

BOGOTÁ MADRID FUSIÓN

NOV
07_10

2019

UN CONTINENTE GASTRONÓMICO



ENRIQUE PEÑALOSA LONDOÑO
Alcalde Mayor de Bogotá

JOSÉ ANDRÉS DUARTE GARCÍA
Secretario de Desarrollo Económico

NELSON ANDRÉS CALDERÓN
Director General
Instituto Distrital de Turismo

GABRIEL EDUARDO MORENO VELOZA
Asesor
Observatorio de Turismo

Investigación

CARLOS MARIO BETANCUR CHAVES
Economista

Instituto Distrital de Turismo
www.bogotaturismo.gov.co
Bogotá, diciembre 27 de 2019

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 Bogotá Madrid Fusión, el cual se lleva a cabo en la ciudad de Bogotá. Esta es una iniciativa realizada en conjunto con el grupo Vocento de España, organizador de “Madrid Fusión”, el principal Congreso de Alta Gastronomía de Europa. Bogotá Madrid Fusión, que tendrá una duración de cuatro días, y busca exaltar la diversidad de la gastronomía colombiana, contará con la presencia de 20 de los mejores chefs de Europa, Asia y América, quienes darán charlas y talleres magistrales y sesiones de cocina en vivo para compartir su experiencia con los asistentes, así como una zona de experiencias gastronómicas abierta al público general, que acercará a los ciudadanos y visitantes a diferentes propuestas gastronómicas del territorio colombiano que podrán degustar (Bogotá Madrid Fusión, 2019).

Bogotá Madrid Fusión en el año 2019 se lleva a cabo del 7 al 10 de noviembre, en el cual habrá: Congreso de Alta Gastronomía, Talleres Magistrales, Rueda de negocios y networking gastronómico, Feria comercial, Experiencias gastronómicas y más.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	2
CONCEPTOS BÁSICOS	5
OBJETIVOS	6
a. Objetivo general	6
b. Objetivos específicos	6
METODOLOGÍA.....	7
RESULTADOS.....	9
Lugar de Residencia Asistentes	9
Localidad de residencia residentes	9
Género de los residentes.....	10
Edad de los residentes	11
PROPORCIÓN DE TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES.....	11
CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES	12
Lugar de residencia de los turistas nacionales	12
Género de los turistas nacionales.....	12
Edad de los turistas nacionales.....	13
Grupo de viaje turistas nacionales	13
Principal razón o motivo del viaje a Bogotá por los turistas nacionales.....	14
Principal lugar de alojamiento de los turistas nacionales.....	14
Gasto de los turistas nacionales	15
Asistencia a talleres magistrales turistas nacionales.....	16
Valoración de la programación, turistas nacionales.....	16
Valoración aspectos específicos del evento, turistas nacionales	17
Difusión de Bogotá Madrid Fusión 2019 turistas nacionales.....	18
CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES	19
Lugar de residencia de los turistas internacionales	19
Género de los turistas internacionales.....	20
Edad de los turistas internacionales	20
Grupo de viaje turistas internacionales.....	21
Principal razón o motivo del viaje a Bogotá por los turistas internacionales	22
Principal lugar de alojamiento de los turistas internacionales	22

Gasto de los turistas internacionales.....	23
Asistencia a talleres magistrales turistas internacionales	24
Valoración de la programación, turistas internacionales	25
Valoración aspectos específicos del evento, turistas internacionales	25
Difusión de Bogotá Madrid Fusión 2019 turistas internacionales.....	26
CONCLUSIONES.....	27

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 a los residentes y turistas asistentes al evento de ciudad “Bogotá Madrid Fusión, 2019”.

b. Objetivos específicos

- Conocer la cantidad de turistas nacionales e internacionales que asistieron al evento “Bogotá Madrid Fusión, 2019”.
- Identificar el lugar de residencia de los asistentes al evento “Bogotá Madrid Fusión, 2019”.
- Determinar las motivaciones de viaje a Bogotá de los turistas asistentes al evento “Bogotá Madrid Fusión, 2019”.
- Describir comportamientos relacionados con la pernoctación de los turistas asistentes al evento “Bogotá Madrid Fusión, 2019”.
- Caracterizar los asistentes al “Bogotá Madrid Fusión, 2019” por sus atributos socio-demográficas, tales como, edad y género, y según su lugar de origen.
- Caracterizar el gasto turístico efectuado por los asistentes al festival durante su estadía en Bogotá.
- Conocer la percepción de los asistentes a “Bogotá Madrid Fusión, 2019” respecto a los recintos destinados para el festival.

METODOLOGÍA

Durante los días del 7 al 10 de noviembre se hizo la recolección de información del evento de ciudad Bogotá Madrid Fusión, en el cual cada día representaban un estrato según el diseño muestral, en el cual se seleccionaban a los asistentes por muestreo aleatorio simple sin reemplazo, y así obtener una muestra probabilística. Finalmente se alcanzó a recolectar la cantidad mínima de encuestas y con CVS menores al 15% se logró que la medición sea probabilística, es decir, que los resultados sean representativos de toda la población de estudio.

Población Objetivo

Asistentes al evento de ciudad “Bogotá Madrid Fusión 2019”.

Periodo de recolección

La recolección de información se realizó los días 7, 8, 9 y 10 de noviembre de 2019.

Cobertura Geográfica

Corresponde a los escenarios seleccionados para recolección de información, es decir: Parque 93, Auditorio Sonia fajardo Forero, Teatro Colsubsidio Roberto Arias Pérez, Teatro Jorge Eliecer Gaitán, Auditorio Fabio Lozano.

Unidad de Observación

La unidad informante será aquella persona asistente al evento de ciudad “Bogotá Madrid Fusión 2019”.

Tipo de Investigación

Diseño aleatorio simple estratificado: Técnica de muestreo que estratifica, en este caso los días, para realizar en cada estrato (día) un muestreo aleatorio simple sin reemplazo. Técnica realizada para conocer la opinión pública acerca de un evento u tema de interés y que estos sean representativos de la población de estudio. A partir de esta técnica se pueden generalizar resultados a niveles poblacionales, lo cual permite conocer el número de asistentes por cada subpoblación, y de aquí caracterizar cada uno de estos, en especial turistas nacionales e internacionales.

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

El número encuestas mínimo a realizar, según la estimación del tamaño de muestra de una proporción, fue de 449.

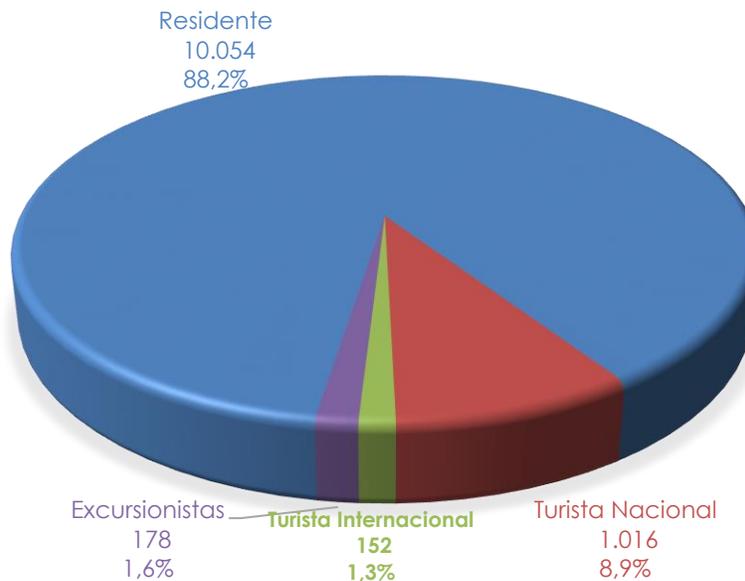
RESULTADOS

Lugar de Residencia Asistentes

Al festival Bogotá Madrid Fusión llevado a cabo en 2019 asistieron 11.400 personas, de las cuales 10.054 (88,2%) eran residentes de la ciudad y 1.346 (11,8%) no residentes, compuestos por excursionistas y turistas.

Los turistas que asistieron al festival Bogotá Madrid Fusión ascendieron a 1.168 (10,2%) personas, de los cuales 1.016 (87%) eran de origen nacional y 152 (13%) de origen internacional.

Gráfica 1. Lugar de residencia

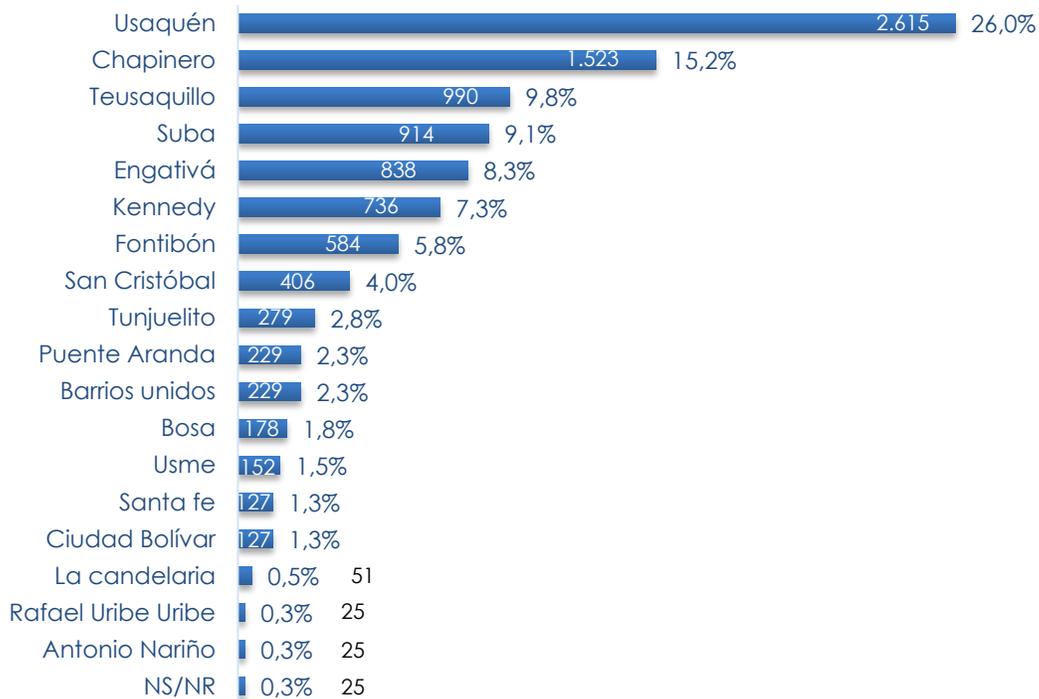


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Localidad de residencia residentes

Los asistentes residentes de la ciudad provenían principalmente de Usaquén (26%), seguido de Chapinero (15,2%), Teusaquillo (9,8%) y Suba (9,1%).

Gráfica 2. Localidad de residencia residentes

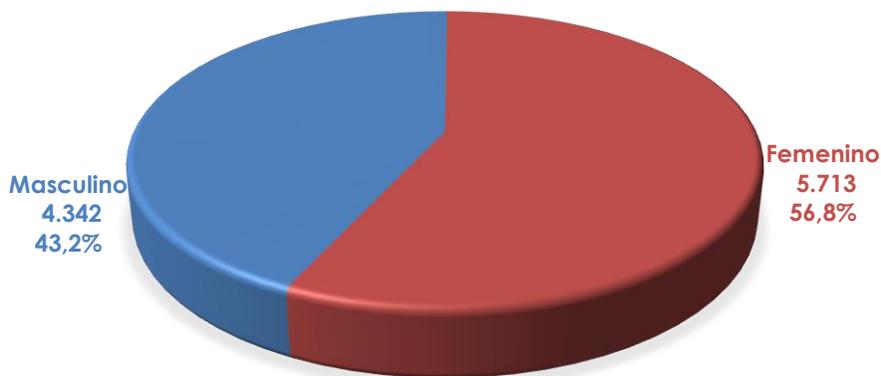


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Género de los residentes

La participación de los residentes según el género fue muy parecida para ambos sexos, las mujeres tuvieron una participación del 56,8%, lo que equivale a 5.713 personas, mientras que los hombres ascendieron a 4.342, representando el 43,2%.

Gráfica 3. Género de los residentes

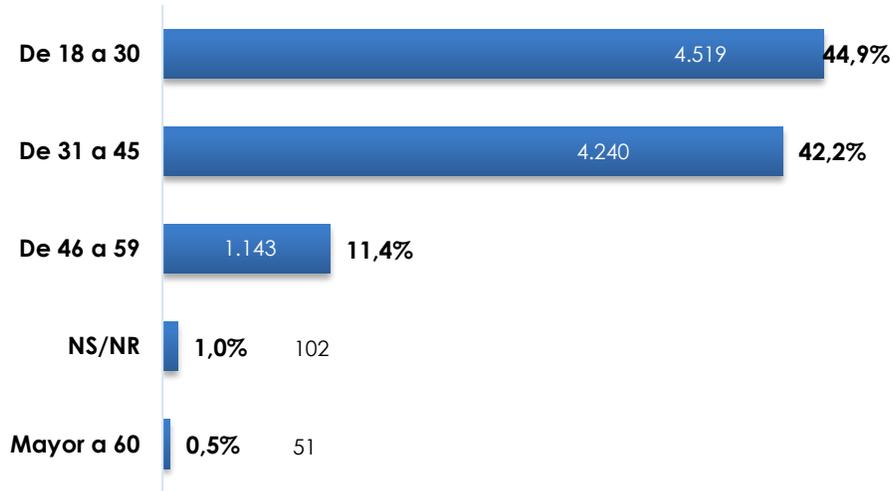


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Edad de los residentes

Los residentes de edades entre los 18 a 30 años fueron los de mayor participación, con un total de 4.519 personas, equivalente al 44,9%, seguido de los de 31 a 45 años los cuales ascendieron a 4.240 asistentes, representando el 42,2%, y con el 11,4% se encuentran los de edades entre 46 a 59 años, que es igual a 1.143 residentes.

Gráfica 4. Edad de los residentes

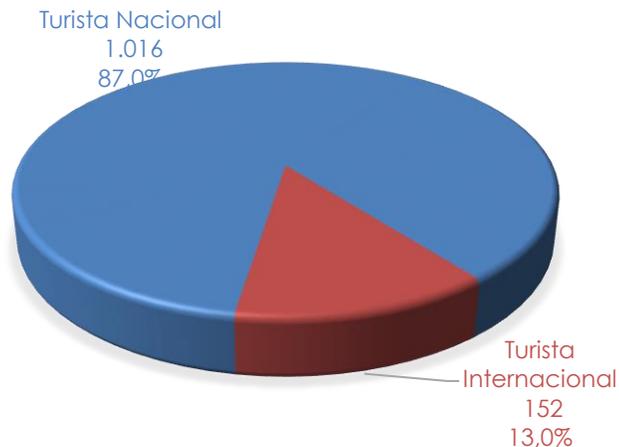


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

PROPORCIÓN DE TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES

Al festival Bogotá Madrid Fusión 2019 asistieron 1.168 personas, de los cuales 1.016 (87%) eran de origen nacional y 152 (13%) de origen internacional.

Gráfica 5. Proporción de turistas nacionales e internacionales



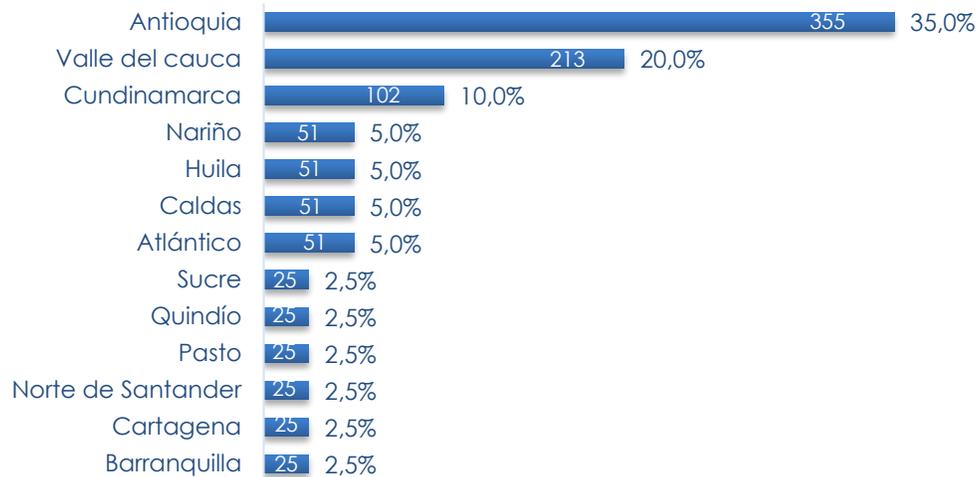
Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES

Lugar de residencia de los turistas nacionales

Los turistas nacionales asistentes al festival provenían principalmente de Antioquia (35%), Valle del Cauca (20%) y Cundinamarca (10%).

Gráfica 6. Lugar de residencia turistas nacionales

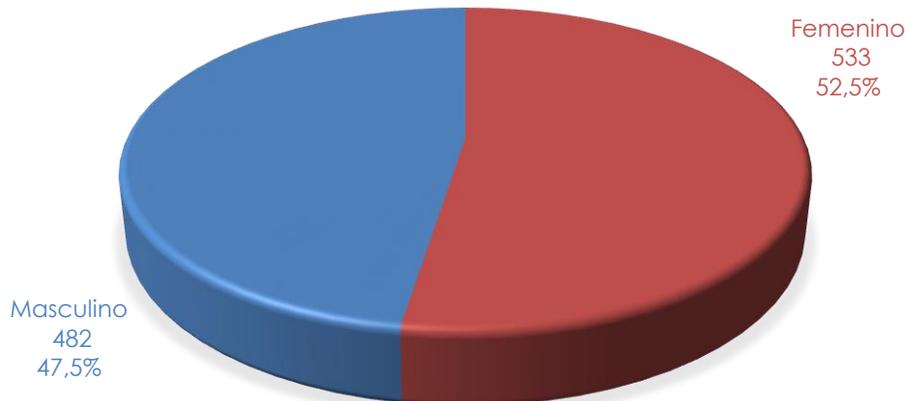


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Género de los turistas nacionales

Con respecto a la participación por género, esta fue muy similar para ambos sexos, el 47,5% de los turistas nacionales eran hombres y el restante 52,5% mujeres.

Gráfica 7. Género de los turistas nacionales

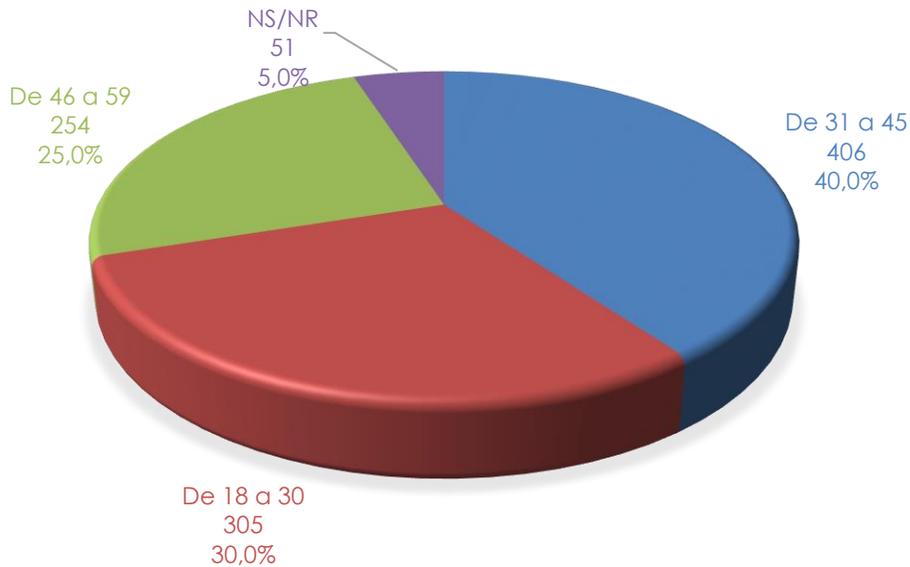


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Edad de los turistas nacionales

Los turistas nacionales oscilaban principalmente entre edades de 31 a 45 años (40%), con un total de 406 personas, seguidos de los de 18 a 30 años (30%), los cuales sumaron 305 asistentes y los de 46 a 59 años (25%) llegaron a 254 turistas.

Gráfica 8. Edad de los turistas nacionales

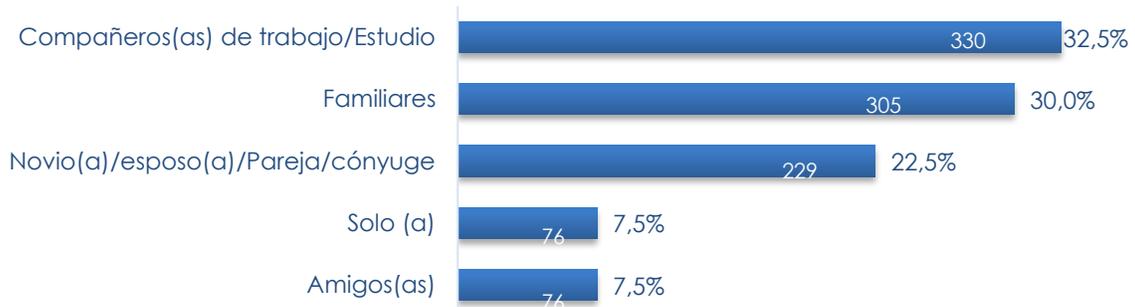


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Grupo de viaje turistas nacionales

El grupo de viaje de turistas nacionales que asistieron al evento fue principalmente compañeros de trabajo y/o estudio (32,5%), con un total de 330 personas, seguido de familiares (30%), los cuales sumaron 305 asistentes, y novio(a)/esposo(a)/pareja/conyugue (22,5%) llegaron a 229 turistas. En su mayoría asistieron de a grupos de a dos personas.

Gráfica 9. Grupo de viaje turistas nacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Principal razón o motivo del viaje a Bogotá por los turistas nacionales

El principal motivo de viaje a Bogotá por parte de los turistas nacionales fue la asistencia a Bogotá Madrid Fusión (77,5%). La visita a familiares y amigos (10%), negocios y motivos profesionales (7,5%) y vacaciones, recreación u ocio (5%) fueron las otras razones del viaje a la ciudad capital.

Gráfica 10. Principal razón o motivo del viaje a Bogotá de los turistas nacionales

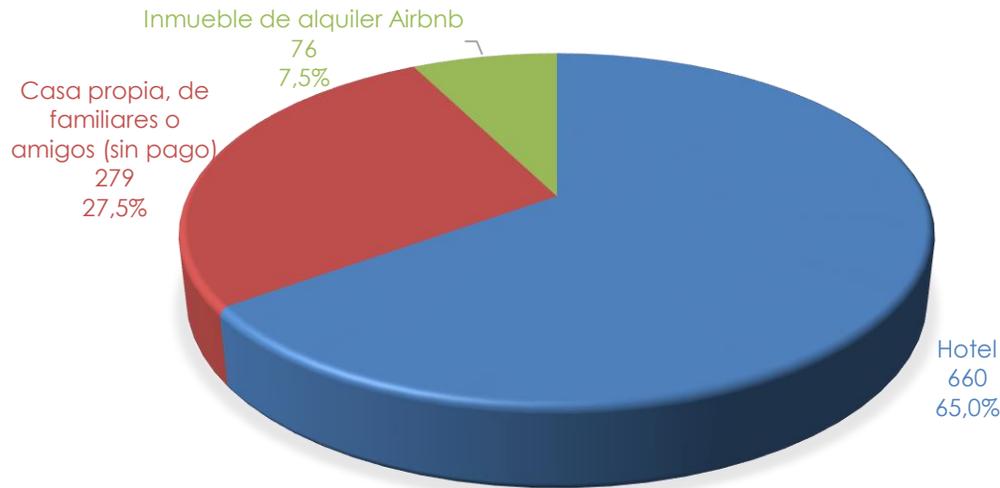


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Principal lugar de alojamiento de los turistas nacionales

Los principales lugares de alojamiento de los turistas nacionales que asistieron al evento fueron hotel, alcanzando una participación del 65%, seguido de casa propia, de familiares o amigos (sin pago) con el 27,5% y los inmuebles de alquiler de alguna plataforma digital con el restante (7,5%). Adicionalmente, el 37,5% de los turistas realizaron gastronomía, mientras que el 35% hicieron recorridos por la ciudad y en una menor proporción compras con el 15%.

Gráfica 11. Principal lugar de alojamiento turistas nacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Gasto de los turistas nacionales

Los turistas nacionales efectuaron un gasto total de \$665.719.350 pesos (USD\$ 199.785,54) durante su estadía en la ciudad de Bogotá lo cual equivale a un gasto promedio de \$971.111 pesos (\$291,4) por viaje. Adicionalmente, en promedio pernoctaron 4,5 noches en la ciudad.

Tabla 1. Gasto, turistas nacionales

Subpoblación	Gasto total	Gasto per cápita	Gasto per cápita diario
Turistas nacionales	USD\$ 199.785,50	USD\$ 291,40	USD\$ 64,80

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

En lo que más gastaron los turistas nacionales durante su estadía en Bogotá fue en alimentación el cual represento el 30% del gasto total, seguido de alojamiento con el 27% y el transporte interno 23%. Las compras y los bienes de uso personal fueron los rubros en los cuales menos se gasto, representando cada uno el 4%.

Gráfica 12. Distribución del gasto, turistas nacionales

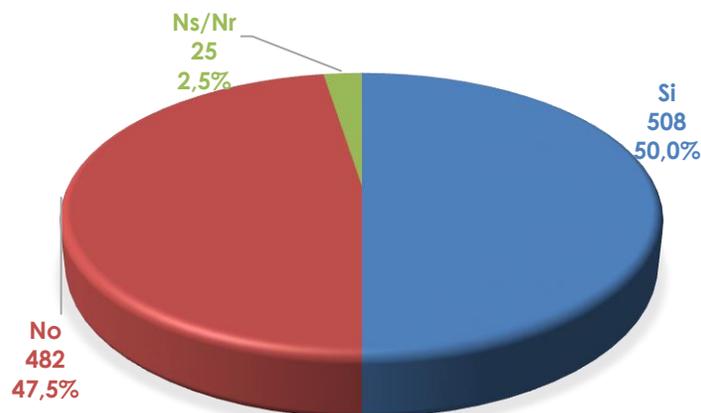


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Asistencia a talleres magistrales turistas nacionales

Con relación a los talleres magistrales que se dictan dentro de Bogotá Madrid Fusión, el 50% de los turistas nacionales afirmaron que sí participaron o participarían de los talleres magistrales, mientras que el 47,5% dijeron que no lo han hecho ni lo harían. De los que han participado en dichos talleres, en promedio han participado en 5 talleres.

Gráfica 13. Asistencia a talleres magistrales, turistas nacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Valoración de la programación, turistas nacionales

Se les pidió a los turistas nacionales asistentes al evento calificar la programación, siendo 1 muy malo y 5 muy bueno. Los talleres magistrales

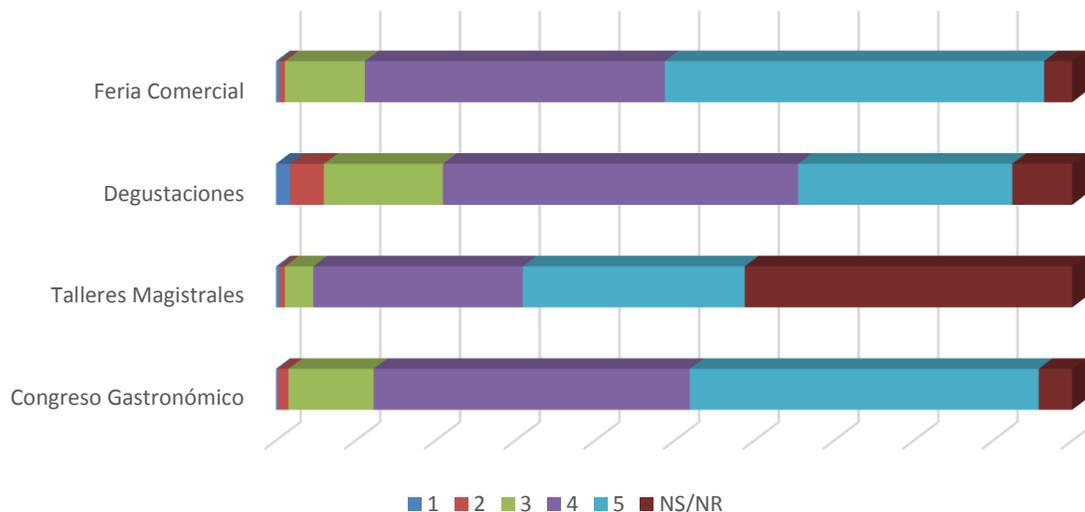
fueron los que obtuvieron una mayor calificación (4,5) junto con el Congreso Gastronómico (4,5), seguidas de la Feria Comercial (4,2). En términos generales la programación de los eventos gusto, con una valoración de 4,2.

Tabla 2. Valoración de la programación, turistas nacionales

Programación	Turista Nacional
Talleres Magistrales	4,5
Congreso Gastronómico	4,5
Feria Comercial	4,2
Degustaciones	3,7
Promedio	4,2

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Gráfica 14. Valoración de la programación, Asistentes en general



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Valoración aspectos específicos del evento, turistas nacionales

Adicionalmente, se les pidió a los turistas nacionales asistentes al evento calificar ciertos aspectos de Bogotá Madrid Fusión, siendo 1 muy malo y 5 muy bueno. Los expositores nacionales fue lo que más gusto, con una calificación promedio de 4,6, seguido de los temas de las ponencias con 4,5 y los temas de los talleres con 4,5, no obstante, los expositores internacionales, con una valoración de 4,4 en promedio, no quedaron muy

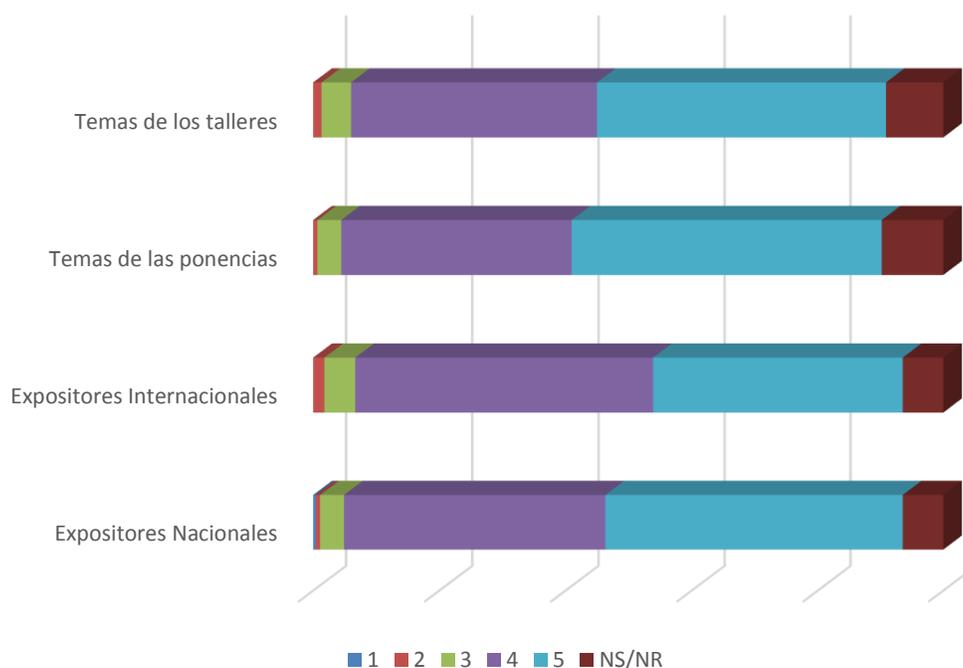
lejos de los primeros aspectos, lo cual vislumbra el gusto generalizado del evento.

Tabla 3. Valoración aspectos específicos de Bogotá Madrid Fusión, turistas nacionales

Aspectos	Turista Nacional
Expositores Nacionales	4,6
Temas de las ponencias	4,5
Temas de los talleres	4,5
Expositores Internacionales	4,4
Promedio	4,5

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Gráfica 15. Valoración aspectos específicos de Bogotá Madrid Fusión, Asistentes en general



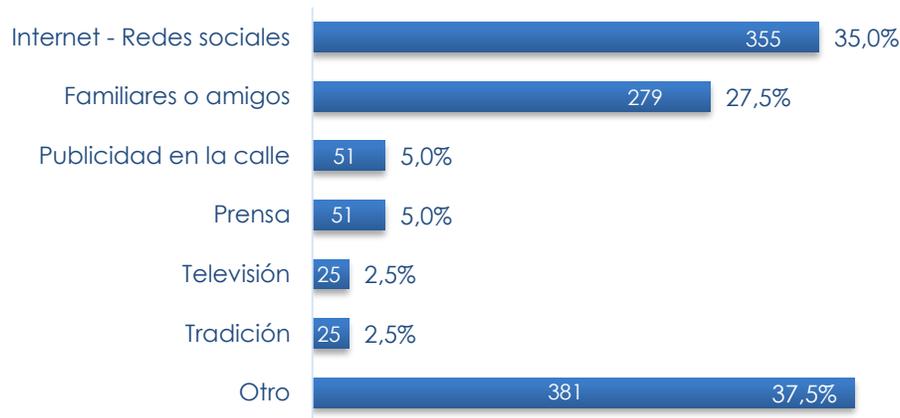
Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Difusión de Bogotá Madrid Fusión 2019 turistas nacionales

Finalmente, se quiere saber los turistas nacionales que asistieron al evento como se enteraron del mismo. El medio más efectivo en este caso fue el internet – Redes Sociales, el cual llegó al 35% de esta subpoblación, mientras

que los familiares o amigos representaron el 27,5%, siendo estos dos medios de difusión los más efectivos, representando entre los 2 más del 50% de los turistas nacionales. Adicionalmente, el 60% de los turistas nacionales piensan que la gastronomía es un motor de desarrollo social, económico, turístico y cultural.

Gráfica 16. Difusión de Bogotá Madrid Fusión, turistas nacionales



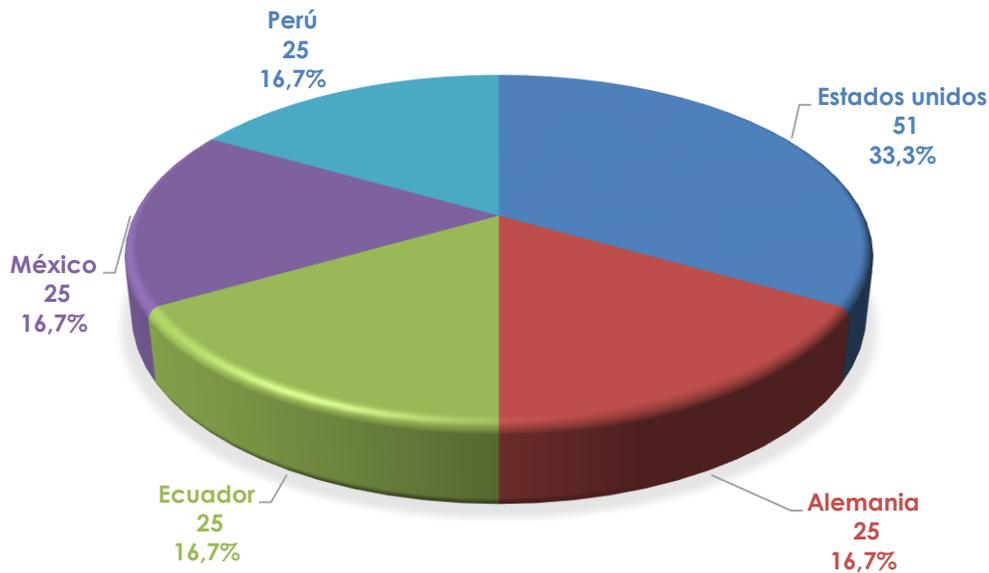
Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

Lugar de residencia de los turistas internacionales

Del total de turistas internacionales asistentes al festival, equiválete a 152 personas, provenían principalmente de Estados Unidos, los cuales representaron el 33,3%, el restante 67,7% vinieron de Alemania, Ecuador, México y Perú, cada uno con una participación del 16,7%.

Gráfica 17. Lugar de residencia turistas internacionales

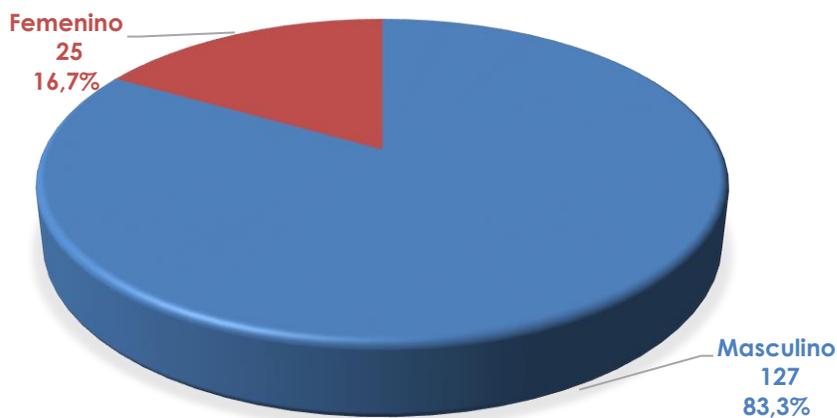


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Género de los turistas internacionales

Con respecto a la participación por género, esta tuvo una inclinación muy marcada hacia el sexo masculino, el 83,3% de los turistas internacionales eran hombres, mientras que tan solo el 16,7% fueron mujeres.

Gráfica 18. Género de los turistas nacionales

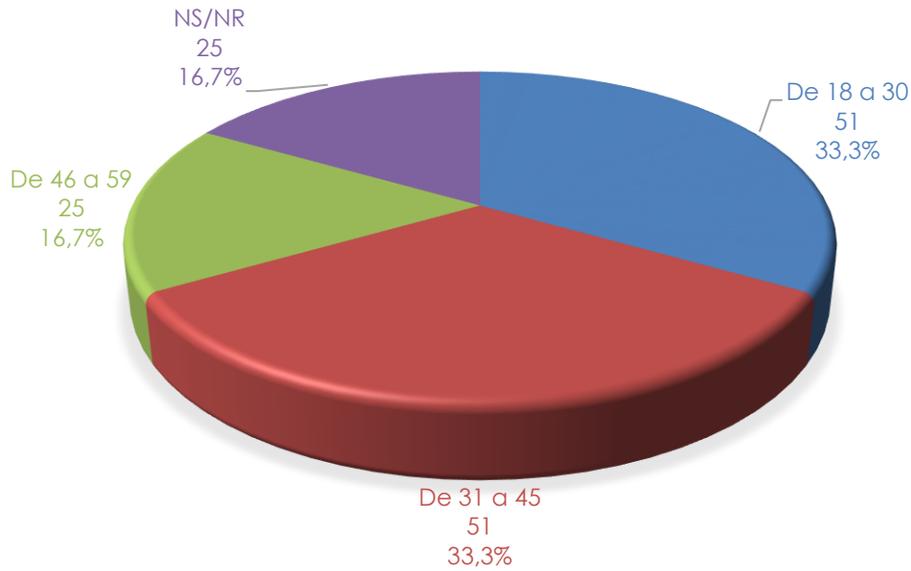


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Edad de los turistas internacionales

Los turistas internacionales oscilaban, en su mayoría, entre edades de 18 a 45 años (66,6%), seguidos de los de 46 a 59 años (16,7%). Adicionalmente el 83,3% de los turistas internacionales eran hombres y el restante 16,7% mujeres.

Gráfica 19. Edad de los turistas internacionales

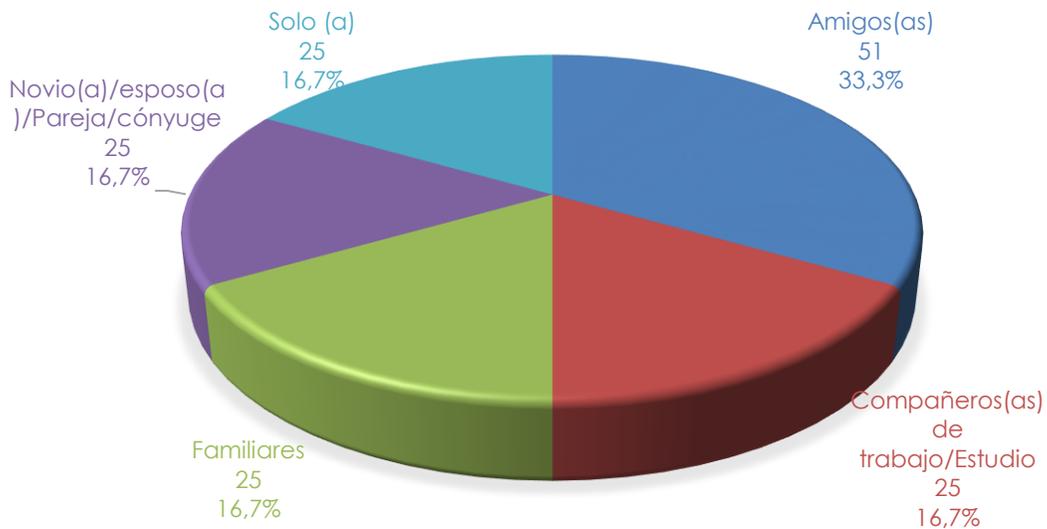


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Grupo de viaje turistas internacionales

Los turistas internacionales que asistieron al evento fueron acompañados principalmente de amigos (33,3%), mientras que las personas que asistieron con compañeros de trabajo/estudio, familiares, cónyuge y solos tuvieron la misma participación (16,7%). Adicionalmente, en su mayoría fueron de a grupos de a dos personas.

Gráfica 20. Grupo de viaje turistas internacionales

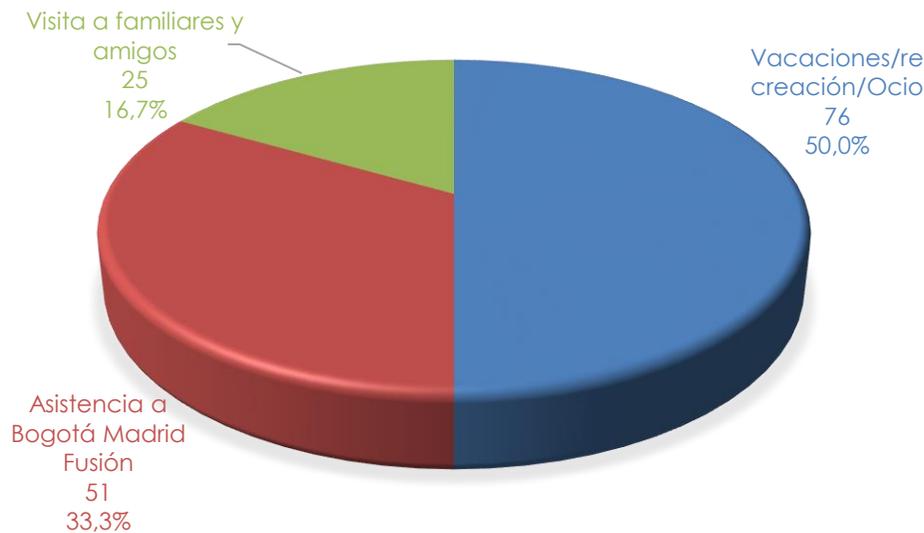


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Principal razón o motivo del viaje a Bogotá por los turistas internacionales

Los principales motivos de viaje a Bogotá por parte de los turistas internacionales fue por vacaciones, recreación u ocio (50%), seguido de la asistencia a Bogotá Madrid Fusión (33,3%) y visita a familiares y amigos (16,7%).

Gráfica 21. Principal razón o motivo del viaje a Bogotá de los turistas internacionales

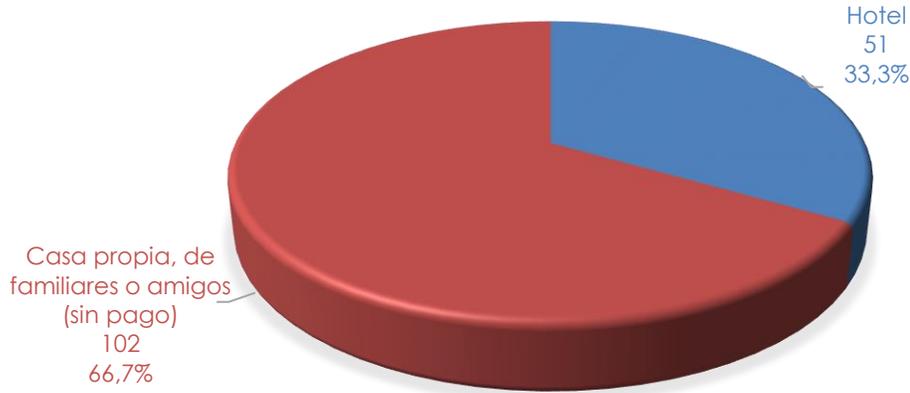


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Principal lugar de alojamiento de los turistas internacionales

Los principales lugares de alojamiento de los turistas internacionales que asistieron al evento fueron casa propia, de familiares o amigos (sin pago), alcanzando una participación del 66,7% y hotel con el restante 33,3%. Adicionalmente, el 50% de los turistas hicieron recorridos por la ciudad, mientras que el 33% realizaron actividades de cultura y gastronomía.

Gráfica 22. Principal lugar de alojamiento turistas internacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Gasto de los turistas internacionales

Los turistas internacionales efectuaron un gasto total de \$571.953.360 pesos (USD\$171.645,9) durante su estadia en la ciudad de Bogotá lo cual equivale a un gasto promedio de \$3.738.250 pesos (USD\$1.121,9) por viaje. Adicionalmente, en promedio pernoctaron 2,9 noches en la ciudad.

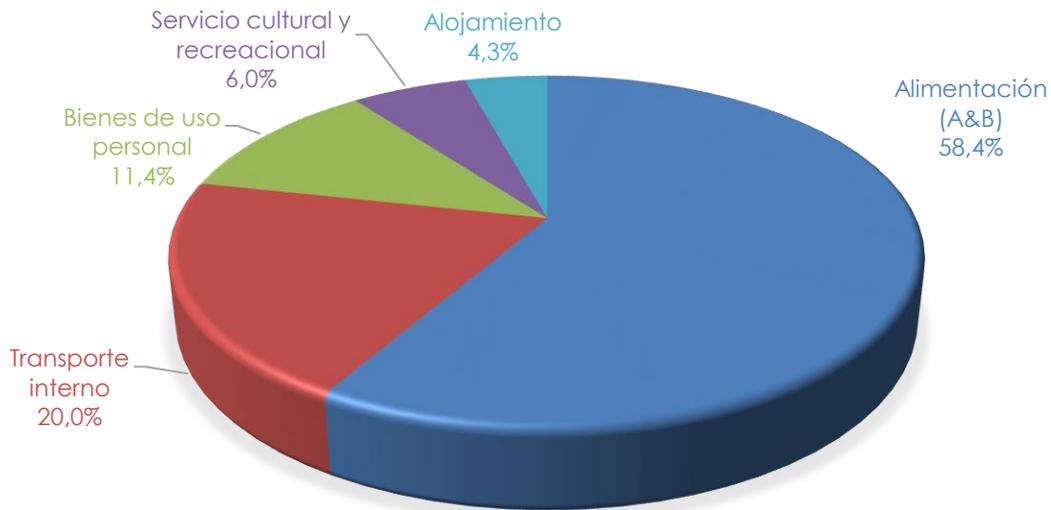
Tabla 4. Gasto, turistas internacionales

Subpoblación	Gasto total	Gasto per cápita	Gasto per cápita diario
Turistas internacionales	USD\$ 171.645,90	USD\$ 1.121,9	USD\$ 78,3

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

En lo que más gastaron los turistas internacionales durante su estadia en Bogotá fue en alimentación el cual represento el 58,4% del gasto total, seguido de transporte interno con el 20% y bienes de uso personal con el 11,4%. El alojamiento fue el rubro en el cual menos gastaron, representando el 4,3%.

Gráfica 23. Distribución del gasto, turistas internacionales

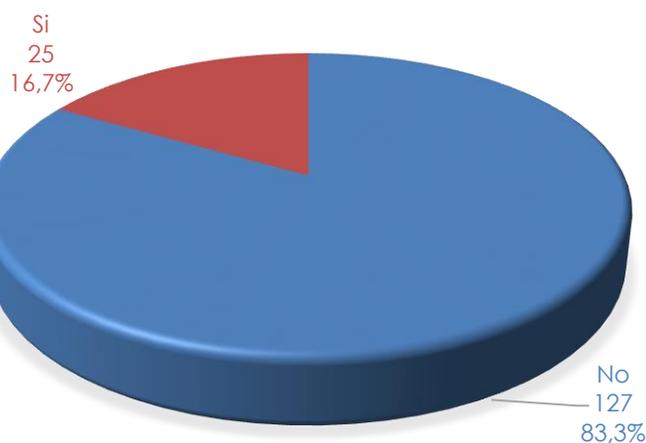


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Asistencia a talleres magistrales turistas internacionales

Con relación a los talleres magistrales que se dictan dentro de Bogotá Madrid Fusión, el 16,7% de los turistas internacionales afirmaron que sí participaron o participarían de los talleres magistrales, mientras que, en su gran mayoría, el 83,3% dijeron que no lo han hecho ni lo harían. De los que han participado en dichos talleres todos lo hicieron una vez.

Gráfica 24. Asistencia a talleres magistrales, turistas internacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Valoración de la programación, turistas internacionales

Los turistas internacionales asistentes al evento calificaron la programación del evento, siendo 1 muy malo y 5 muy bueno. Los talleres magistrales fueron los que obtuvieron una mayor calificación (5), la feria comercial obtuvo la segunda mejor calificación (4,6), seguida de las degustaciones (4,5). En términos generales la programación de los eventos gustó, con una valoración de 4,6.

Tabla 5. Valoración de la programación, turistas internacionales

Programación	Turista internacional
Talleres Magistrales	5,0
Feria Comercial	4,6
Degustaciones	4,5
Congreso Gastronómico	4,2
Promedio	4,6

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Valoración aspectos específicos del evento, turistas internacionales

Adicionalmente, se les pidió a los turistas internacionales asistentes al evento calificar ciertos aspectos de Bogotá Madrid Fusión, siendo 1 muy malo y 5 muy bueno. Los expositores nacionales fue lo que más gustó, con una calificación promedio de 4,6, seguido de los temas de las ponencias con 4,5 y los temas de los talleres y expositores internacionales cada uno con 4,2 en promedio, lo cual muestra la aprobación generalizada por estos aspectos.

Tabla 6. Valoración aspectos específicos de Bogotá Madrid Fusión, turistas internacionales

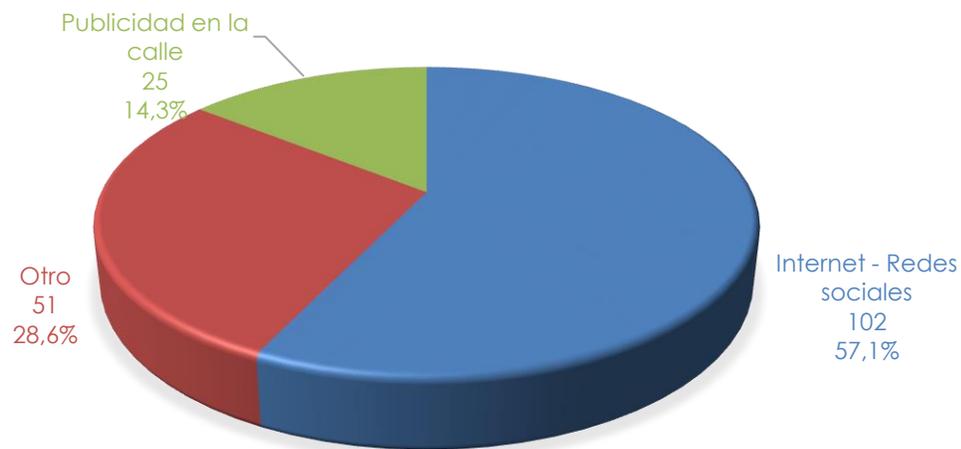
Aspectos	Turista internacional
Expositores Nacionales	4,6
Temas de las ponencias	4,5
Temas de los talleres	4,2
Expositores Internacionales	4,2
Promedio	4,4

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

Difusión de Bogotá Madrid Fusión 2019 turistas internacionales

Finalmente, se quiere saber los turistas internacionales que asistieron al evento como se enteraron del mismo. El medio más efectivo en este caso fue el internet – Redes Sociales, el cual llegó al 57,1% de esta subpoblación, mientras que la publicidad en las calles representó el 14,3%, siendo estos dos medios de difusión los más efectivos, representando entre los 2 más del 70% de los turistas internacionales. Adicionalmente, el 33,3% de los turistas internacionales piensan que la gastronomía es un motor de desarrollo social, económico, turístico y cultural.

Gráfica 25. Valoración de ciertos aspectos de Bogotá Madrid Fusión, turistas internacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT

CONCLUSIONES

- Al festival Bogotá Madrid Fusión llevado a cabo en 2019 asistieron 11.400 personas, de las cuales 10.054 (88,2%) eran residentes de la ciudad y 1.346 (11,8%) no residentes, compuestos por excursionistas y turistas.
- Los turistas que asistieron al festival Bogotá Madrid Fusión llegaron a 1.168 (10,2%) personas, de los cuales 1.016 (87%) eran de origen nacional y 152 (13%) de origen internacional.
- Los turistas nacionales asistentes al festival provenían principalmente de Antioquia (35%), Valle del Cauca (20%) y Cundinamarca (10%).
- Los turistas internacionales asistentes al festival provenían principalmente de Estados Unidos, los cuales representaron el 33,3%, el restante 67,7% vinieron de Alemania, Ecuador, México y Perú, cada uno con una participación del 16,7%.
- Los turistas nacionales efectuaron un gasto total de \$665.719.350 pesos (USD\$ 199.785,54) durante su estadía en la ciudad de Bogotá lo cual equivale a un gasto promedio de \$971.111 pesos (\$291,4) por viaje. Adicionalmente, en promedio pernoctaron 4,5 noches en la ciudad. Por el lado de los turistas internacionales efectuaron un gasto total de \$571.953.360 pesos (USD\$171.645,9) durante su estadía en la ciudad de Bogotá lo cual equivale a un gasto promedio de \$3.738.250 pesos (USD\$1.121,9) por viaje. Adicionalmente, en promedio pernoctaron 2,9 noches en la ciudad.
- En lo que más gastaron los turistas nacionales durante su estadía en Bogotá fue en alimentación el cual represento el 30% del gasto total, seguido de alojamiento con el 27% y el transporte interno 23%. Las compras y los bienes de uso personal fueron los rubros en los cuales menos se gasto, representando cada uno el 4%. Por el lado de los turistas internacionales, en lo que más gastaron durante su estadía en Bogotá fue en alimentación el cual represento el 58,4% del gasto total, seguido transporte interno con el 20% y bienes de uso personal con el 11,4%. El alojamiento fue el rubro en el cual menos gastaron, representando el 4,3%.
- La programación de los eventos gusto tanto a los turistas nacionales como internacionales. Los turistas nacionales dieron una valoración de 4,2 en promedio, mientras que turistas internacionales lo valoraron con 4,6.

Bogotá
madrid
fusión

