarse en hotel, siendo el 47%, seguido de este se encuentra la opción casa de familiares o amigos (sin pago) 39%, hostel 5% y por ultimo inmueble de alquiler pagos por plataforma digital 4% de estos turistas. La proporción de estas tendencias se ilustra en la gráfica 10, dispuesta a continuación.

Gráfica 10. Lugar de Alojamiento (Turistas Internacionales)

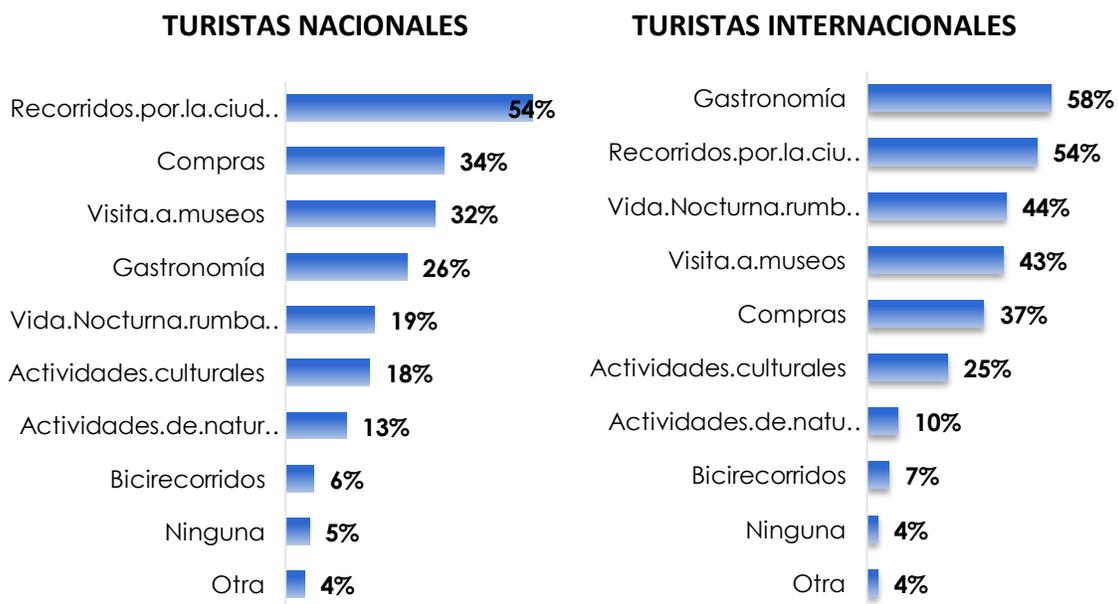


Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

ACTIVIDADES DE INTERÉS

En las gráficas a continuación, se presentan porcentualmente en número de turistas nacionales e internacionales que refirieron estar interesados en realizar otras actividades diferentes a la asistencia al evento navidad.

Gráfica 11. Actividades de Interés (Turistas)



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En la gráfica anterior se observa que el 54% de los turistas nacionales encuestados durante el evento refiere interés por realizar recorridos por la ciudad, entre un 25% a 35% de los turistas nacionales refirieron interés por actividades como: compras 34%, visita a museos 32% y gastronomía 26%. Con porcentajes menores al 20% se identificaron intereses por actividades como: vida nocturna, rumba y baile 19%; actividades culturales 18%; bicirecorridos 6%, ninguna 5% y otras actividades 4%.

En relación a los turistas internacionales refieren estar interesados en desarrollar actividades como: gastronomía 58%, recorridos por la ciudad 54%, vida nocturna 44%, visita a museos 43%, compras 37%; con menor interés representado en porcentaje se observan actividades como: actividades culturales 25%, actividades de naturaleza 10%, bicirecorridos 7%. Ninguna actividad u otra 4% cada una.

GASTO Y DISTRIBUCIÓN

El gasto referido por los turistas nacionales encuestados durante su viaje a la ciudad estuvo en un monto promedio 1.098.700 pesos, la distribución del gasto por parte de estos turistas se presenta en la gráfica 12, en donde se visualiza en porcentaje el gasto frente a actividades como: alojamiento, compras, transporte y alimentación entre otros.

Gráfica 12. Distribución del Gasto (Turistas Nacionales)



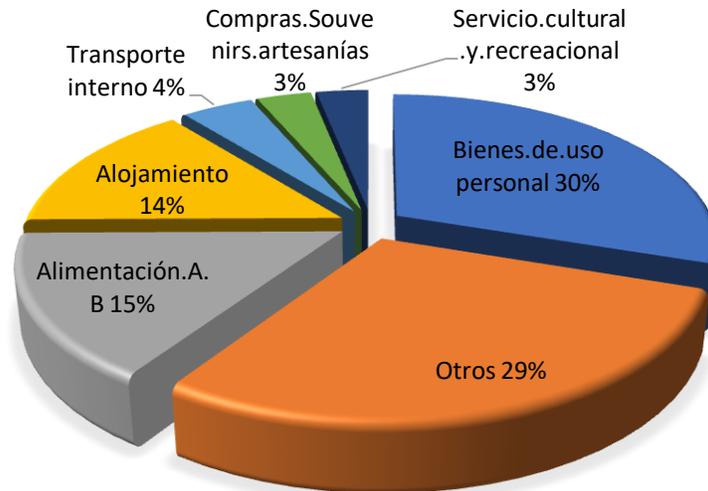
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En la gráfica anterior se observa que el 65% del gasto de los turistas nacionales encuestados fue destinado para: alimentación 28%, transporte interno 19% y servicio cultural y recreacional 18%; seguido a estos, su gasto

se distribuyó en bienes de uso personal 16%, compras souvenirs y artesanías 11% y alojamiento 8%.

Los turistas internacionales refirieron un gasto promedio de 741.500 pesos y 2.778 dólares; en la gráfica 13, se ilustra la distribución del gasto en términos de porcentaje, de los turistas internacionales encuestados.

Gráfica 13. Distribución del Gasto (Turistas Internacionales)



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

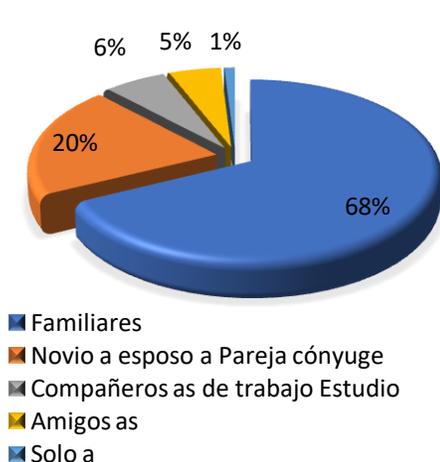
En la gráfica anterior se observa que el 59% del gasto de los turistas internacionales se destina para: bienes de uso personal (30%) y otros (29%); a estos gastos le siguen: alimentación 15% y alojamiento 14%. Con menor proporción del gasto, se destina para transporte interno 4%, compras 3% y servicio cultural y recreacional 3%.

GRUPO DE ASISTENCIA

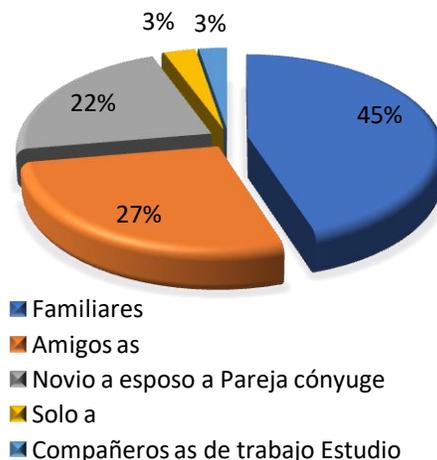
Al preguntar por las personas acompañantes se identificó que tanto turistas nacionales como internacionales asistieron en su mayoría con familiares, esta caracterización se muestra en las gráficas a continuación.

Gráfica 14. Caracterización Compañía de Turistas

TURISTAS NACIONALES



TURISTAS INTERNACIONALES



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

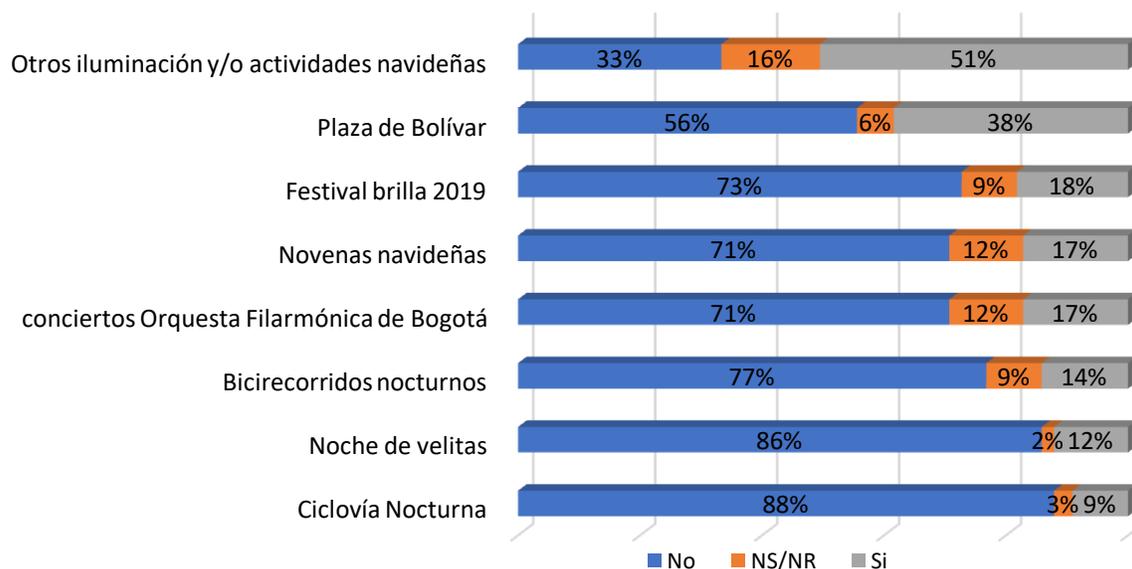
El 68% de los turistas nacionales encuestados asistieron con familiares, seguido a estos, el 20% asistió con novio, pareja o conyugue; con menor porcentaje de participación se observó: el 6% de los encuestados fueron acompañados por compañero de trabajo y/o estudio, 5% por amigos y el 1% asistió solo.

La mayoría de turistas internacionales encuestados asistieron con: familiares (45%), amigos (27%), el 22% de estos asistieron con novio, esposo, pareja o cónyuge, el 3% asistieron solos y el 3% con compañeros de trabajo o estudio.

ASISTENCIA A LAS ACTIVIDADES NAVIDEÑAS

En la Gráfica 15, se muestran los porcentajes en relación al interés de asistir y/o participar en las actividades navideñas o visitar los sitios turísticos como: Plaza de Bolívar, Jardín Botánico o Bicirecorridos entre otros.

Gráfica 15. Asistencia a Actividades Navideñas (Turistas nacionales)



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

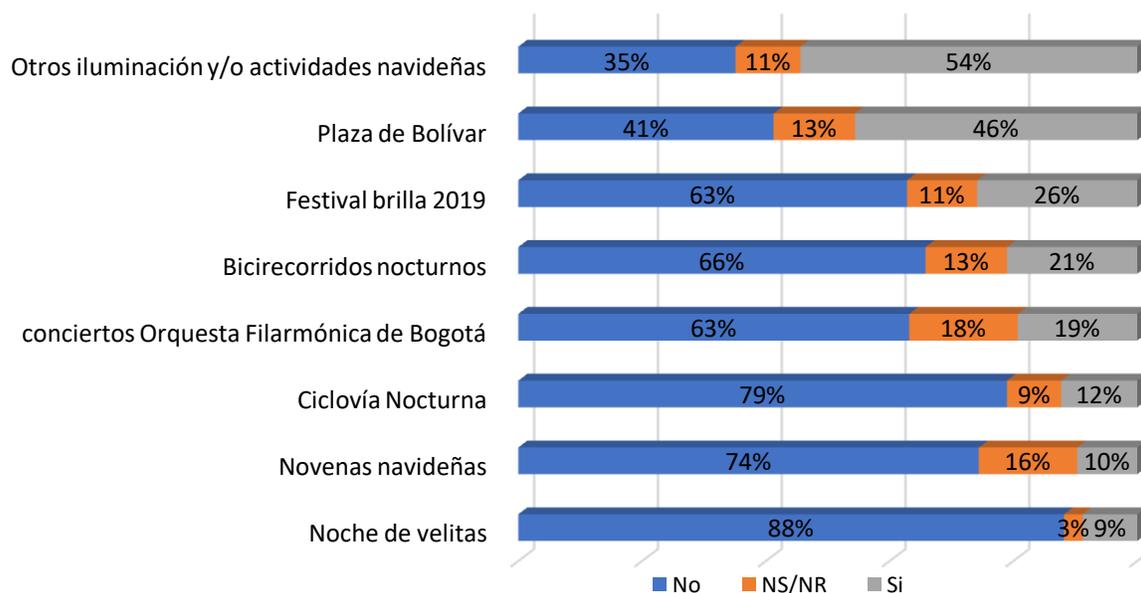
En la gráfica anterior se observa que el 51% de los turistas nacionales están interesados en participar en actividades navideñas y/o visitar la iluminación de la ciudad, el 33% de estos no le interesa y el 16% no sabe o no responde.

El 56% de los turistas nacionales no piensan “asistir a las funciones diarias que se desarrollan en la Plaza de Bolívar”, el 38% si piensan asistir a las funciones y el 6% no sabe o no responde.

En términos generales los turistas nacionales presentan un bajo interés por participar de actividades como: Festival brilla 2019, novenas navideñas, conciertos orquesta filarmónica, bicirecorridos nocturnos, noche de velitas y ciclovía nocturna; actividades en las cuales más del 70% de los turistas nacionales refirieron no considerar asistir y/o participar.

En la gráfica 16, se muestran los resultados obtenidos al preguntar sobre las actividades navideñas de interés para los turistas internacionales.

Gráfica 16. Asistencia a Actividades Navideñas (Turistas Internacionales)



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

El 54% de los turistas internacionales presentan interés por visitar otros puntos de iluminación de la ciudad y/o participar de las actividades navideñas, el 35% no presenta interés y el 1% no sabe o no responde.

El 46% de los encuestados si considera “asistir a las funciones diarias que se desarrollan en la Plaza de Bolívar”, el 41% no piensan asistir a las funciones y el 13% no sabe o no responde.

Los Bicirecorridos nocturnos ofertados presentan un interés bajo entre los turistas internacionales entre los cuales el 21% si consideran participar.

El 63% de los turistas encuestados no se encuentran interesados en asistir a los conciertos de la orquesta filarmónica de Bogotá, el 19% si está interesado y el 18% no sabe o no responde.

La ciclovía nocturna fue considerada como interesante para el 12% de los turistas internacionales encuetados, frente al 79% que no pensaban participar y el 9% que no saben o no respondieron.

Con menos de 10% de interés entre los turistas internacionales se observaron las actividades: novenas navideñas y noche de velitas.

INVITARÍA A FAMILIARES O AMIGOS

En las gráficas a continuación, se presenta la opinión en porcentaje sobre la pregunta ¿Invitaría amigos y/o familiares que residen fuera de la ciudad, a las festividades navideñas programadas en Bogotá?

Gráfica 17. Posible Invitación de Familiares y/o Amigos.



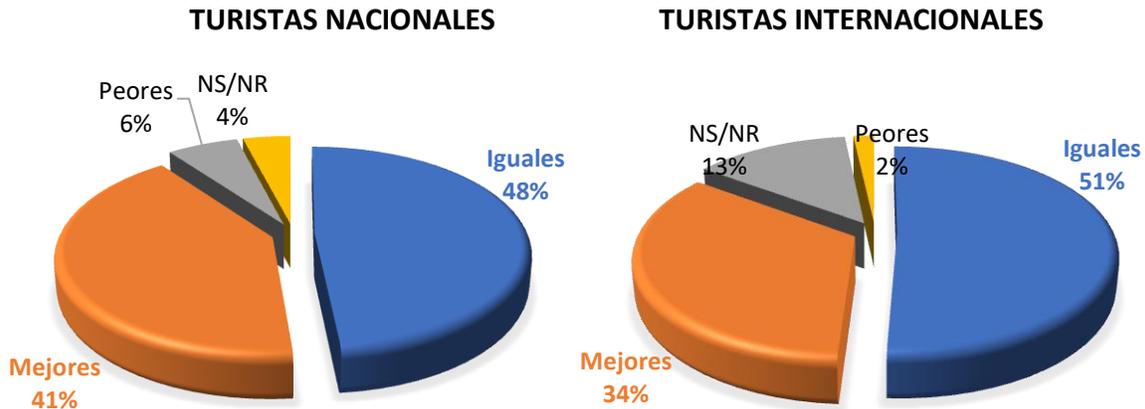
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Se observa una posible experiencia positiva por parte de la mayoría de los turistas encuestados, esto teniendo en cuenta que más del 90% de los turistas nacionales e internacionales, refieren que si invitarían a familiares o amigos que residen fuera de Bogotá a asistir a las festividades navideñas programadas en la ciudad.

COMPARACIÓN EVENTO NAVIDAD CON EL AÑO ANTERIOR

En las gráficas a continuación, se presentan los resultados comparativos de las festividades navideñas del 2019 con respecto a los años anteriores, esto en relación a la percepción de los turistas nacionales e internacionales.

Gráfica 18. Comparación Evento Navidad con Versiones Anteriores



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

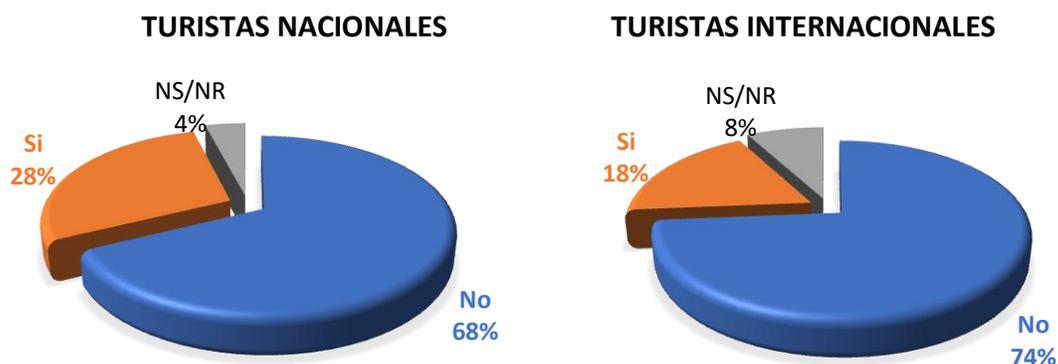
La mayoría de los turistas nacionales encuestados considero el evento navidad 2019 como igual o mejor que los años anteriores en donde: 48% consideraron el evento como igual y el 41% como mejor, por otra parte, el 6% lo considero peor y el 4% no respondió a la pregunta.

La percepción por parte de los turistas internacionales es similar a los turistas nacionales, en donde: 51% considera la navidad como igual al año anterior, 34% la considera mejor, 13% No sabe no responde y el 2% la considera peor en comparación con el año anterior.

CONOCIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DE NAVIDEÑAS

A continuación se presentan los resultados acerca del conocimiento de las actividades ofrecidas por la ciudad, en el marco del evento ciudad navidad, por parte de los turistas.

Gráfica 19. Conocimiento Acerca de Actividades Navidad 2019



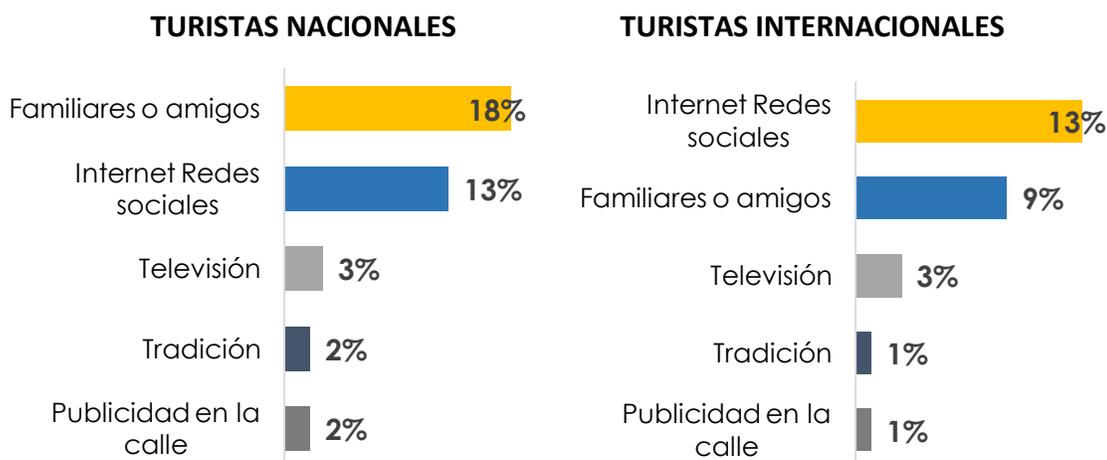
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En general, tanto turistas nacionales como internacionales no conocían las actividades que ofrecía la ciudad para la época navideña, en donde, el 68% de los turistas nacionales no tenía conocimiento, 28% si las conocían y el 4% no sabe o no responde; similar a los turistas nacionales, el 74% de los turistas internacionales no tenía conocimiento, 18% si sabía y el 8% no sabe no contesta.

COMO SE ENTERO DE LAS ACTIVIDADES NAVIDEÑAS

A continuación se presenta a través de porcentajes, los medios más comunes por los cuales los turistas encuestados se enteraron de las actividades relacionadas con el evento navidad 2019.

Gráfica 20. Medios por los Cuales Conocieron el Evento



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

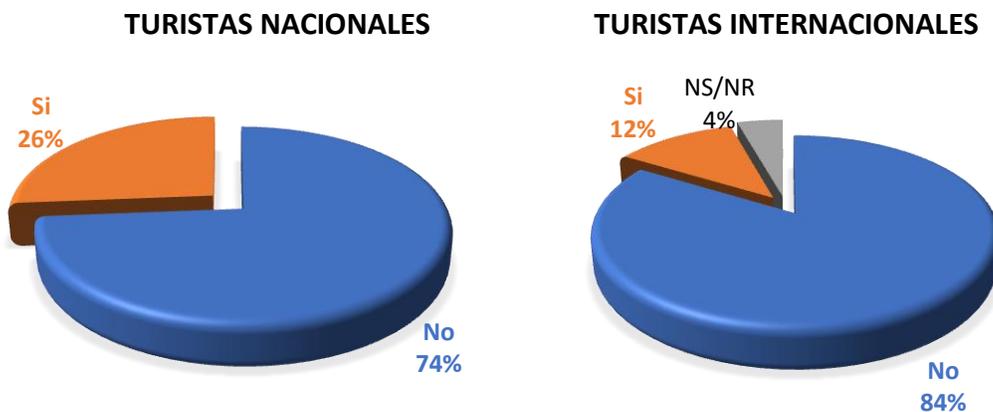
En la gráfica anterior se observa que el 18% de los turistas nacionales encuestados se enteraron acerca de las actividades del evento navidad a través de familiares o amigos, el 13% se enteró por medio de internet y redes sociales, 3% por televisión y 2% por tradición y publicidad en la calle.

Por otra parte el 13% de los turistas internacionales se enteraron de las actividades de navidad a través de Internet, redes sociales, el 9% se enteraron por familiares o amigos, el 3% se enteró por medio de la televisión, el 1% conocía de las actividades de navidad por tradición y el 1% se enteró por publicidad en la calle.

ASISTENCIA Y COMPARACIÓN MONSERRATE

Al preguntarles a los turistas si asistieron el año anterior al evento se observó: el 74% de los turistas nacionales encuestados, identificaron no haber asistido a Monserrate en años anteriores durante el evento navidad, esto frente al 26% que si asistieron en oportunidades anteriores. En cuanto a los turistas internacionales: el 84% no asistieron en oportunidades anteriores, 12% si asistieron y el 4% de estos no sabe y/o no responde.

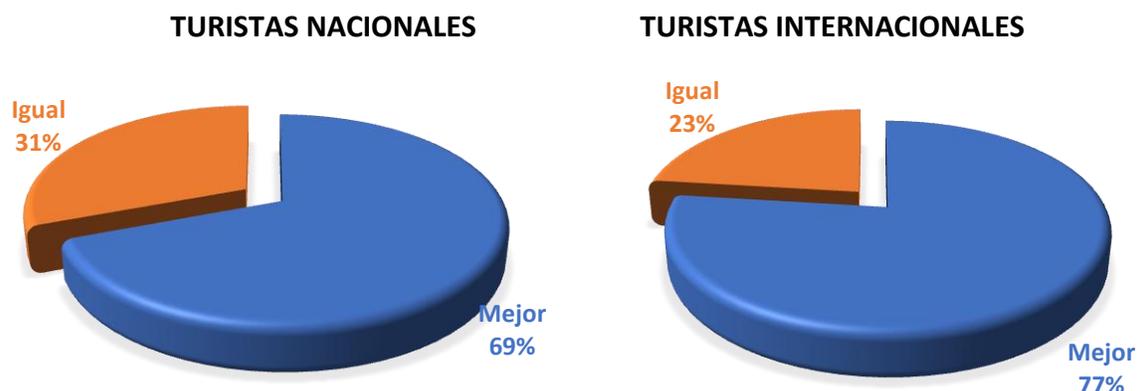
Gráfica 21. Asistencia a Monserrate Años Anteriores



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Al comparar la iluminación de Monserrate con respecto a la versión anterior de navidad desarrollada en el lugar se observa que del 26% de turistas nacionales que refirieron asistir a Monserrate en oportunidades anteriores, el 69% considero la iluminación como mejor y el 31% la considero como igual, esto se ilustra en las siguientes gráficas.

Gráfica 22. Comparación Iluminación Monserrate con Años Anteriores



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

De los turistas internacionales que refirieron haber asistido a Monserrate en años anteriores. El 77% consideraron la iluminación como mejor y el 23% la considero igual.

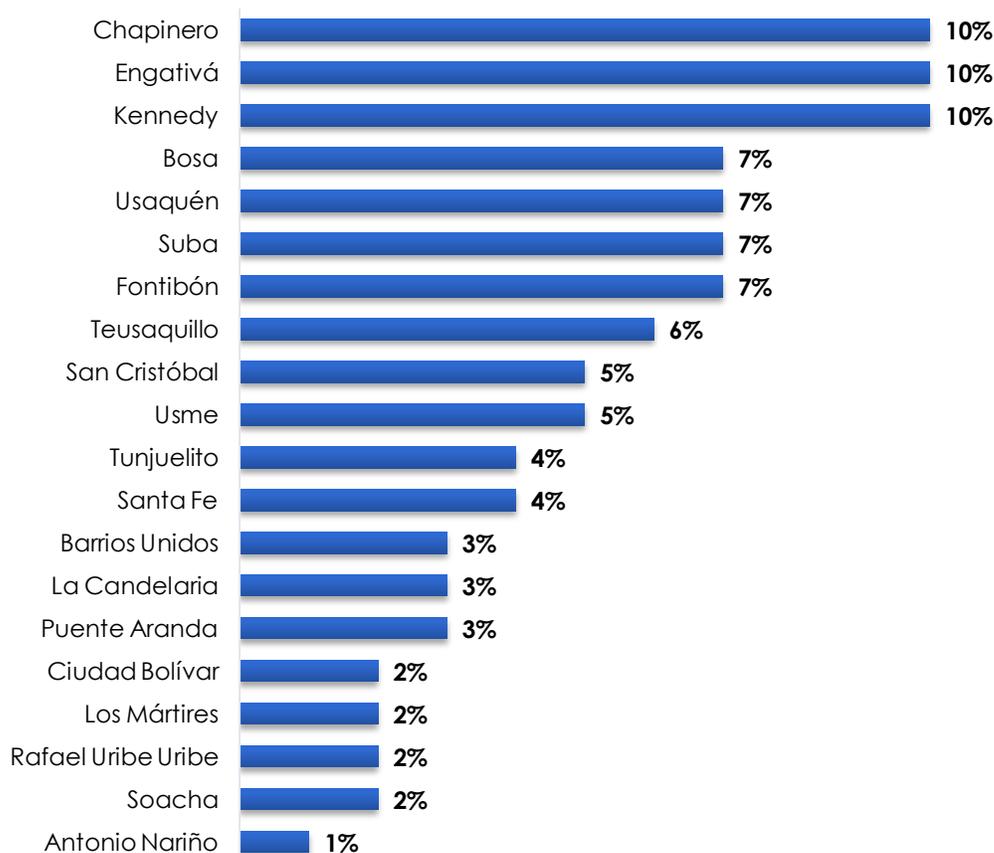
CARACTERIZACIÓN DEL RESIDENTE

En esta sección se muestran los resultados del total de las 723 encuestas realizadas a asistentes del evento navidad Bogotá 2019, en las cuales se identificaron como residentes de la ciudad de Bogotá.

Así mismo se identifica la localidad de procedencia del asistente con objeto de intentar identificar cual representa mayor participación, esto se ilustra en la gráfica 23.

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

Gráfica 23. Localidad Origen de los Asistentes Residentes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En la gráfica anterior se observa que el 30% de los asistentes a las actividades de navidad provienen de las localidades: Chapinero (10%), Engativá (10%) y Kennedy (10%).

Igualmente se identifican localidades con participación igual al 7% cada una como lo son: Bosa, Usaquén, Suba y Fontibón.

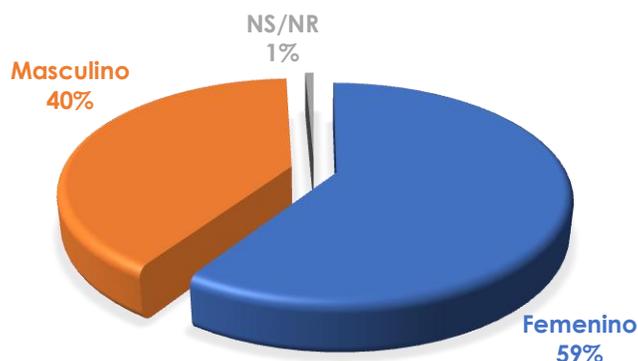
Con menor participación le siguen Teusaquillo 6%, San Cristóbal 5%, Usme 5%, Tunjuelito 4%, Santa Fe 4%, Barrios Unidos 3%, La Candelaria 3% y Puente Aranda 3%.

Finalmente representadas por el 2% de asistentes residentes cada una se encuentran Ciudad Bolívar, Los Mártires, Rafael Uribe Uribe y Soacha; solo se identificó el 1% proveniente de la localidad Antonio Nariño.

GÉNERO

En la Gráfica 24, se muestra el porcentaje de participación al evento, con respecto al sexo de los asistentes residentes encuestados.

Gráfica 24. Genero de los Residentes



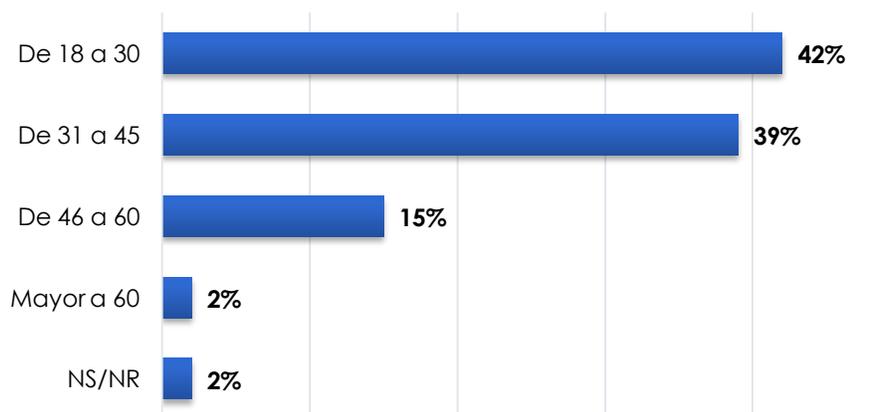
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En mayor proporción de asistentes residentes encuestados en el evento de navidad se identificaron las mujeres siendo el 59% del total de residentes encuestados, 40% hombres y el 1% no sabe no responde.

RANGO DE EDAD

La Grafica 25 a continuación, representa el porcentaje de los residentes encuestados en relación con su edad.

Gráfica 25. Rango de Edad Residentes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

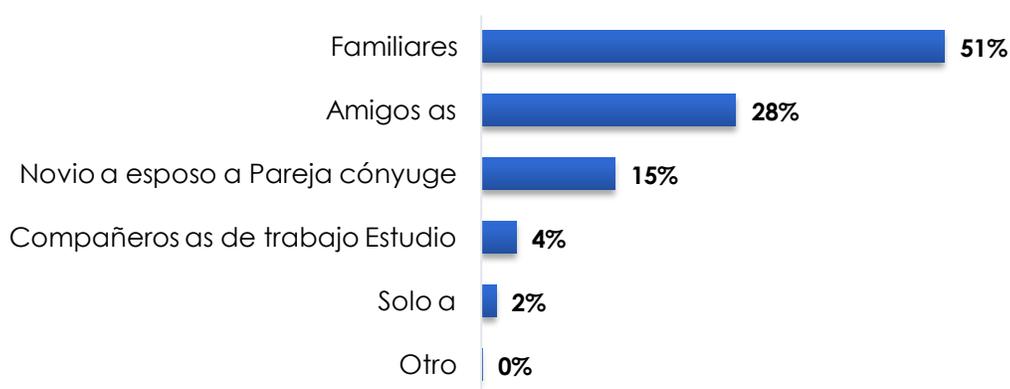
Del total de residentes encuestados, el 42% eran personas con edades entre 18 a 30 años, 39% se encontraban en edades entre los 31 a 45 años,

15% de estos entre los 46 a 60 años, 2% de los encuestados eran mayores de 60 años y el 2% no indicó la edad mediante la opción No sabe o no responde.

GRUPO DE ASISTENCIA

Al preguntar por las personas acompañantes, se identificó que el 51% de los residentes encuestados asistieron con familiares, seguido a estos, 28% asistió con amigos y el 15% de los encuestados se encontraban acompañados por la pareja conyugue, novio o esposo. Estos resultados se presentan en la Gráfica 26.

Gráfica 26. Caracterización Compañía de Residentes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

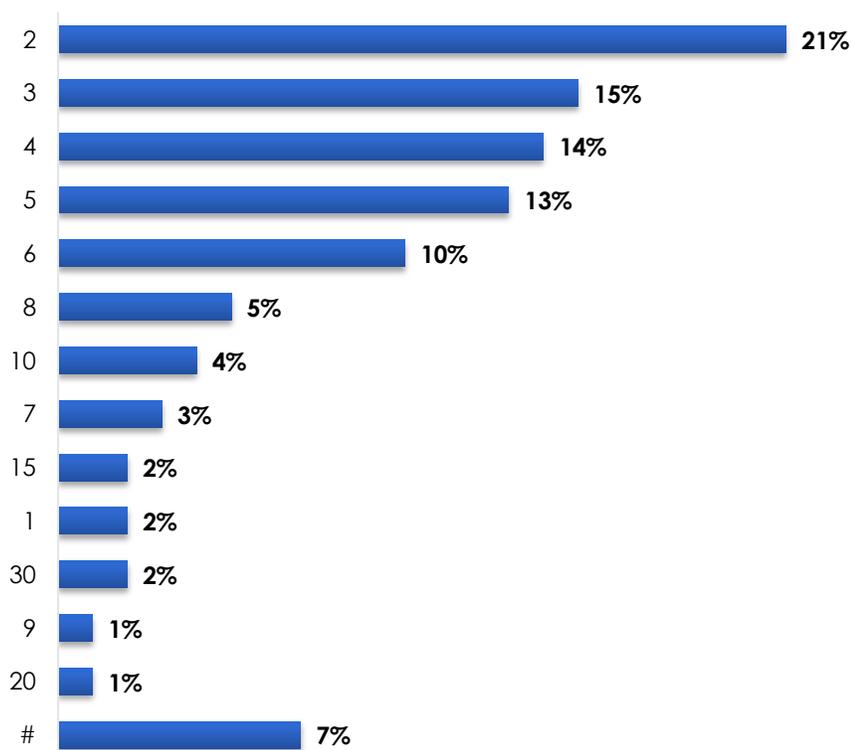
Con menor porcentaje de participación se encuentran: acompañados por compañeros de trabajo y/o estudio 4% y el 2% de los residentes encuestados asistieron solos.

NUMERO DE ACOMPAÑANTES

En la Gráfica 27, se muestra el número de acompañantes con los que se encuentra el residente encuestado en el evento navidad, esto representado en porcentaje.

A través de las encuestas se identificó que los 723 residentes encuestados asistieron acompañados por 4723 personas. De estos 4723 acompañantes se identificaron 771 menores de edad; igualmente 3803 de los 4723 acompañantes viven en la ciudad.

Gráfica 27. Cantidad de Personas Acompañantes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

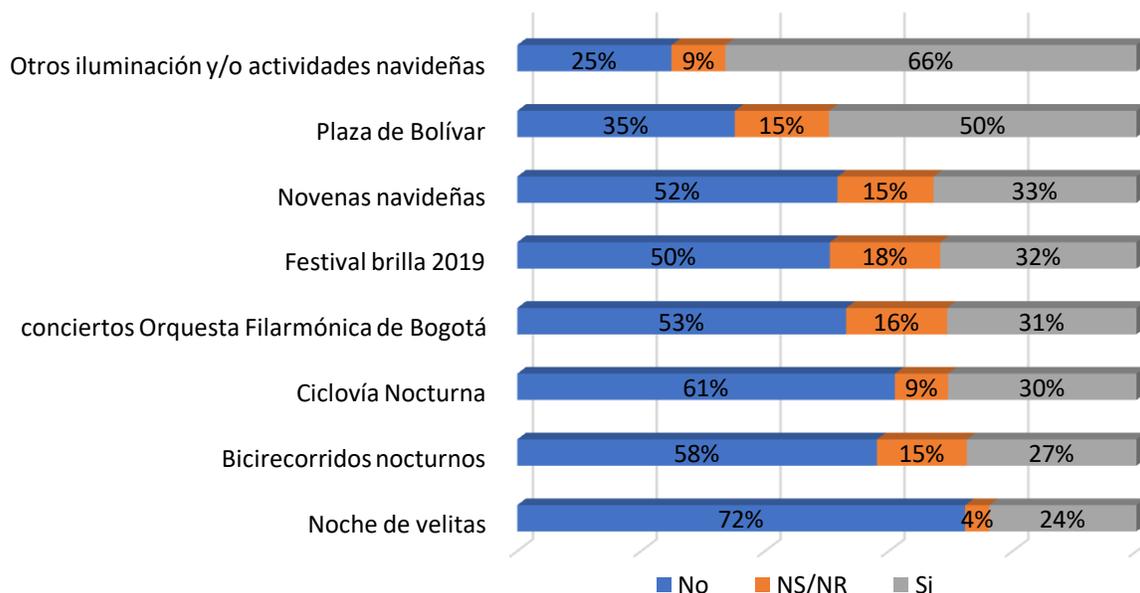
A través de la pregunta ¿Incluyendo lo a usted con cuantas personas viaja el día de hoy?: se observó que la mayoría de residentes encuestados asistieron en grupos de personas menores a 6 personas, en donde: el 21% de los residentes asistió con una persona, 15% se encontraba acompañado por dos personas, 14% asistió con 3 personas, 13% con 4 personas y el 10% de estos se encontraban con 5 acompañantes.

Con menor porcentaje encontramos grupos de: 8 personas (5%), 10 (4%), 7 (3%), 15 (2%), 1 (2%), 30 (2%), 9 (1%), 20 (1%) y otros grupos con cantidades diferentes de acompañantes (7%).

ASISTENCIA A LAS ACTIVIDADES NAVIDEÑAS

En la Gráfica 28, se muestran los porcentajes en relación al interés de asistir y/o participar en las actividades navideñas o visitar los sitios turísticos como: Plaza de Bolívar, Jardín Botánico o Bicirecorridos entre otros.

Gráfica 28. Asistencia a Actividades Navideñas (Residentes)



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

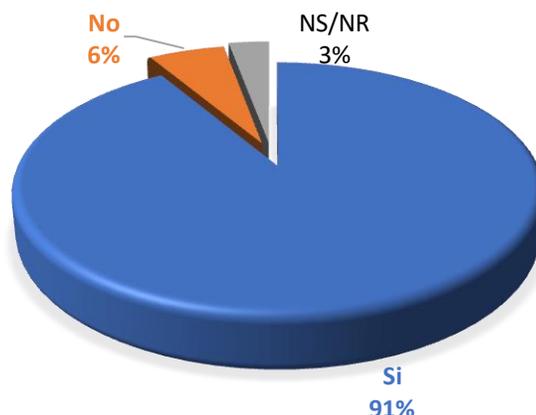
El 66% de los residentes encuestados presentan interés en la “iluminación y/o participar en actividades navideñas”, a esta actividad le sigue “asistir a las funciones diarias que se desarrollan en la Plaza de Bolívar” con 50% de los encuestados, asistir a las “novenas navideñas” 33%, “Festival brilla 2019” 32%, “conciertos Orquesta Filarmónica de Bogotá” 31% y asistir a la “ciclovía nocturna” para el cual el 30% de los encuestados presentan interés por asistir.

Dentro de las actividades navideñas con menor interés por parte de los residentes encuestados se encontró: “Bicirecorridos nocturnos”, en donde el 58% no piensa asistir frente al 27% que si piensa asistir; “Noche de velitas” la cual el 72% no presenta interés, 4% No sabe o no responde y el 24% si está interesado.

INVITARÍA A FAMILIARES O AMIGOS

La Gráfica 29 a continuación, se representa la posibilidad de los asistentes con respecto a invitar a amigos y/o familiares que residen fuera de la ciudad, a las festividades navideñas programadas en Bogotá.

Gráfica 29. Posible Invitación de Familiares y/o Amigos.



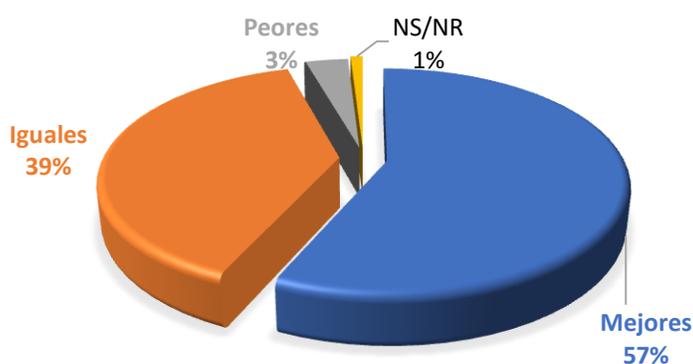
Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En la gráfica anterior se observa que el 91% de los residentes encuestados refieren que “si” invitarían a familiares y/o amigos que viven fuera de Bogotá para participar en las actividades navideñas programadas en Bogotá, por otra parte el 6% refirieron no invitar y el 3% no saben o no responden.

COMPARACIÓN EVENTO NAVIDAD CON EL AÑO ANTERIOR

En las gráfica 30 a continuación, se presentan los resultados comparativos de las festividades navideñas del 2019 con respecto a los años anteriores, esto en relación a la percepción de los residentes encuestados.

Gráfica 30. Comparación Evento Navidad con Versiones Anteriores



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

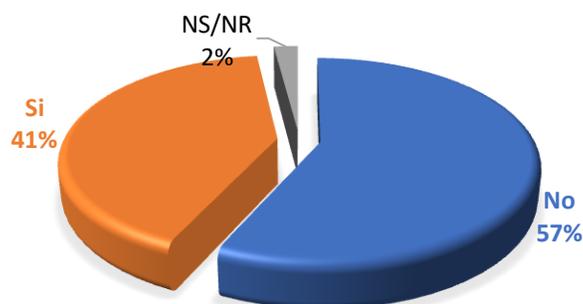
Más del 90% de los residentes consideran el evento navidad 2019 como mejor o igual con relación a su versión anterior, en donde: 57% de los

encuestados la consideraron mejor, 39% igual, 3% como peor y el 1% de estos no sabe o no responde.

CONOCIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES NAVIDEÑAS

La Gráfica 31 a continuación, presenta los resultados obtenidos al preguntarles a los asistentes residentes, si conocían las actividades que la ciudad ofrecía para esta época navideña.

Gráfica 31. Conocimiento de Actividades Navideñas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Se observa que el 57% de los residentes encuestados no conocía de las diferentes actividades navideñas, el 41% de estos si tenía conocimiento y el 2% No sabía o no respondió.

COMO SE ENTERO DE LAS ACTIVIDADES NAVIDEÑAS

Los medios por los cuales los residentes encuestados se enteraron de las actividades de navidad, se representan en porcentajes en la gráfica 32 dispuesta a continuación.

Gráfica 32. Medios por los Cuales Conocieron el Evento



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

El medio más común por el cual los residentes se enteraron de las actividades navideñas ofrecidas por la ciudad fueron las redes sociales, estas referidas como principal medio por el 23% de los encuestados.

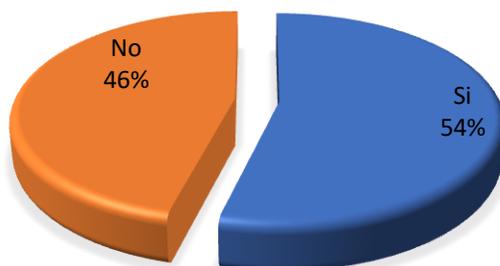
El segundo medio por el cual los residentes conocieron sobre las actividades fue a través de familiares o amigos, siendo el 18,9%, seguido a este, el 10,2% de los residentes conocían sobre el evento por tradición y 7,1% por televisión.

Los medios como el radio, prensa, otro medio y publicidad en la calle dieron a conocer las actividades de navidad al 5,3% de los residentes encuestados.

ASISTENCIA Y COMPARACIÓN MONSERRATE

Al preguntar si asistieron el año anterior al evento, el (54%) de los residentes encuestados refirieron haber asistido a Monserrate en años anteriores durante el evento navidad, esto frente al 46% que no asistieron en oportunidades anteriores.

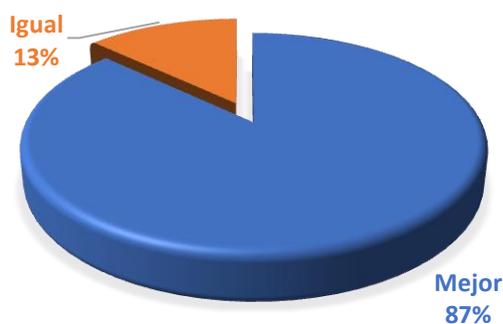
Gráfica 33. Asistencia a Monserrate Años Anteriores



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En la gráfica 34 a continuación, se muestran los resultados obtenidos al solicitarle a los residentes que asistieron a Monserrate en años anteriores, comparar la iluminación del lugar con respecto a la versión anterior.

Gráfica 34. Comparación Iluminación Monserrate con Años Anteriores



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

El 87% de estos residentes considero la iluminación como mejor y el 13% la considero como igual.

PERCEPCIÓN GENERAL

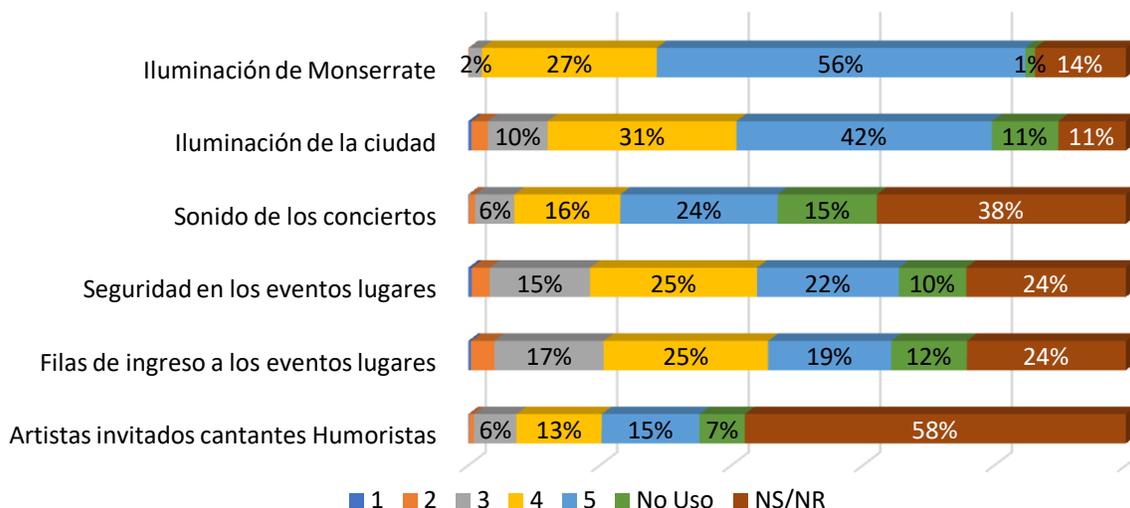
En esta sección se muestra la percepción de los asistentes residentes, turistas y excursionistas, esto por medio de calificaciones acerca de las actividades navideñas ofrecidas y aspectos de la ciudad.

PERCEPCIÓN DE ACTIVIDADES NAVIDEÑAS

A continuación se presentan los resultados calificativos del 1 al 5, siendo 1 muy malo y 5 muy bueno, de la percepción de asistentes respecto a aspectos relacionados con los eventos navideños como: Iluminación de Monserrate, Iluminación de la ciudad, Artistas invitados, Sonido de los

conciertos, Filas de ingreso a los eventos/lugares, Seguridad en los eventos/lugares.

Gráfica 35. Percepción de las Actividades Navideñas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En la gráfica anterior se observa la percepción del total de asistentes durante el evento navidad, a través de porcentajes en donde:

La iluminación de Monserrate es calificada como buena y muy buena por el 83% de los encuestados con: 4 (27%) y 5 (56%), estas dos calificaciones fueron las más seleccionadas seguidas por no sabe no responde con 14%.

La iluminación de la ciudad es considerada como buena o muy buena, presentando calificaciones de 5 (42%), 4 (31%) y no uso o no sabe no responde con un 11% de los asistentes encuestados.

Al preguntar por el sonido en los conciertos, el 39% de los encuestados refirió calificaciones entre: 4 (16%) y 5 (24%); el 38% siendo la proporción más calificada se encontró la opción no sabe no responde.

La seguridad en los eventos y lugares y las filas de ingreso a los eventos lugares fueron calificadas en mayor porcentaje con 4, representada por el 25%, seguida de esta, la opción no sabe no responde por el 24% de los asistentes, luego, con calificación 5 el (22%).

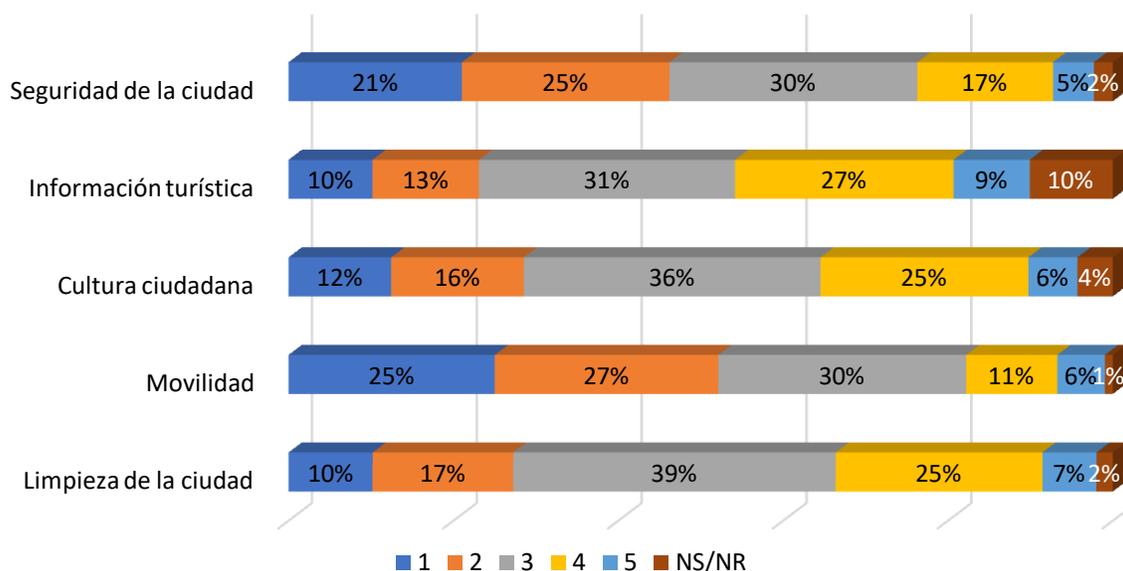
Al calificar los invitados cantantes y humoristas el 58% de los turistas encuestados refieren no saber o no respondieron, seguida a esta las

calificaciones con mayor respuesta fueron: 5 con (15%) y 4 con (13%) de los encuestados.

PERCEPCIÓN DE LA CIUDAD

En la gráfica 36 a continuación, se ilustran las calificaciones obtenidas acerca de la percepción de los asistentes encuestados sobre aspectos de la ciudad como: limpieza de la ciudad, movilidad, cultura ciudadana, información turística y seguridad de la ciudad.

Gráfica 36. Percepción de la Ciudad



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En la gráfica anterior se observan mayor respuesta en la calificación 3, esto en general para todos los aspectos referidos a la percepción de la ciudad; a continuación se describe brevemente cada aspecto.

La calificación de la seguridad de la ciudad se encuentra en mayor proporción entre 3 y 1, siendo referida por el 75% de los encuestados, en donde: 1 es (21%), 2 (25%) y 3 (30%); con menor proporción se encuentra el 4 con (17%), 5 con (5%) y no sabe no responde con (2%).

La información turística se consideró como neutra a buena, en donde la calificación 3 y 4 conforman el 58% de los encuestados; se observa la calificación 3 con (31%) y 4 con (27%); esto seguido por las calificaciones 2 (13%) y 1 (10%), con menor proporción se encuentran la calificación 5 (9%) y no sabe no responde con 10%.

La cultura ciudadana es calificada mayormente con 3 (36%), a esta calificación se sigue el 4 con (25%) y 2 con (16%); con menores porcentajes se encuentra la calificación 1 (12%), 6 (6%) y no sabe no responde (4%).

Al calificar la movilidad de la ciudad los asistentes posiblemente la consideraron entre muy mala y regular, en donde, se observa que el 52% de los asistentes se encuentran entre las calificaciones: 1 (25%) y 2 (27%), siendo el 1 muy malo; en contraste encontramos las calificaciones 4 y 5 representando el 17% de los encuestados y la calificación 3 como posiblemente neutra con el 30%.

La limpieza de la ciudad se podría considerar como aceptable a buena al observar que: 39% de los encuestados la calificaron con 3 y el 25% con 4; seguida de estas se encuentran las calificaciones 2 con (17%) y 1 con (10%); en menor porcentaje de participación se encuentra la calificación 5 (7%) y no sabe no responde (2%).

CONCLUSIONES

- La mayor población encuestada de acuerdo a su lugar de procedencia fueron los residentes, siendo el 76% de los asistentes encuestados.
- El 22% de los asistentes fueron turistas, de los cuales 12% eran turistas internacionales y 10% nacionales.
- Los países de origen con mayor representación de turistas internacionales encuestados fueron: México 19%, Estados Unidos 11%, Alemania 8% y Venezuela 7%.
- Los turistas nacionales encuestados provenían en mayor porcentaje de los departamentos: Valle del Cauca 14%, Antioquia 11%, Atlántico 9%, Cundinamarca 9%, Huila 8% y Santander 8%.
- Las localidades origen con mayor cantidad de asistentes encuestados fueron Chapinero, Engativá y Kennedy, cada una con participación del 10%.
- Se observa mayor cantidad de mujeres encuestadas siendo el 59% de los residentes encuestados frente a un 40% de hombres.
- Se observa una mayor cantidad de residentes entre el rango de edad de 18 a 30 años, esta seguida por asistentes con edades entre los 31 a 45 años.
- Los turistas nacionales e internacionales encuestados se encuentran con mayor porcentaje en el rango de edad de 31 a 45 años, esto seguido por edades entre 18 a 30 años en los turistas internacionales y 46 a 60 años en los turistas nacionales.
- El 68% de los turistas internacionales refiere "vacaciones recreación y ocio", como principal motivo de viaje a Bogotá, esta seguida por la visita a familiares y amigos 25%.
- El 58% de los turistas nacionales viajaron para visitar a familiares y amigos como razón principal, el 31% viajo por vacaciones recreación ocio.
- Los turistas nacionales en mayor porcentaje refieren alojarse 2, 3 o 15 días en la ciudad.
- Los turistas internacionales en mayor porcentaje refieren alojarse 4, 5 o 8 días en la ciudad.
- EL principal lugar de alojamiento elegido por los turistas nacionales es la casa propia de familiares o amigos (82%) y el hotel (17%).

- Los lugares de alojamiento más elegidos por los turistas internacionales encuestados son: hotel (47%) y casa propia de familiares o amigos (39%).
- Los turistas nacionales encuestados refirieron mayor interés por realizar actividades como: recorridos por la ciudad (54%), compras (34%) y visita a museos (32%).
- Los turistas internacionales encuestados refirieron mayor interés por realizar actividades como: gastronomía (58%), recorridos por la ciudad (54%), vida nocturna (44%) y visita a museos (43%).
- El gasto de los turistas nacionales contempla: 28% alimentación, 19% transporte, 18% servicio cultural y recreacional y 16% para bienes de uso personal.
- El gasto de los turistas internacionales contempla: 30% para bienes de uso personal, 29% otros gastos, 15% alimentación y 14% en alojamiento.
- Los turistas nacionales encuestados en su mayoría asistieron acompañados por familiares (68%) y novio, esposo, pareja o cónyuge (20%).
- EL 72% de los turistas internacionales asistieron acompañados por: familiares (45%) y amigos (27%).
- La actividad navideña con mayor interés por parte de los turistas nacionales e internacionales fue “visitar la iluminación y/o actividades navideñas” elegida por más del 50% de los turistas encuestados.
- Más del 90% de los asistentes encuestados entre turistas y residentes, afirmaron la posibilidad de invitar a amigos o familiares que viven fuera de la ciudad.
- Comparando el evento navidad con la versión anterior, el 59% de los residentes lo consideraron mejor y el 39% igual.
- Los turistas nacionales e internacionales consideraron el evento como igual con 48% y 51% respectivamente.
- El evento navidad no era conocido por: el 68% de turistas nacionales, 74% de turistas internacionales y 57% de los residentes.
- Los medios de comunicación más comunes, por los cuales la mayoría de asistentes encuestados se enteraron del evento fueron: el internet, redes sociales y la comunicación de familiares o amigos.
- El 54% de los residentes encuestados refirió haber asistido a Monserrate en años anteriores, de estos el 87% considero la iluminación de Monserrate como mejor con respecto a versiones anteriores.

- 26% de los turistas nacionales y 12% de los turistas internacionales afirmaron su asistencia a Monserrate en años anteriores, de estos el 69% de turistas nacionales y 77% de turistas internacionales calificaron la iluminación de este como mejor.
- La percepción de los asistentes encuestados con respecto a la iluminación de Monserrate es calificada como buena y muy buena, calificada con 4 por el (27%) de los asistentes y 5 por el (56%).
- La iluminación de la ciudad es considerada como buena o muy buena, presentando calificaciones de 5 (42%), 4 (31%).
- La seguridad en los eventos y lugares y las filas de ingreso a los eventos lugares, fueron calificadas en mayor porcentaje como buena con la calificación 4, representada por el 25% de los encuestados.
- En general, para todos los aspectos referidos a la percepción de la ciudad la mayor calificación fue 3.
- La percepción de la seguridad de la ciudad se encuentra entre regular a muy mala observando mayor cantidad de calificaciones entre 3 y 1.
- La información turística se consideró como regular a buena, en donde la calificación 3 y 4 conforman el 58% de los encuestados.

BIBLIOGRAFÍA

IDRD. (21 de 11 de 2019). *Prográmate desde ya para disfrutar esta Navidad con música, pirotécnia y mucho deporte*. Obtenido de <https://www.idrd.gov.co/node/3110>

