

Medición a Eventos en Ciudad

---

# Feria Internacional del Libro de Bogotá 2019



ENRIQUE PEÑALOSA LONDOÑO  
**Alcalde Mayor de Bogotá**

JOSÉ ANDRÉS DUARTE GARCÍA  
**Secretario de Desarrollo Económico**

NELSON ANDRÉS CALDERÓN  
**Director General (E)**  
**Instituto Distrital de Turismo**

GABRIEL EDUARDO MORENO VELOZA  
**Asesor**  
**Observatorio de Turismo**

**Equipo de Trabajo**  
LUIS FERNANDO PINEDA GONZÁLEZ  
BRIGIDA YUBELY LÓPEZ HIGUERA

Instituto Distrital de Turismo  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)  
Bogotá, julio 24 de 2019

## PRESENTACIÓN

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 Instituto Distrital de Turismo - IDT, es la encargada de realizar 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 del Libro de Bogotá 2019 (FILBo)*.

La 32° edición de la Feria Internacional del Libro de Bogotá tuvo una programación extensa y diversa durante los 13 días de exposición: Más de 1850 eventos durante la feria con multiplicidad de conversatorios, conferencias, debates, talleres, conciertos y proyecciones de películas, 100 eventos FILBo en la ciudad, entre ellos, 15 librerías, 19 bibliotecas públicas y 12 colegios de Bogotá; 10 eventos de FILBo Región en Medellín, Cali, Barranquilla y Quibdó. Reuniendo alrededor de 500 invitados, siendo más de 170 invitados internacionales y una asistencia superior a 605 mil personas.

Por otro lado, la feria también fue el escenario propicio para la gestión de nuevos negocios. Durante los 13 días de evento se instalaron más de 114 mesas en el Salón Internacional de Negocios de CORFERIAS, con más de 350 participantes, 114 empresarios de 25 países y 30 emprendedores nacionales en más de 1800 citas de negocio.

Por su parte Andrés González, jefe de proyecto de la FILBo – Corferias, reveló que<sup>1</sup>:

*“para Corferias fue muy gratificante recibir esta versión de la Feria Internacional del Libro de Bogotá con un país invitado como Colombia”.*

---

<sup>1</sup> FILBo. (2019). Feria del Libro de Bogotá - FILBo. Recuperado 11 junio, 2019, de <https://feriadellibro.com/?d=m/n/view>

Adicionalmente el presidente ejecutivo de la Cámara Colombiana del Libro, Enrique González Villa, aseguró que<sup>2</sup>:

*“Queremos basar esta celebración en cuatro conceptos básicos: soberanía, ciudadanía, independencia e igualdad, que sustentan nuestro proyecto colectivo de nación. Con ello ofrecer la oportunidad de repensar nuestra historia”*

Dentro de las novedades de esta edición de la FILBo se estableció la Bebeteca, un sitio pensado y diseñado para los niños entre los 0 y los 5 años de edad, con parqueadero para coches y una nutrida programación pensada para la primera infancia; FILBo Debates, una franja que reunió a escritores, científicos, expertos sociales y a pensadores para reflexionar sobre los grandes temas de la actualidad mundial; la Sala de Poesía María Mercedes Carranza, que reunió a poetas como Abraham Gragera, Elvira Hernández, Diana Bellesi, Sara Búho, Andrea Cote y Ángelo Néstore, entre otros, quienes reflexionaron alrededor de la importancia de la poesía para cambiar la forma de entender la realidad; la Sala Manuel Zapata Olivella, donde se discutió y mostró la producción literaria e intelectual de los grupos Afro, Indígenas y ROM del país; la muestra gastronómica “Sabores Colombia”, un recorrido culinario por los platos típicos de todo el país.

Además, el público de la FILBo se deleitó con las clásicas franjas de programación del evento: Conversaciones que le cambiarán la vida, ¡Que viva la música!, Palabras para la Reconciliación, Libros para comer, FILBo Niños, FILBo Jóvenes y Leer con los sentidos.

En general, la FILBo es el evento de ciudad por excelencia que reúne a más turistas, donde la mayoría de los asistentes son mujeres (59.4%) y en general la percepción en términos de satisfacción de los turistas extranjeros es mejor que la de los turistas de origen nacional y de los residentes en Bogotá.

---

<sup>2</sup> Redacción Canal Trece. (2019, 23 abril). Colombia: ¡vamos a aprender en esta FILBo 2019! Recuperado 11 junio, 2019, de <https://canaltrece.com.co/noticias/FILBo-2019-colombia-pais-invitado/>

## Tabla de Contenido

PRESENTACIÓN .....	3
CONCEPTOS BÁSICOS .....	11
OBJETIVOS .....	12
a. Objetivo general .....	12
b. Objetivos específicos .....	12
METODOLOGÍA .....	13
Diseño Muestral .....	13
RESULTADOS .....	16
CARACTERIZACIÓN DEL TOTAL DE ASISTENTES .....	16
Lugar de Residencia del total de asistentes .....	16
Género del total de asistentes .....	17
Distribución etaria del total de asistentes .....	18
CARACTERIZACIÓN DE LOS RESIDENTES .....	18
Lugar de residencia .....	19
Género de los residentes .....	20
Distribución etaria de los residentes .....	21
Medios de comunicación por los que se enteran los residentes de la Feria .....	22
Percepción de los residentes sobre los diferentes aspectos y espacios de la feria.....	23
Calidad y pertinencia de los invitados.....	23
Diseño de los stand .....	24
Calidad de los expositores en el stand .....	24
Precios de libros.....	25
Medios de pago.....	26
Calidad del espacio en general .....	27
Calidad de la oferta literaria .....	28
Calificación de acceso a la feria .....	29
Presencia de FILBo en las redes sociales.....	30
Sitio web de la FILBo .....	30

Calificación sobre bebidas y comidas.....	31
Califica baños .....	32
CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES .....	32
Lugar de residencia de los turistas nacionales.....	33
Género de los turistas nacionales.....	33
Distribución etaria de los turistas nacionales .....	34
Noches pernoctadas por los turistas nacionales .....	35
Principal lugar de alojamiento de los turistas nacionales.....	36
Principal razón o motivo del viaje a Bogotá de los turistas nacionales .....	37
Actividades realizadas por los turistas nacionales.....	38
Gasto de los turistas nacionales.....	39
Medios de comunicación por los que se enteran los turistas nacionales de la Feria .....	40
Percepción de los turistas nacionales sobre los diferentes aspectos y espacios de la feria.....	41
Calidad y pertinencia de los invitados.....	41
Diseño de los stand.....	42
Calidad de los expositores en el stand .....	43
Precios de libros.....	43
Medios de pago.....	44
Calidad del espacio en general .....	45
Calidad de la oferta literaria .....	45
Calificación de acceso a la feria .....	46
Presencia de FILBo en las redes sociales.....	47
Sitio web de la FILBo .....	47
Calificación sobre bebidas y comidas.....	48
Califica baños .....	49
CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES .....	50
Lugar de residencia de los turistas internacionales .....	50
Género de los turistas internacionales.....	51
Distribución etaria de los turistas internacionales .....	51

Noches pernoctadas por los turistas internacionales .....	52
Principal lugar de alojamiento de los turistas internacionales.....	53
Principal razón o motivo del viaje a Bogotá de los turistas internacionales .....	54
Actividades realizadas por los turistas internacionales .....	54
Gasto de los turistas internacionales.....	55
Medios de comunicación por los que se enteran los turistas internacionales de la Feria .....	56
Percepción de los turistas internacionales sobre los diferentes aspectos y espacios de la feria.....	57
Calidad y pertinencia de los invitados.....	57
Diseño de los stand.....	58
Calidad de los expositores en el stand .....	58
Precios de libros.....	59
Medios de pago.....	60
Calidad del espacio en general .....	60
Calidad de la oferta literaria .....	61
Calificación de acceso a la feria .....	62
Presencia de FILBo en las redes sociales.....	62
Sitio web de la FILBo .....	63
Calificación sobre bebidas y comidas.....	64
Califica baños .....	65
CONCLUSIONES.....	66
ANEXO 1. Estimadores y factores de expansión.....	68

### Listado de Tablas

Tabla 1. Asistentes por subpoblación .....	17
Tabla 2. Cantidad de asistentes por localidad de residencia .....	20
Tabla 3. Lugar de residencia turistas nacionales .....	33
Tabla 3. Gasto de los turistas nacionales .....	39
Tabla 4. Lugar de residencia turistas internacionales .....	51
Tabla 6. Lugar de residencia turistas internacionales .....	55

### Lista de Gráficas

Gráfica 1. Lugar de residencia .....	16
Gráfica 2. Distribución Etaria de asistentes .....	18
Gráfica 3. Localidad de Residencia.....	19
Gráfica 4. Género de los residentes .....	21
Gráfica 5. Distribución etaria de residentes .....	21
Gráfica 6. Medios de comunicación para los residentes .....	22
Gráfica 7. Percepción de los residentes sobre calidad y pertinencia de los invitados .....	23
Gráfica 8. Percepción de los residentes sobre los diseños de los stands .....	24
Gráfica 9. Percepción de los residentes sobre calidad de los expositores ..	25
Gráfica 10. Percepción de los residentes sobre el precio de los libros.....	26
Gráfica 11. Percepción de los residentes sobre los medios de pago .....	27
Gráfica 12. Percepción de los residentes sobre el espacio en general.....	28
Gráfica 13. Percepción de los residentes sobre la calidad de la oferta literaria .....	29
Gráfica 14. Percepción de los residentes sobre el acceso a la feria .....	29
Gráfica 15. Percepción de los residentes sobre FILBo en las redes sociales.	30
Gráfica 16. Percepción de los residentes sobre el sitio web de la feria .....	31
Gráfica 17. Percepción de los residentes sobre bebidas y comidas.....	31
Gráfica 18. Percepción de los residentes sobre los baños .....	32
Gráfica 19. Género de los turistas nacionales .....	34
Gráfica 20. Distribución etaria de los turistas nacionales.....	35
Gráfica 21. Medios de comunicación para turistas nacionales.....	41
Gráfica 22. Número de noches que durmieron en Bogotá los turistas nacionales.....	36
Gráfica 23. Principal lugar de alojamiento turistas nacionales.....	37
Gráfica 24. Principal razón o motivo del viaje a Bogotá de los turistas nacionales.....	38
Gráfica 25. Actividades realizadas por los turistas nacionales en la capital	38

Gráfica 26. Percepción de los turistas nacionales sobre calidad y pertinencia de los invitados .....	42
Gráfica 27. Percepción de los turistas nacionales sobre los diseños de los stands .....	42
Gráfica 28. Percepción de los turistas nacionales sobre calidad de los expositores .....	43
Gráfica 29. Percepción de los turistas nacionales sobre el precio de los libros .....	44
Gráfica 30. Percepción de los turistas nacionales sobre los medios de pago .....	44
Gráfica 31. Percepción de los turistas nacionales sobre calidad del espacio en general.....	45
Gráfica 32. Percepción de los turistas nacionales sobre la calidad de la oferta literaria .....	46
Gráfica 33. Percepción de los turistas nacionales sobre el acceso a la feria .....	46
Gráfica 34. Percepción de los turistas nacionales sobre FILBo en las redes sociales .....	47
Gráfica 35. Percepción de los turistas nacionales sobre el sitio web de la feria .....	48
Gráfica 36. Percepción de los turistas nacionales sobre bebidas y comidas .....	49
Gráfica 37. Percepción de los turistas nacionales sobre los baños .....	49
Gráfica 38. Género de los turistas internacionales .....	51
Gráfica 39. Distribución etaria de los turistas internacionales .....	52
Gráfica 40. Medios de comunicación para turistas internacionales .....	57
Gráfica 41. Número de noches que durmieron en Bogotá los turistas internacionales.....	52
Gráfica 42. Principal lugar de alojamiento turistas internacionales .....	53
Gráfica 43. Principal razón o motivo del viaje a Bogotá de los turistas internacionales.....	54
Gráfica 44. Actividades realizadas por los turistas internacionales en la capital.....	55
Gráfica 2. Percepción de los turistas internacionales sobre calidad y pertinencia de los invitados .....	58
Gráfica 46. Percepción de los turistas internacionales sobre los diseños de los stands .....	58
Gráfica 47. Percepción de los turistas internacionales sobre calidad de los expositores .....	59

Gráfica 48. Percepción de los turistas internacionales sobre el precio de los libros .....	59
Gráfica 49. Percepción de los turistas internacionales sobre los medios de pago .....	60
Gráfica 50. Percepción de los turistas internacionales sobre la calidad del espacio en general .....	61
Gráfica 51. Percepción de los turistas internacionales sobre la calidad de la oferta literaria .....	61
Gráfica 52. Percepción de los turistas internacionales sobre el acceso a la feria .....	62
Gráfica 53. Percepción de los turistas internacionales sobre FILBo en las redes sociales .....	63
Gráfica 54. Percepción de los turistas internacionales sobre el sitio web de la feria .....	64
Gráfica 55. Percepción de los turistas internacionales sobre bebidas y comidas.....	65
Gráfica 56. Percepción de los turistas internacionales sobre los baños.....	65

## 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 turistas internacionales y nacionales que asistieron a la Feria Internacional del Libro de Bogotá 2019.

### **b. Objetivos específicos**

- Conocer la cantidad de turistas nacionales e internacionales que asistieron a la FILBo 2019.
- Identificar y caracterizar el lugar de residencia de los Turistas Nacionales e Internacionales asistentes a la FILBo 2019.
- Determinar las motivaciones de viaje a Bogotá de los turistas asistentes a la FILBo 2019.
- Describir comportamientos relacionados con la pernoctación de los asistentes a la FILBo 2019.
- Caracterizar los asistentes a la FILBo 2019 por sus atributos socio-demográficas, tales como, edad, sexo, origen, entre otros.
- Caracterizar el gasto en consumo realizado por los asistentes durante el festival.

## **METODOLOGÍA**

Las encuestas se realizaron por muestreo probabilístico<sup>3</sup>, con aplicación en el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá (CORFERIAS), lugar donde se llevó a cabo la Feria Internacional de Libro de Bogotá 2019. Para esta investigación, se asumió como marco estadístico el número de personas que asistieron a la FILBo 2018.

### **Universo de Estudio**

Asistentes a la 32º Feria Internacional del Libro de Bogotá.

### **Periodo de recolección**

La recolección de información se realizó los días 25 a 30 de abril y del 2 al 5 de mayo de 2019.

### **Unidad de Observación**

La unidad informante será aquella persona asistente a la Feria del Libro de Bogotá (FILBo) del 24 de abril al 6 de mayo que sea mayor de 18 años.

### **Tipo de Investigación**

Investigación por muestreo probabilístico. Todos los asistentes tuvieron una probabilidad mayor a cero de ser seleccionados en la muestra.

### **Diseño Muestral**

A continuación, se presentan las generalidades del diseño de muestreo:

#### **Población Objetivo:**

Asistentes a la 32º Feria Internacional del Libro de Bogotá 2019.

#### **Marco Muestral:**

El marco de referencia para el diseño muestral está dado por:

- 1.** Marco Unidades Primarias de muestreo: Correspondiente a los días de exposición de la FILBo 2019.
- 2.** Marco Unidades Secundarias de muestreo: Concerniente a las personas que asisten a la feria en cada día.

---

<sup>3</sup> Hace referencia a que cada uno de los asistentes al evento tuvo la misma probabilidad; conocida y superior a cero, de ser seleccionado para la aplicación de la encuesta.

### **Tipo de muestra:**

Por las características propias de la investigación no se dispone de un marco de muestreo que permita identificar y ubicar a todos los individuos de la población objetivo, es decir, de una lista con todas las personas que asisten a la FILBo 2019. Adicionalmente dados los objetivos de la investigación, las características de la población de análisis y el marco muestral disponible, se opta por un muestreo probabilístico bietápico de conglomerados.

- **Probabilístico:** Cada uno de los días y cada uno de los asistentes tienen una probabilidad conocida y superior a cero de ser seleccionado.

- **Bietápico:**

1. **Primera etapa:** Se seleccionan días mediante Muestreo Aleatorio sin reemplazamiento.

2. **Segunda etapa:** En cada día seleccionado se escoge una muestra de personas mediante Muestreo Aleatorio Simple.

### **Tamaño de muestra:**

El tamaño de muestra se determinó con ayuda de información histórica del evento FILBo 2018. Se realizó un proceso de simulación para determinar el tamaño de muestra bajo un error de muestreo máximo permitido del 5%. El tamaño de muestra final fueron 10 días en la primera etapa y cada día encuestando un mínimo del 0,38% de los asistentes.

### **Precisión de los resultados**

Se diseñó una muestra para obtener una precisión esperada medida en términos del error de muestreo menor o igual a 5%, con un nivel de confiabilidad del 95%.

### **Ponderadores y/o factores de expansión y ajustes**

El factor básico de expansión se calcula como el producto de los factores de expansión correspondientes a cada una de las etapas:

- **Factor de expansión de la etapa 1:** Factor dado por la razón entre el número de días encuestados y número de días de duración de la feria.

- **Factor de expansión de la etapa 2:** Cálculo a nivel de día correspondiente al cociente entre el total de personas encuestadas sobre media de asistentes por día según FILBo 2018.

El Factor de expansión final se ajusta con la información auxiliar real del total de asistentes a FILBo 2019. Se estiman totales, promedios y proporciones de interés. Las varianzas se calculan mediante métodos bootstrap<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Técnica de remuestreo propuesta por Bradley Efron que hace uso intensivo de computadoras. La técnica consiste en obtener muestras con reemplazamiento a partir de la muestra recolectada y de mismo tamaño a la muestra original. A partir de cada una de las muestras bootstrap generadas se obtienen estimaciones del parámetro de interés y la distribución de estas estimaciones se ha comprobado tiene comportamiento normal con parámetros que tienden a los valores poblacionales reales. La técnica bootstrap usa la misma lógica de los métodos Montecarlo para generar un estimador bootstrap, así como también, el error estándar asociado e intervalos de confianza.

## RESULTADOS

La Feria Internacional del Libro de Bogotá es uno de los más importantes eventos en la ciudad y se posiciona en América-Latina como la segunda Feria de Libros con mayor extensión espacial para su desarrollo, solo por detrás de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara que a su vez ocupa el segundo puesto a nivel mundial. Adicionalmente, considerando la versión FILBo 2019, ocupamos la tercera plaza en asistencia media de América Latina con un total de 46.539 asistentes día, solo detrás de Argentina y México con 63.158 y 88.889 asistentes día respectivamente<sup>5</sup>.

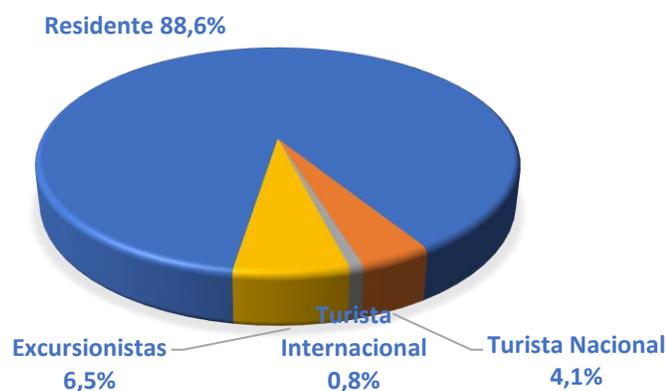
Los resultados en el presente documento están basados en la implementación de la metodología arriba explicada, en cuyo operativo de campo se logra recolectar información de 1692 asistentes.

## CARACTERIZACIÓN DEL TOTAL DE ASISTENTES

### Origen de asistentes

Para la 32° edición de la Feria Internacional del Libro de Bogotá se contó con un total de 605.000 asistentes, de los cuales 536.072 (88,6%) corresponden a residentes de la ciudad de Bogotá, 29.622 (4,9%) turistas y 39.306 (6,5%) excursionistas. A su vez, 24.756 (4,1%) y 4.866 (0,8%) asistentes corresponden a Turistas Nacionales e Internacionales respectivamente.

**Gráfica 1. Caracterización de asistentes**



**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

<sup>5</sup> Rodríguez Flórez, C. D. (2018, 24 abril). “Las ferias del libro de América Latina que tienen mayor área de exhibición: Bogotá tiene el segundo espacio ferial más grande”. Diario La República (versión Online), en: <https://www.larepublica.co/ocio/conozca-las-cifras-de-las-ferias-del-libro-mas-importantes-que-se-realizan-en-la-region-2717770>

Comparado respecto a 2018, logramos un aumento en la asistencia global equivalente al 5,2%. Al analizar por subpoblación según lugar de residencia, se observan aumentos del 8% en asistencia de los habitantes de Bogotá y del 10,6% de excursionistas. Esta última cifra contrasta con la disminución porcentual en los turistas nacionales, indicando que las preferencias en comportamiento de pernoctación en la ciudad cambian para la edición 2019, siendo más frecuente la asistencia a la feria un solo día sin pernoctar en la ciudad (51,7%: 2017, 49,3%: 2018, y 61,4%: 2019<sup>6</sup>).

Tabla 1. Asistentes por subpoblación

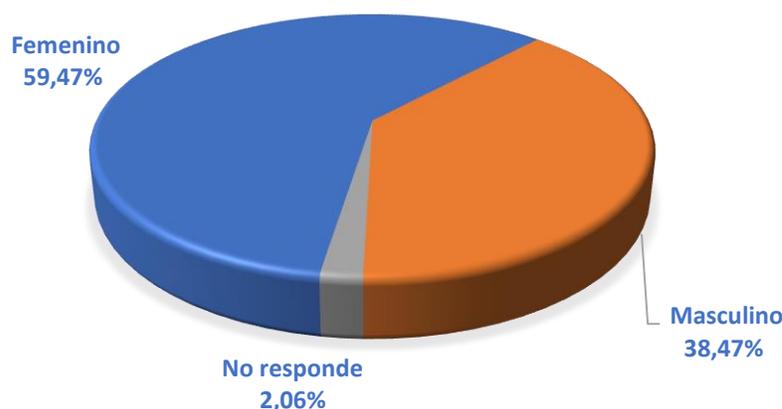
Subpoblación	2017	2018	2019	Variación (%)
<b>Residentes</b>	474.471	496.385	536.072	8%
<b>Turistas nacionales</b>	34.252	36.536	24.756	-32,2%
<b>Turistas internacionales</b>	4.391	6.551	4.866	-25,7%
<b>Excursionistas</b>	36.886	35.528	39.306	10,6%
<b>Total</b>	550.000	575.000	605.000	5,2%

Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo2019.

### Género del total de asistentes

Respecto a la participación por género, para la edición de la feria 2018, 53,2% (56,4% en 2017) de los asistentes fueron mujeres, mientras para FILBo 2019 corresponde a 59,5%. Es decir, se observa un crecimiento en el interés de las mujeres por el evento.

Gráfica 2. Género de asistentes



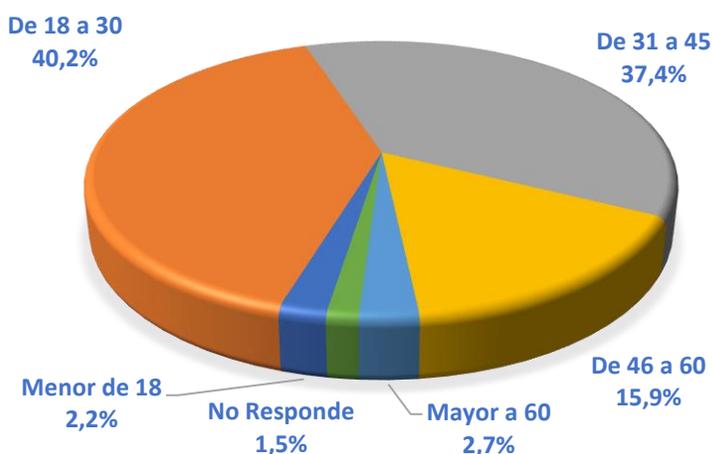
Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

<sup>6</sup> Tanto para 2018 como para 2019 se encontró que los excursionistas son residentes en Colombia, por tanto el porcentaje de 61.4% es obtenido desde 39.306/64.062 (64.062=24.756+39.306).

### Distribución etaria del total de asistentes

Al observar la distribución por edad de los asistentes, el 93,6% de estos se encuentran entre los 18 y 60 años, siendo el 40,2% y el 37,4% correspondientes a personas entre edades de 18 a 30 años y 31 a 45 años respectivamente. Es decir, aumenta 7,8% la participación de los asistentes entre edades de 18 a 60 años respecto a 2017. De otro modo, la participación de mayores de 60 años disminuye de 5,4% a 2,7% entre 2017 y 2019. De forma similar, se observa disminución en la participación de menores de 18 años de 8,75% a 2,2%.

**Gráfica 3. Distribución Etaria total de asistentes**



**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### CARACTERIZACIÓN DE LOS RESIDENTES

Como es mencionado en la caracterización demográfica del total de asistentes para la 32ª edición de la Feria Internacional del Libro de Bogotá, 536.072 (88,6%) asistentes corresponden a residentes capitalinos. A su vez, el subgrupo poblacional de habitantes bogotanos que asisten a FILBo aumentó 8% entre 2018 (496.835) y 2019, implicando también incremento en su participación poblacional pasando de 86% en 2018 a 88,6% en 2019. En cuanto a la distribución por género se identifica que por cada 3 mujeres residentes, existen 2 hombres residentes asistentes.

Adicionalmente, los residentes capitalinos asisten a la feria del libro generalmente en grupo, toda vez que, de los 536.072 residentes que asiste

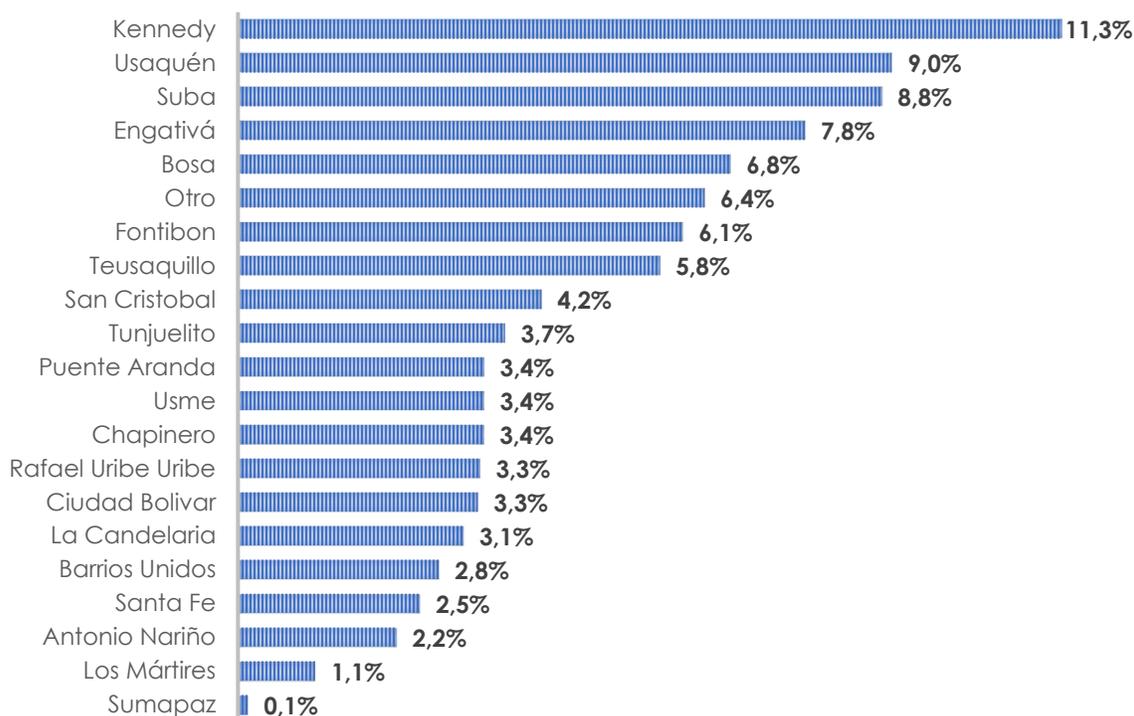
a la feria, 86,1% (461.363) asisten en grupos de 2 o más personas y 10,3% (55.358) ingresan a la feria sin acompañantes<sup>7</sup>. Es decir, en grupos conformados por 4 o 5 personas en promedio. También, se logra identificar que la afluencia de habitantes en términos porcentuales, es mayor para las localidades que geográficamente se encuentran más cercanas al recinto de Corferias.

En lo restante de la presente sección, se presentan los resultados desagregados para los residentes de la capital en cada una de las características medidas.

### Lugar de residencia

Los residentes de Bogotá que asistieron al festival provenían principalmente de la localidad de Kennedy (60.689; 11,3%), Usaquén (48.157; 9%), Suba (47.436; 8,8%), Engativá (41771; 7,8%) y Bosa (36279; 6,8%).

**Gráfica 4. Localidad de Residencia**



**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019 y SDP

<sup>7</sup> Para el 3,6% faltante no se cuenta con información de la cantidad de acompañantes en la feria.

Sin embargo, para un análisis más detallado se considera la población estimada de habitantes por localidad según proyecciones de la secretaria Distrital de Planeación (SDP). Como se observa en el gráfico 3 y en la tabla 2, en general las localidades con mayor cantidad de asistentes están asociadas a las localidades con mayor población de habitantes. Al considerar la tasa de asistencia respecto a la población por localidad, se puede apreciar que las mayores participaciones en términos de asistencia fueron de los habitantes de las localidades de La candelaria (75,4%), Teusaquillo (22,2%), Santa Fe (14,5%), Chapinero (14,4%) y localidades desde las cuales existe mayor facilidad de acceso a Corferias en términos de movilidad.

**Tabla 2. Cantidad de asistentes por localidad de residencia**

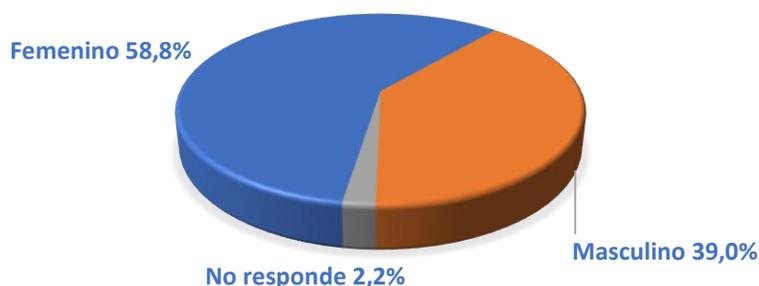
Localidad	Población	Asistentes	%	Localidad	Población	Asistentes	%
<b>La Candelaria</b>	22.041	16.618	75,4 %	<b>Los Mártires</b>	92.755	5.682	6,1%
<b>Teusaquillo</b>	139.776	31.081	22,2 %	<b>San Cristóbal</b>	389.945	22.369	5,7%
<b>Santa Fe</b>	92.490	13.405	14,5 %	<b>Barrios Unidos</b>	273.396	14.803	5,4%
<b>Chapinero</b>	125.750	18.105	14,4 %	<b>Usme</b>	345.689	18.125	5,2%
<b>Antonio Nariño</b>	109.104	11.676	10,7 %	<b>Rafael Uribe Uribe</b>	344.990	17.836	5,2%
<b>Tunjuelito</b>	184.743	19.660	10,6 %	<b>Kennedy</b>	1.252.014	60.689	4,8%
<b>Usaquén</b>	476.184	48.157	10,1 %	<b>Engativá</b>	887.886	41.771	4,7%
<b>Sumapaz</b>	7.711	727	9,4%	<b>Bosa</b>	776.363	36.279	4,7%
<b>Puente Aranda</b>	215.191	18.137	8,4%	<b>Suba</b>	1.348.372	47.436	3,5%
<b>Fontibón</b>	434.446	32.759	7,5%	<b>Ciudad Bolívar</b>	762.184	17.675	2,3%

Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019 y SDP

### Género de los residentes

La participación de los residentes de Bogotá según el género fue para mujeres del 58,8% y para hombres el 39,0%, es decir, tasas similares a las del total de asistentes.

**Gráfica 5. Género de los residentes**

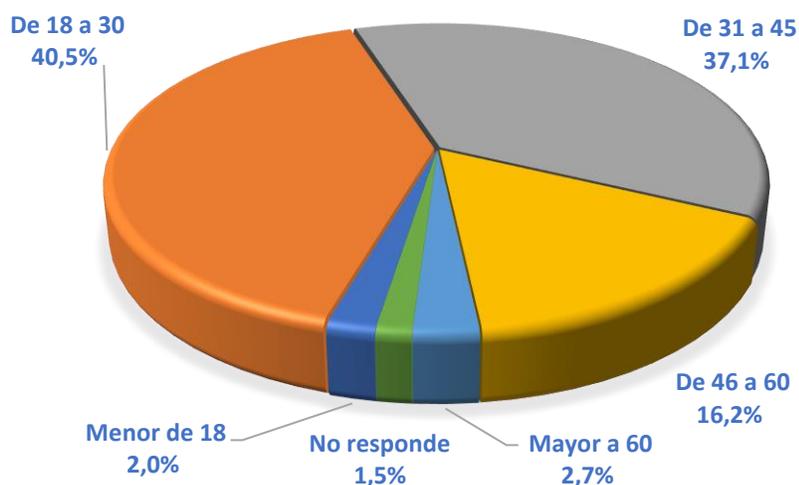


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### Distribución etaria de los residentes

De los residentes de la ciudad que participaron en la FILBo 2019, la mayoría se encontraba entre las edades de 18 a 30 años (216.990), seguido de habitantes entre los 31 y 45 años (198.835) y por los residentes entre los 46 y 60 años (86.755); estos tres grupos de edades comprenden el 93,8% del total de asistentes, las restantes poblaciones con porcentajes inferiores al 3%, con 10.863 y 14.682 para menores de edad y mayores de 60 años respectivamente. Sin embargo, la interpretación de las cifras de distribución de las edades debe ser cuidadosa, dado que la encuesta está dirigida generalmente a personas mayores de edad.

**Gráfica 6. Distribución etaria de residentes**

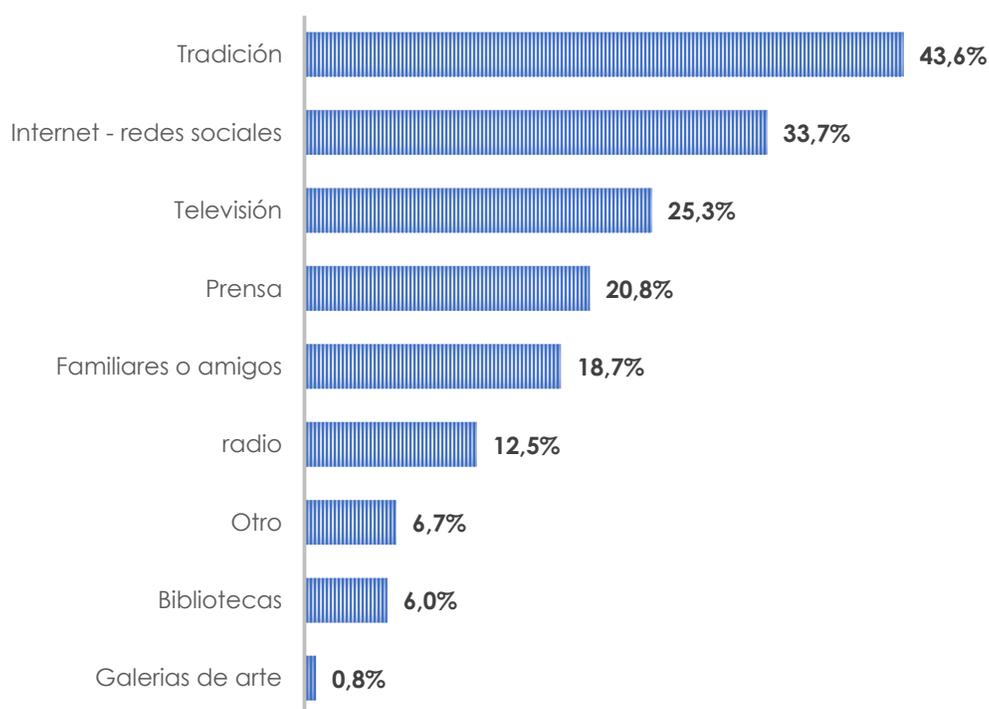


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### Medios de comunicación por los que se enteran los residentes de la Feria

La Feria Internacional del Libro es uno de los eventos más esperados por la población bogotana, por lo que los habitantes de la ciudad están muy relacionados con las fechas en las cuales se realiza el evento anualmente, esto se ve reflejado en un porcentaje del 43,6% por tradición. También se observan otros medios como: internet- Redes sociales (33,7%), Televisión (25,3%) y prensa (20,8%). En general, los residentes que se enteran a través de amigos y en forma presencial en algún lugar cultural son menos del 20,8%.

**Gráfica 7. Medios de comunicación para los residentes**



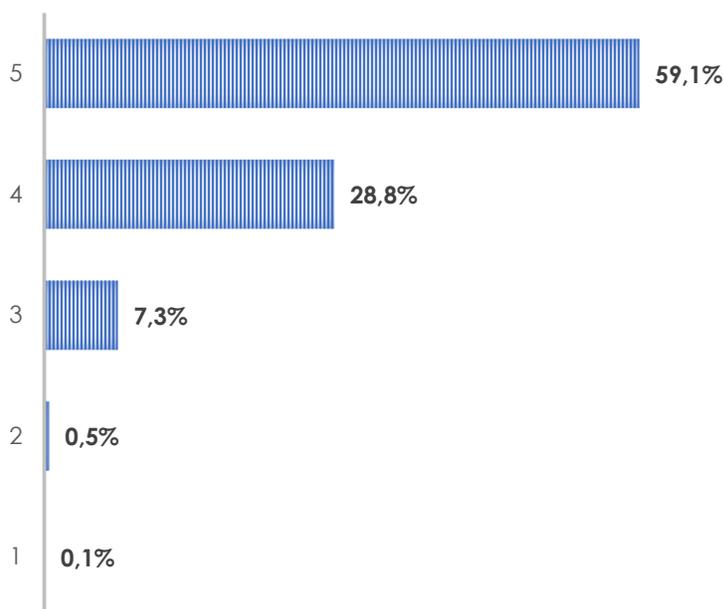
**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

## Percepción de los residentes sobre los diferentes aspectos y espacios de la feria

### Calidad y pertinencia de los invitados

Respecto a la calidad de los invitados, los residentes son el subgrupo poblacional con peor percepción con una media de 4.53 puntos de un máximo posible de 5 puntos. Este puntaje indica que en general están satisfechos con la programación de invitados y sería equivalente a estar en la categoría “Muy Bueno”. El 0,1% de los residentes asigna una calificación muy mala, 0,5% relacionan una percepción mala y 7,3% están asociando una percepción regular.

**Gráfica 8. Percepción de los residentes sobre calidad y pertinencia de los invitados**

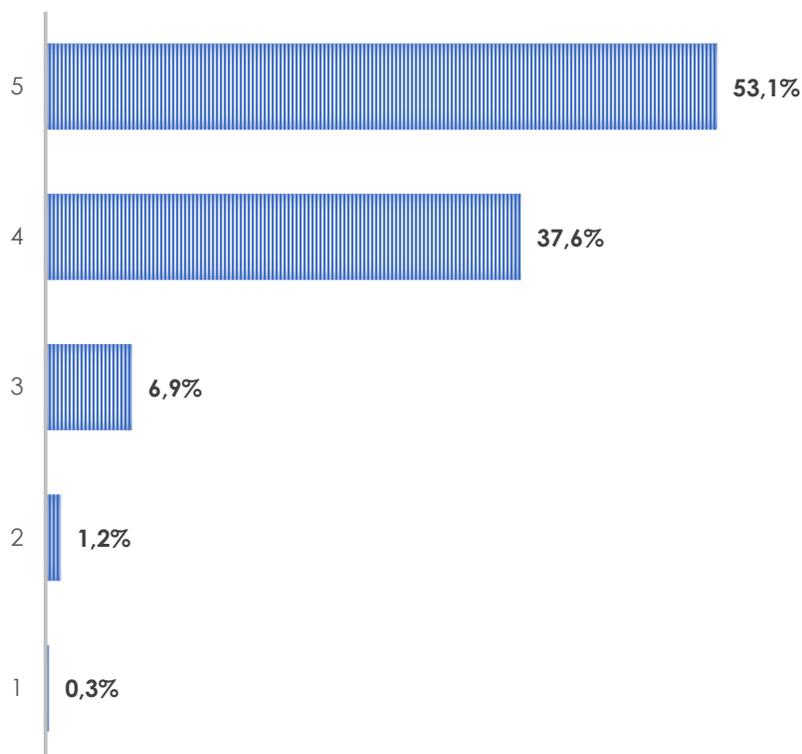


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

## Diseño de los stand

Los residentes asignan una calificación media correspondiente a 4.43 puntos en cuanto a la percepción sobre el diseño de los stands. Este puntaje está asociado nuevamente a la categoría “Muy Bueno”.

**Gráfica 9. Percepción de los residentes sobre los diseños de los stands**

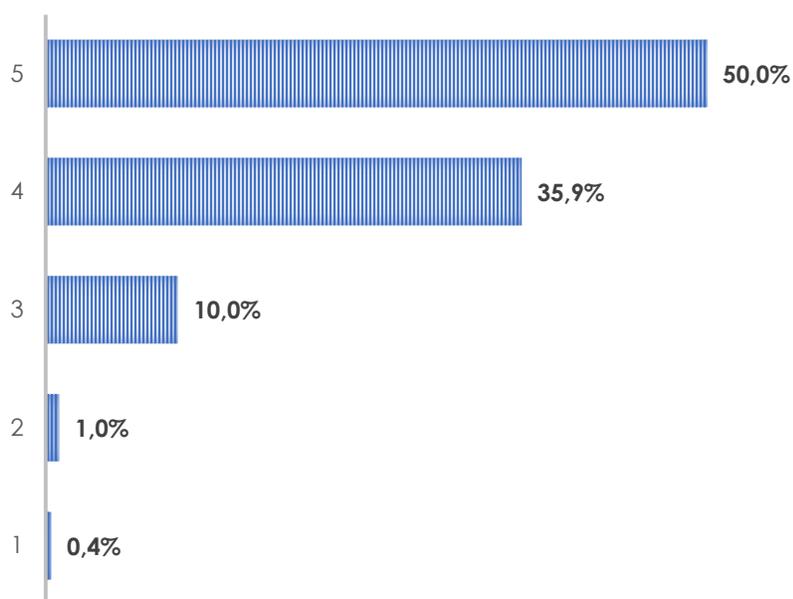


*Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019*

## Calidad de los expositores en el stand

Con una calificación media de 4.38 puntos los residentes capitalinos perciben la calidad de los expositores en los stands. Este puntaje está asociado a la categoría “Muy Bueno” al igual que las anteriores. Por otra parte, se observa que el 0,4% de los residentes otorga una calificación muy mala, el 1% mala y el 10% lo asocia con puntajes regulares.

**Gráfica 10. Percepción de los residentes sobre calidad de los expositores**



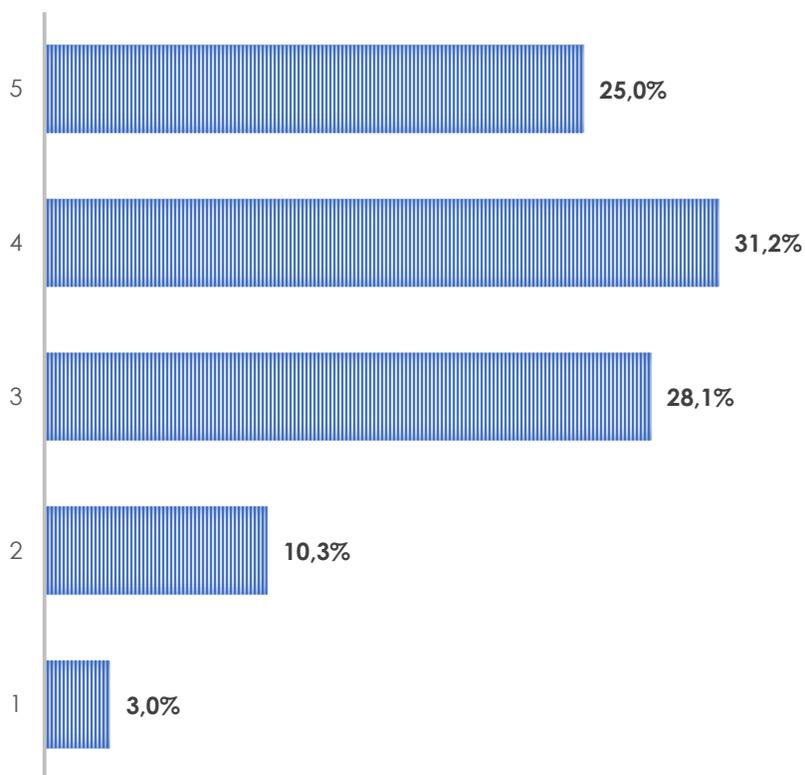
*Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019*

### Precios de libros

Respecto a los precios de los libros este ítem cuenta con una de las calificaciones más bajas en toda la sección de percepción en general y particularmente los residentes tienen una media de 3.66 puntos. Este puntaje está asociado con una percepción de categoría “Bueno” lo que implica que la compra de libros dados los precios es accesible para la mayor parte de los residentes asistentes.

El 3% de los residentes asigna una calificación muy mala, 10,3% relacionan una percepción mala y 28,1% están asociando una percepción regular. El 56,2% de los residentes califican con puntajes de 4 o 5 el precio de los libros.

**Gráfica 11. Percepción de los residentes sobre el precio de los libros**

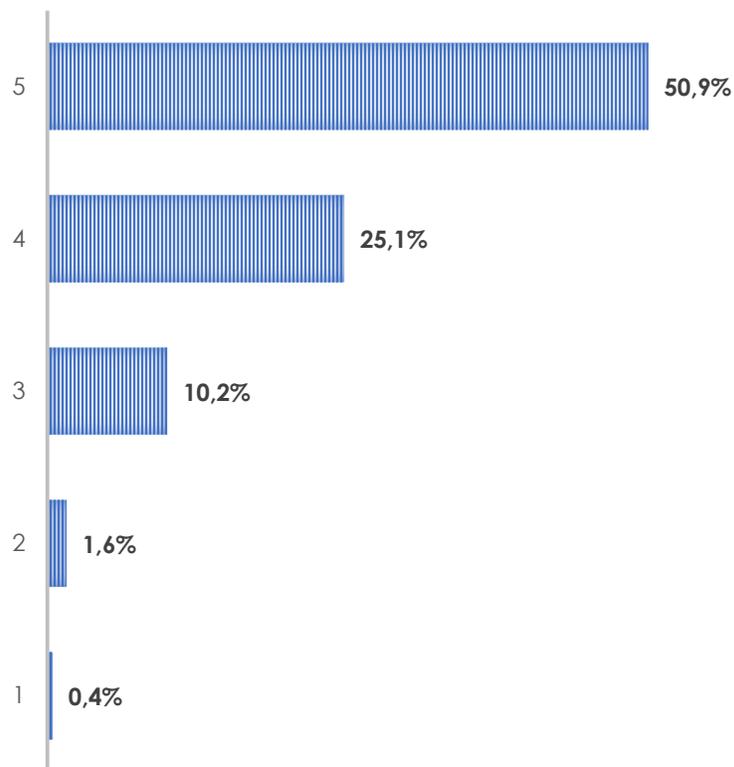


*Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019*

### Medios de pago

Los habitantes capitalinos asignan una calificación media de 4.41 puntos a los medios de pago disponibles para la compra de libros. Este puntaje está asociado nuevamente a la categoría “Muy Bueno”. Adicionalmente, los puntajes de 4 y 5 han sido asignados por el 76% de los residentes, 12.2% de los ciudadanos asocian puntajes entre 1 y 3. El porcentaje restante al igual que en los otros análisis, es decir, en este caso 11.8% de las personas, no suministran información sobre valoración de la percepción.

**Gráfica 12. Percepción de los residentes sobre los medios de pago**

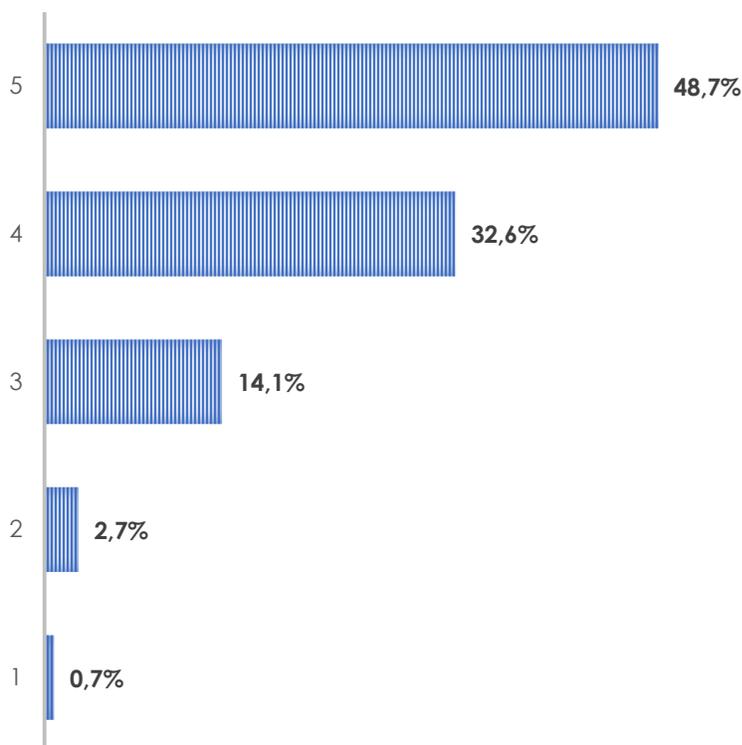


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### **Calidad del espacio en general**

Con una calificación media de 4.27 puntos los residentes capitalinos perciben la calidad del espacio en general. Este puntaje está asociado a la categoría “Muy Bueno”. El 2,7% califica como mala la percepción y el 14,1% asocia al con puntajes regulares.

**Gráfica 13. Percepción de los residentes sobre el espacio en general**

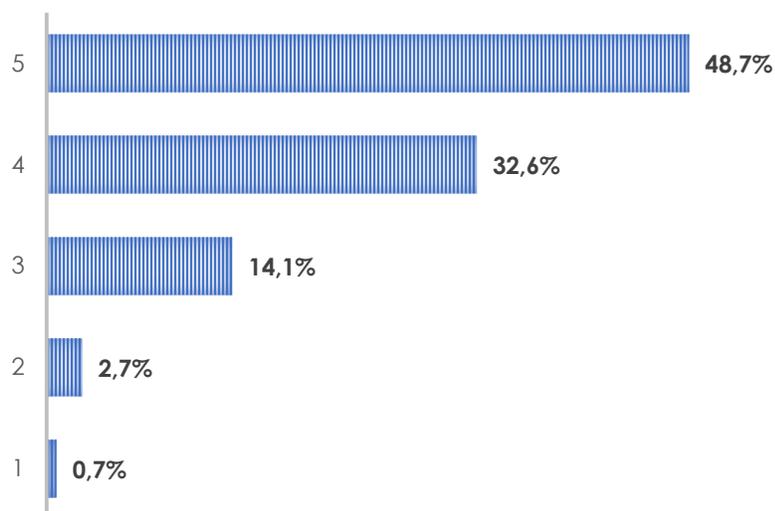


*Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019*

### Calidad de la oferta literaria

Respecto a la calidad de la oferta literaria los residentes capitalinos son el subgrupo poblacional con peor percepción con una media de 4.32 puntos de un máximo posible de 5 puntos. Este puntaje indica que en general están satisfechos y sería equivalente a estar en la categoría “Muy Bueno”. La percepción general tiene un resultado satisfactorio, pero el 0,5% de los residentes asigna una calificación muy mala, 2% relacionan una percepción mala y 13,8% están asociando una percepción regular.

**Gráfica 14. Percepción de los residentes sobre la calidad de la oferta literaria**

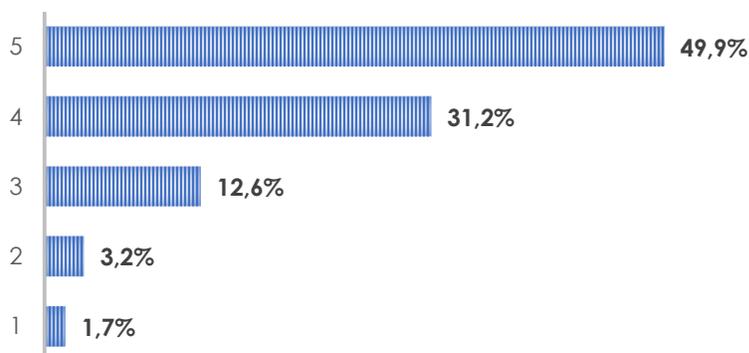


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

#### Calificación de acceso a la feria

Los habitantes capitalinos asignan una calificación media de 4.26 puntos al acceso a la feria, este ítem es el único donde la percepción de los residentes es mejor que de los turistas. Este puntaje está asociado nuevamente a la categoría “Muy Bueno”. Se observan puntajes bajos con el 1,7% de las calificaciones muy malas, 3,2% con percepción mala y 12,6% asociado con puntajes regulares.

**Gráfica 15. Percepción de los residentes sobre el acceso a la feria**

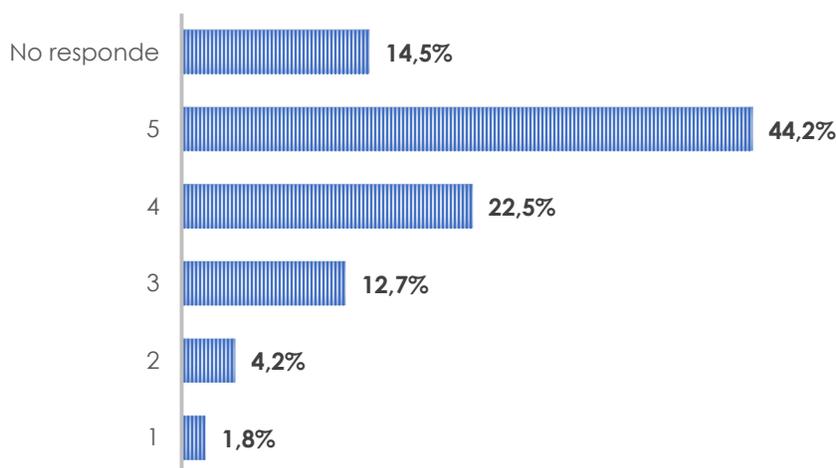


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Presencia de FILBo en las redes sociales

Con una calificación media de 4.21 puntos los residentes capitalinos perciben la presencia de FILBo en redes sociales. Este puntaje está asociado a la categoría “Muy Bueno”. Aquí el 18.7% de las calificaciones están entre 1 y 3, 66.8% con percepciones de 4 o 5 y 14.5% sin suministrar respuesta. Aquí las calificaciones bajas y aquellos que no suministran respuesta pueden corresponder a individuos que no conocen las redes sociales de FILBo y o las han explorado poco.

**Gráfica 16. Percepción de los residentes sobre FILBo en las redes sociales**

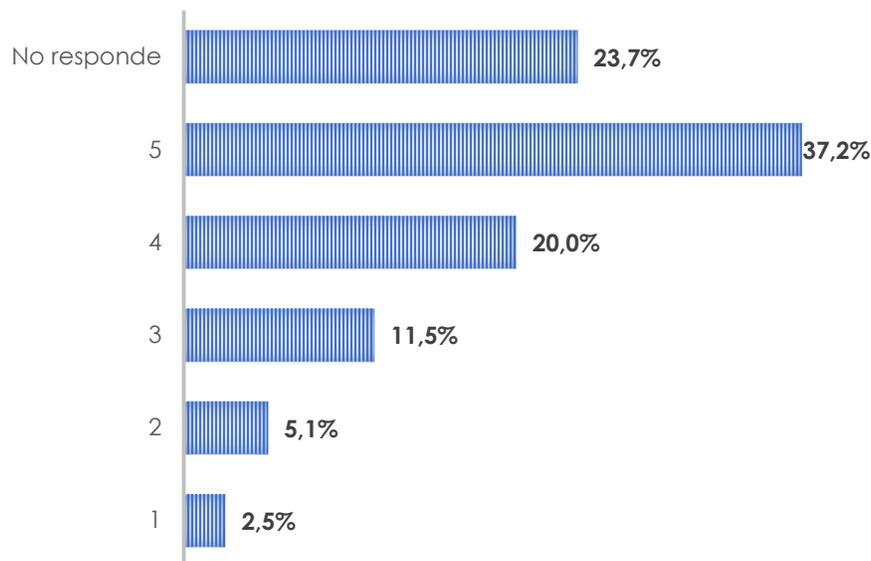


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Sitio web de la FILBo

Respecto a la percepción asociada con el sitio web de la feria, los residentes son el subgrupo poblacional con peor percepción con una media de 4.10 puntos. Este puntaje es satisfactorio y equivale a estar en la categoría “Muy Bueno”. Sin embargo, las calificaciones están bastante cercanas a estar en la categoría bueno. Nuevamente como pasa en el caso de FILBo en las redes sociales la mayoría de respuestas bajas y aquellos que no responden, pueden estar relacionadas con sujetos que no conocen o han explorado poco en el sitio web. Siendo que el 2,5% de los residentes asigna una calificación muy mala, 5,1% relacionan una percepción mala, 11,5% están asociando una percepción regular y 23,7% no responden.

### Gráfica 17. Percepción de los residentes sobre el sitio web de la feria

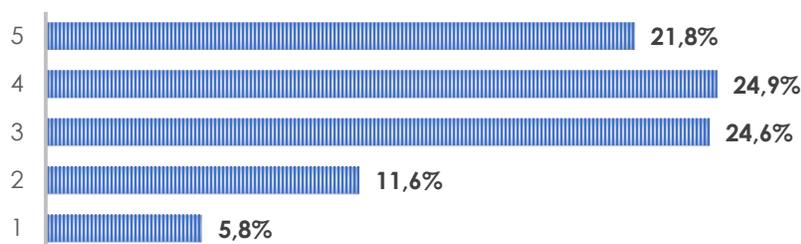


Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Calificación sobre bebidas y comidas

Este ítem es el de peor percepción en general para todos los subgrupos poblacionales y particularmente los habitantes capitalinos asignan una calificación media de 3.51 puntos. Este puntaje está asociado nuevamente a la categoría “Bueno”. Aquí se observa que: 5,8% de las calificaciones es muy mala, 11,6% son malas y 24,6% son puntajes regulares. Esta pregunta evalúa los aspectos generales asociación con la comida y bebida, se observa que la mayoría de ellas están asociadas con los precios y espacios.

### Gráfica 18. Percepción de los residentes sobre bebidas y comidas

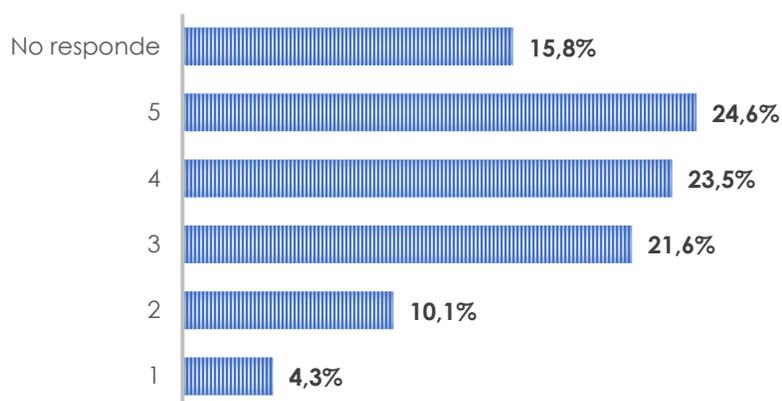


Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

## Calificación baños

Con una calificación media de 3.64 puntos los residentes consideraron darle al servicio de los baños, este ítem presenta la tercera peor calificación en general. Este puntaje está asociado a la categoría “Bueno”. Puntualmente al revisar las observaciones se puede apreciar que el principal inconveniente se asocia con el acceso a los baños. Particularmente para la subpoblación de residentes se presentan 36 de calificaciones entre 1 y 3, 48,1% con percepciones de 4 o 5 y 14,5% sin suministrar respuesta posiblemente porque no requirieron acceder a los baños.

**Gráfica 19. Percepción de los residentes sobre los baños**



*Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019*

## CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES

De los 605.000 asistentes a la 32ª edición de la Feria Internacional del Libro de Bogotá, 29.622 (4,9%) corresponden a población turista en la ciudad de Bogotá. A su vez, el subgrupo poblacional de turistas nacionales alcanza un total de 24.756 individuos lo cual representa el 4.1% del total de asistentes y 83.6% del total de turistas. La cantidad de turistas nacionales a 2019 en comparación con 2017 y 2018 bajo en 27.7% (9.496) y 32.2% (11.780) respectivamente, posiblemente a causa de encontrar menos atractivo el país invitado.

En cuanto a la distribución por género se mantiene la misma relación que en el caso de los residentes capitalinos, es decir, por cada 3 mujeres existen 2 hombres asistentes. Así mismo, los turistas nacionales asisten a la feria en grupos conformados en media por 5 personas.

Por otra parte, es importante resaltar que el gasto de viaje, así como, las noches pernoctadas, aumentaron para la edición 2019 en comparación con anteriores ediciones. Particularmente, la pernoctación media en noches aumento 100% pasando de 3 noches en 2017 y 2018 a 6 noches en 2019. Lo anterior también motivó un aumento en el gasto del viaje turístico superior al 80% respecto a 2018, aun cuando la cantidad de turistas nacionales disminuyó tal como se especificó anteriormente.

En lo restante de la presente sección se presentan los resultados desagregados a nivel de turistas nacionales en cada una de las variables de interés.

### Lugar de residencia de los turistas nacionales

Los turistas nacionales provenían principalmente de Valle del Cauca (14,7%), Antioquia (14%), Cundinamarca (9,7%), Tolima (9,3%) y Santander (8,9%).

**Tabla 3. Lugar de residencia turistas nacionales**

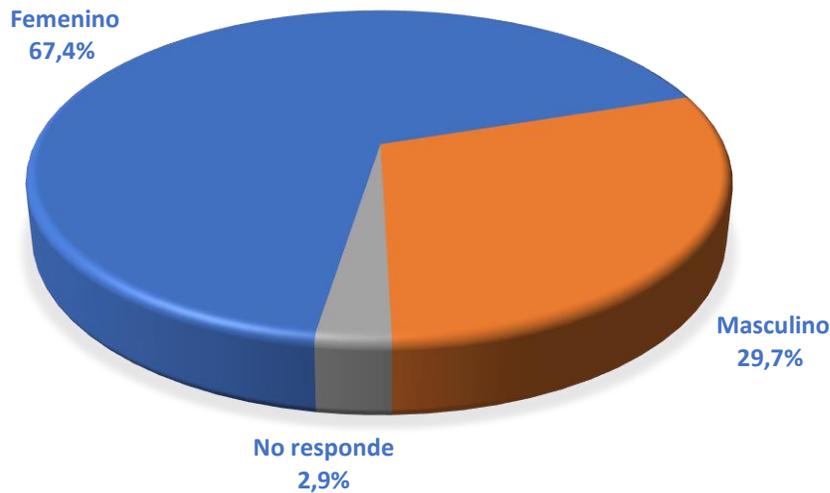
Departamento	Asistentes	Part	Departamento	Asistentes	Part
<b>Valle del Cauca</b>	3632	14,7%	<b>Caldas</b>	1007	4,1%
<b>Antioquia</b>	3467	14,0%	<b>Casanare</b>	828	3,3%
<b>Cundinamarca</b>	2395	9,7%	<b>Magdalena</b>	432	1,7%
<b>Tolima</b>	2312	9,3%	<b>Nariño</b>	432	1,7%
<b>Santander</b>	2203	8,9%	<b>Quindío</b>	420	1,7%
<b>Risaralda</b>	1464	5,9%	<b>Bolívar</b>	295	1,2%
<b>Huila</b>	1375	5,6%	<b>Córdoba</b>	295	1,2%
<b>Atlántico</b>	1211	4,9%	<b>Caquetá</b>	288	1,2%
<b>Meta</b>	1080	4,4%	<b>Cesar</b>	288	1,2%
<b>Boyacá</b>	1044	4,2%			

*Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019*

### Género de los turistas nacionales

La participación de los turistas nacionales de Bogotá según el género fue para mujeres del 67,4% y para hombres el 29,7%, es decir, más de dos terceras partes de los turistas nacionales fueron mujeres.

**Gráfica 20. Género de los turistas nacionales**

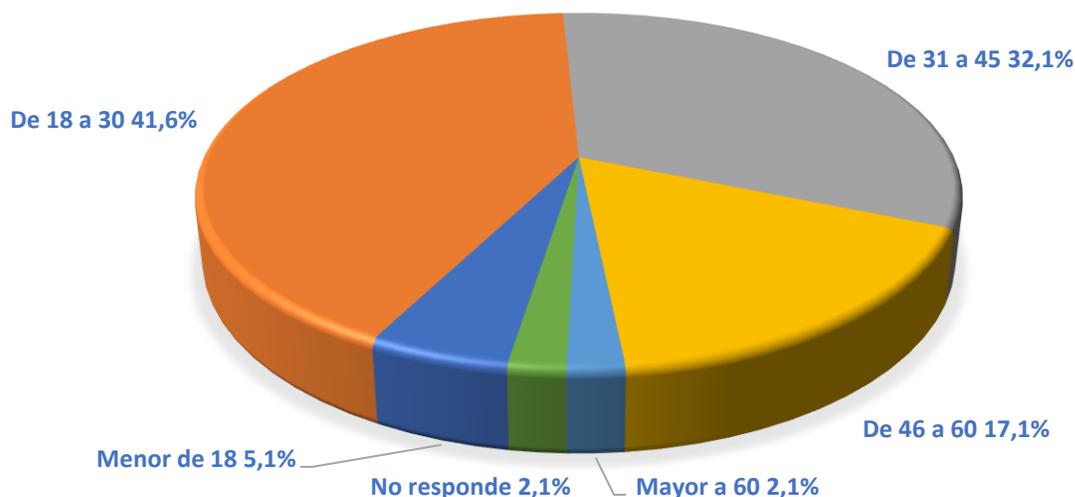


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### **Distribución etaria de los turistas nacionales**

De los turistas nacionales que participaron en FILBo 2019, la mayoría se encontraba entre edades de 18 a 30 años (10.299), seguido de habitantes entre los 31 y 45 años (7.945) y por residentes entre 46 y 60 años (4.230); estos tres grupos etarios comprenden el 90,8% del total de asistentes, teniendo participaciones inferiores al 5,2% los restantes grupos etarios, con 1.260 y 511 para menores de edad y mayores de 60 años respectivamente.

**Gráfica 21. Distribución etaria de los turistas nacionales**



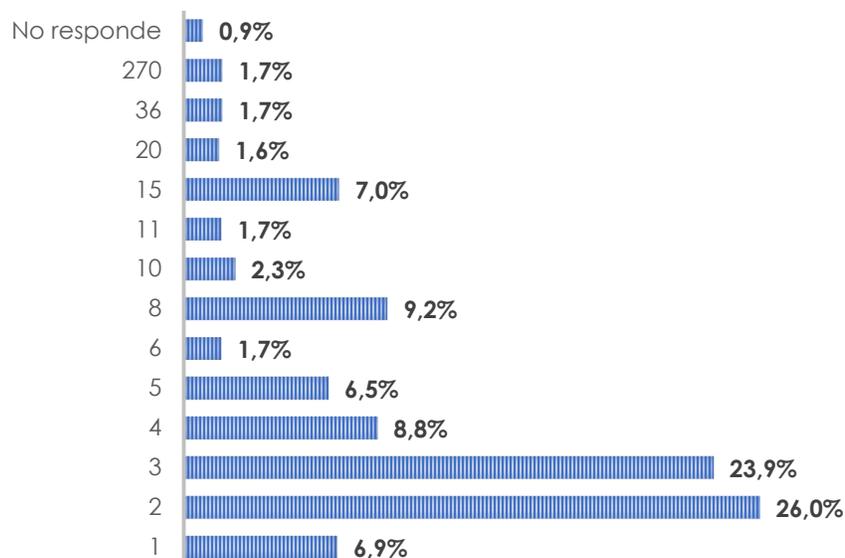
**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### Noches pernoctadas por los turistas nacionales

En FILBo 2019, el 72,1% de los turistas nacionales pernoctaron entre 2 y 5 noches en la ciudad, mientras el 27% pernoctaron 6 o más noches. Adicionalmente, el 0,9% de los turistas nacionales manifestaron haber pernoctado en la ciudad, pero no suministran información de la cantidad de noches pernoctadas. Es decir, se observó que el número medio de noches pernoctadas estuvo entre 5 y 6 noches<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Dado que existe un valor atípico que afecta el resultado de la cantidad de noches promedio, se realizó el cálculo a través de una media recortada considerando existe 5% de datos atípicos.

## Gráfica 22. Número de noches que durmieron en Bogotá los turistas nacionales



Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

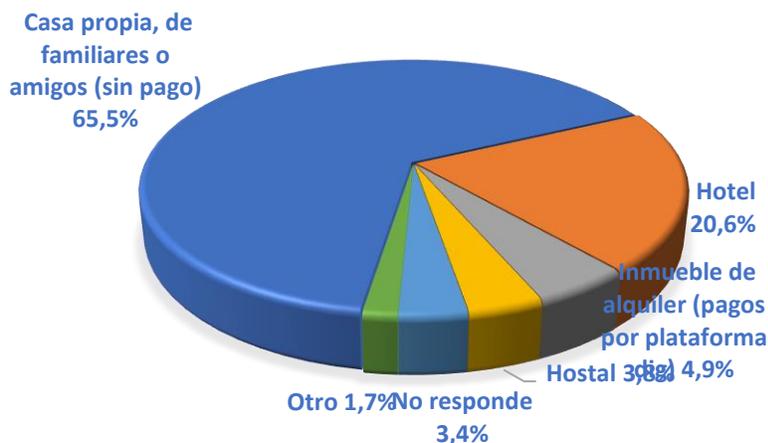
Respecto al número medio de noches pernoctadas los resultados muestran un aumento en 2019 respecto a 2017 y 2018 (3 noches). Y en relación con 2017, el promedio de noches que durmieron los turistas nacionales en la ciudad pasó de 3 noches a más de 5 noches para la presente edición de FILBo.

### Principal lugar de alojamiento de los turistas nacionales

Así mismo, al observar el tipo de alojamiento, los turistas nacionales durmieron en su gran mayoría en la casa de amigos, familiares o casa propia (65,5%). Adicionalmente, cuando se les preguntó a los turistas sobre el alquiler de inmueble a través de la plataforma tecnológica, el 4,9% (1223) de los turistas nacionales escogieron este tipo de alojamiento. También, el 20,6% de los turistas nacionales se hospedaron en hotel y el 3,8% en hostal. Es decir, comparado con 2017 (29,1%) y 2018 (58,5%) se observa un aumento en la cantidad de turistas que pernocta en casa de familiares. En cuanto al comportamiento de hoteles se observa que hay una disminución en la participación entre 2018 (32,4%) y 2019 (20,6%), posiblemente relacionado con el aumento de hospedaje en inmuebles de plataforma tecnológica (2,1% y 4,9% respectivamente para 2018 y 2019). Sin embargo, aun cuando

el hospedaje en hoteles baja porcentualmente entre 2018 y 2019, es de aclarar que la participación de 2019 es mayor que la presentada en 2017 (14,24%).

### Gráfica 23. Principal lugar de alojamiento turistas nacionales

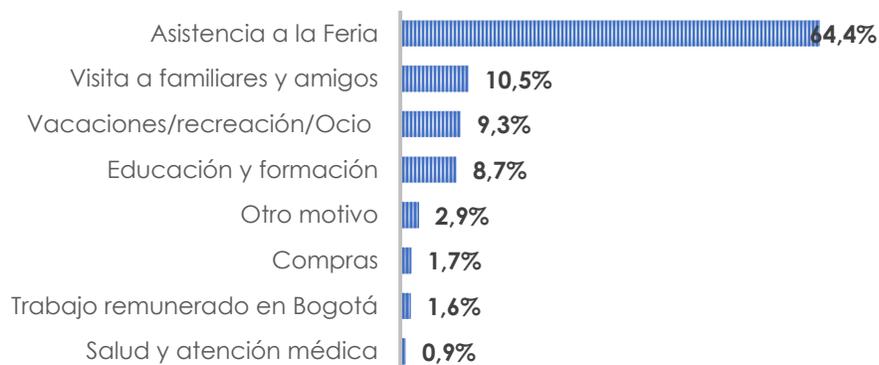


Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### Principal razón o motivo del viaje a Bogotá de los turistas nacionales

En cuanto a la principal motivación del viaje, el 64,4% de los turistas nacionales viajaron a la ciudad de Bogotá con motivo de asistir a la FILBo 2019, este motivo representaba el 49,7% en 2018 (83,9% en 2017). Respecto a 2018 la proporción de turistas que viaja para visita a familiares y amigos decrece en 8,1% pasando de 18,6% en 2018 a 10,5% en 2019. Particularmente los viajes por motivos académicos y educativos han crecido sucesivamente entre 2017 y 2019 (4,64%, 6,9% y 8,7% para los tres años). Esto implica que se está retomando la cultura de viaje por motivo de asistencia a la feria tal cual como se veía en 2017. Los restantes motivos de viaje decrecieron entre 2018 y 2019.

### Gráfica 24. Principal razón o motivo del viaje a Bogotá de los turistas nacionales

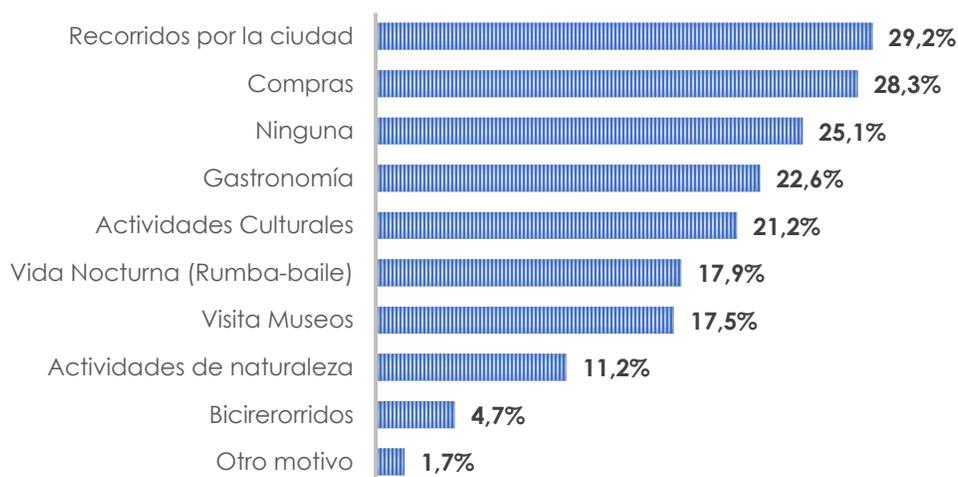


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### Actividades realizadas por los turistas nacionales

Respecto a las actividades que realizaron los turistas durante su estadía en Bogotá, se destacan los recorridos por la ciudad y compras con 29,2% y 28,3% respectivamente. Adicionalmente, puede encontrarse que el 25,1% de los turistas nacionales asisten exclusivamente a la Feria Internacional del Libro sin realizar actividades adicionales. Es decir, el 74,9% de personas participó en las diferentes actividades culturales que ofrece la ciudad.

### Gráfica 25. Actividades realizadas por los turistas nacionales en la capital



**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

## Gasto de los turistas nacionales

El 75,4% de los turistas nacionales efectuaron algún tipo de compra durante su estadia en la ciudad de Bogotá durante la FILBo 2019. Adicionalmente, el gasto de los turistas varía de acuerdo con las características propias de cada viaje, es decir, si se hospedó en hotel o en la casa de amigos o familiares, si tenía pensado realizar otras actividades adicionales a la feria, del número de noches que tenía pensado dormir en la ciudad, entre otros factores. En relación al gasto medio per-cápita de los turistas nacionales, para la edición FILBo 2019 este fue de \$1.371.300 pesos (\$424 usd). También al considerar que su permanencia promedio en la ciudad fue de 6 días, el gasto per-cápita por día correspondió a \$228.550 pesos (\$70.6 usd).

**Tabla 4. Gasto de los turistas nacionales**

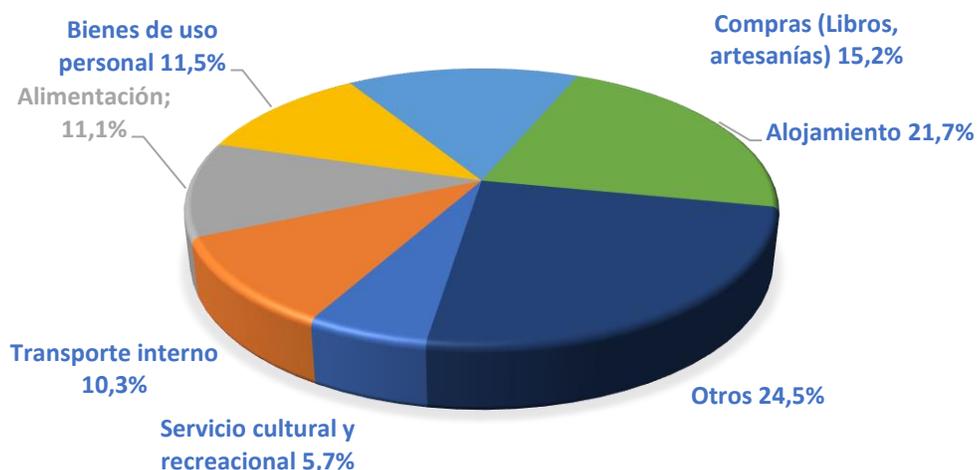
Año	Total	Per-cápita	Per-cápita/ Diario	Noches
<b>2017</b>	\$ 12,192,586,650	\$ 356,000	\$ 118,667	3
<b>2018</b>	\$ 18,066,389,150	\$ 494,500	\$ 164,900	3
<b>2019</b>	\$ 32,787,030,800	\$ 1,371,300	\$ 228,550	6

*Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.*

Respecto a las ediciones anteriores de la FILBo, se observa un aumento en el gasto total del 168,9% respecto a 2017 y de 81.5% respecto a 2018. Lo anterior se debe al aumento del gasto diario y en la cantidad de noches pernoctadas. En cuanto al gasto per-cápita, se identifica crecimiento del 285,2% y del 177,3% comparado a 2017 y 2018 respectivamente; este crecimiento es debido al aumento en la cantidad de noches promedio pernoctadas. Finalmente, se verifican crecimientos sucesivos en el gasto per-cápita diario, los cuales son de 92,6% contrastado con 2017 y del 38,6% con 2018.

De otro modo, en cuanto a la distribución de los diferentes gastos que realizaron los turistas nacionales, se observa que las mayores destinaciones monetarias están asociadas a las categorías de otros (24,5%), alojamiento (21,7%) y Compras (15,2%), es decir, este último dato concuerda con el motivo principal de asistencia a la feria.

### Gráfica 26. Distribución del gasto de los turistas nacionales en la capital

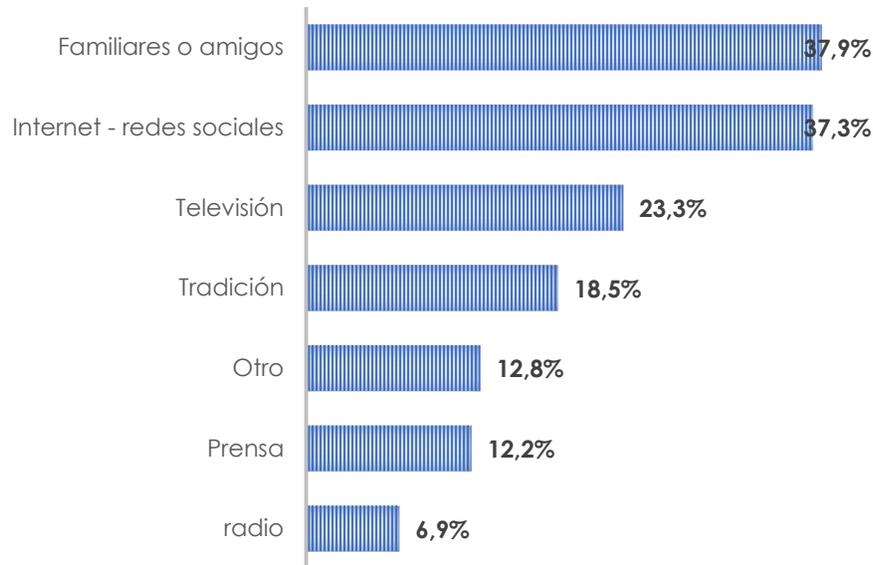


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### Medios de comunicación por los que se enteran los turistas nacionales de la Feria

La Feria Internacional del Libro de Bogotá es la más importante a nivel Colombia donde se presentan oportunidades para: promocionar y conocer productos literarios, mostrar y estar al tanto de portafolio de productos, realizar negocios y expandir el mercado. Por ello se espera alta afluencia de turistas nacionales y con el fin de mejorar los procesos de divulgación es importante conocer los principales medios de comunicación por los cuales se informan de la Feria Internacional del Libro los turistas nacionales. Particularmente, para el caso de los turistas nacionales los principales medios de información son a través de familiares, amigos, internet y redes sociales representando el 37,9% y 37,3% respectivamente, que a su vez conjuntamente representan el 64,2% de personas que conocen de la feria por dichos medios.

### Gráfica 27. Medios de comunicación para turistas nacionales



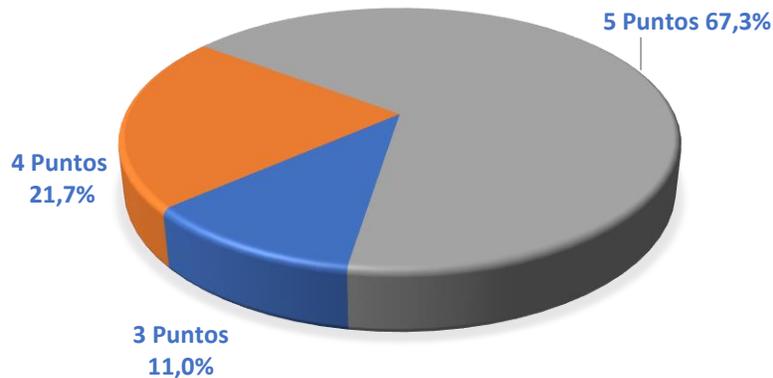
**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### Percepción de los turistas nacionales sobre los diferentes aspectos y espacios de la feria

#### Calidad y pertinencia de los invitados

Respecto a la calidad de los invitados los Turistas nacionales tienen una percepción media de 4.56 puntos de un máximo posible de 5 puntos. Este puntaje indica que en general están satisfechos con la programación de invitados y sería equivalente a estar en la categoría “Muy Bueno”. Sin embargo, aun cuando la percepción general tiene un resultado satisfactorio, el 11% de turistas nacionales asignaron una calificación de categoría regular o media.

### Gráfica 28. Percepción de los turistas nacionales sobre calidad y pertinencia de los invitados



**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

#### Diseño de los stand

Los turistas nacionales asignan una calificación media correspondiente a 4.46 puntos en la percepción sobre el diseño de los stands. Este puntaje está asociado nuevamente a la categoría “Muy Bueno”. Nuevamente se observan puntajes bajos siendo 1,2% con percepción mala y 9,7% asociado con puntajes regulares.

### Gráfica 29. Percepción de los turistas nacionales sobre los diseños de los stands

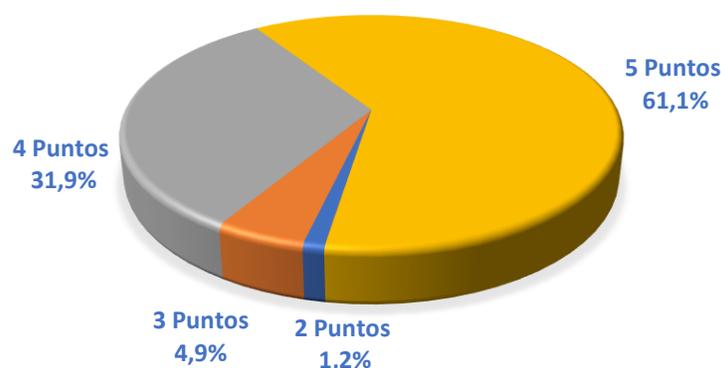


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Calidad de los expositores en el stand

Con una calificación media de 4,54 puntos los turistas nacionales perciben la calidad de los expositores en los stands. Este puntaje está asociado a la categoría “Muy Bueno”. Por otra parte, presentan percepciones bajas siendo 1,2% con percepción mala y 4,9% asociado con puntajes regulares.

**Gráfica 30. Percepción de los turistas nacionales sobre calidad de los expositores**

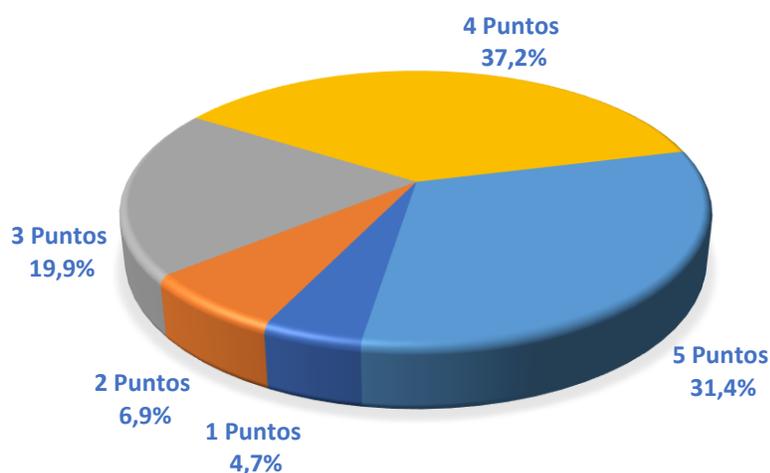


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Precios de libros

Respecto a los precios de los libros se presenta de las calificaciones más bajas en toda la sección de percepción que en el caso de los turistas nacionales tienen una media de 3,84 puntos. Este puntaje es mayor que el de los residentes y está asociado con una percepción de categoría buena lo que implica accesibilidad económica para la compra de libros en la mayor parte de los turistas nacionales. Sin embargo, aun cuando la percepción general tiene un resultado satisfactorio, el 4,7% de los puntajes corresponden a calificaciones muy malas, 6,9% relacionados a percepción mala y 19,9% asociados a percepción regular. Siendo que el 68,5% de los residentes califican con puntajes de 4 o 5 el precio de los libros.

**Gráfica 31. Percepción de los turistas nacionales sobre el precio de los libros**

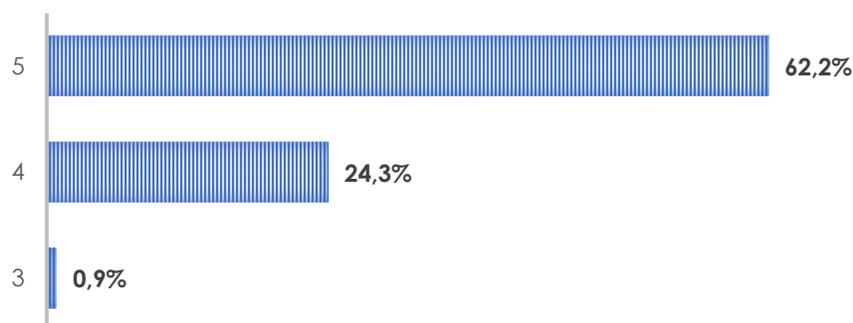


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Medios de pago

Los turistas nacionales asignan una calificación media de 4.70 puntos a los medios de pago disponibles para la compra de libros. Este puntaje está asociado nuevamente a la categoría Muy Bueno. Adicionalmente, los puntajes de 4 y 5 han sido asignados por el 86,6% de los turistas nacionales y 0,9% de los nacionales asociando puntaje 3. El porcentaje restante, es decir, el 12,6% de las turistas nacionales, no suministran información sobre valoración de la percepción; esto, ocurre posiblemente porque no realizaron compras durante la feria.

**Gráfica 32. Percepción de los turistas nacionales sobre los medios de pago**

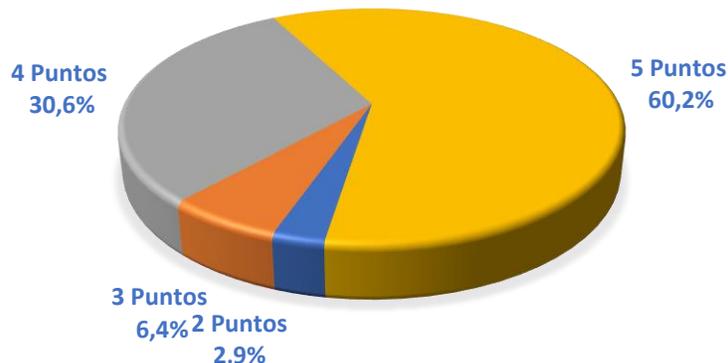


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Calidad del espacio en general

Con una calificación media de 4.48 puntos los turistas nacionales son el subgrupo poblacional que mejor percibe la calidad del espacio en general. Este puntaje está asociado a la categoría “Muy Bueno”. También existen percepciones bajas siendo el 2,9% con percepción mala y 6,4% asociado con puntajes regulares.

**Gráfica 33. Percepción de los turistas nacionales sobre calidad del espacio en general**

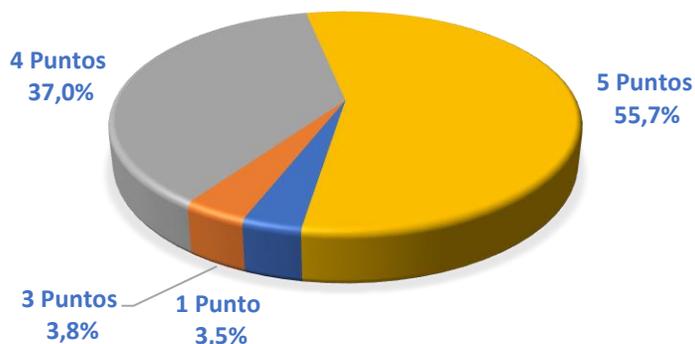


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Calidad de la oferta literaria

Respecto a la calidad de la oferta literaria los turistas nacionales asignan una percepción media de 4.41 puntos de un máximo posible de 5 puntos. Este puntaje indica que en general están satisfechos y sería equivalente a estar en la categoría “Muy Bueno”. Sin embargo, existen puntos a mejorar debido a que el 3,5% de los turistas nacionales relacionan una percepción mala y 3,8% están asociando una percepción regular.

**Gráfica 34. Percepción de los turistas nacionales sobre la calidad de la oferta literaria**

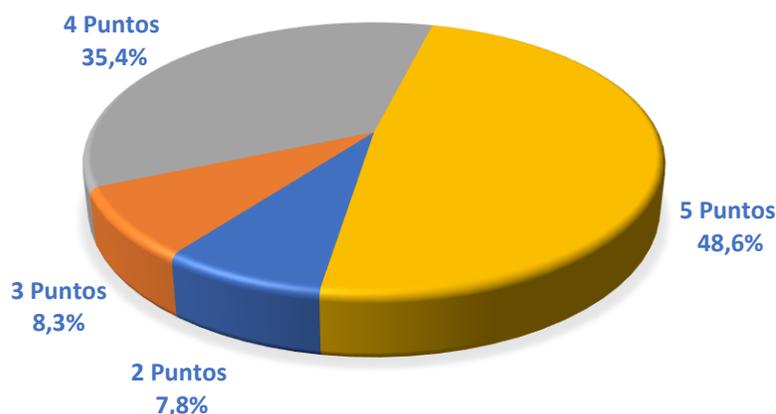


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

#### Calificación de acceso a la feria

Los turistas nacionales asignaron una calificación media de 4.25 puntos al acceso a la feria, este ítem junto al de calidad del espacio en general es el único donde la percepción de los residentes y turistas nacionales es mejor que de los turistas Internacionales. Este puntaje está asociado nuevamente a la categoría “Muy Bueno”. Además, nuevamente se observan puntajes bajos 7,8% con percepción mala y 8,3% asociado con puntajes regulares.

**Gráfica 35. Percepción de los turistas nacionales sobre el acceso a la feria**

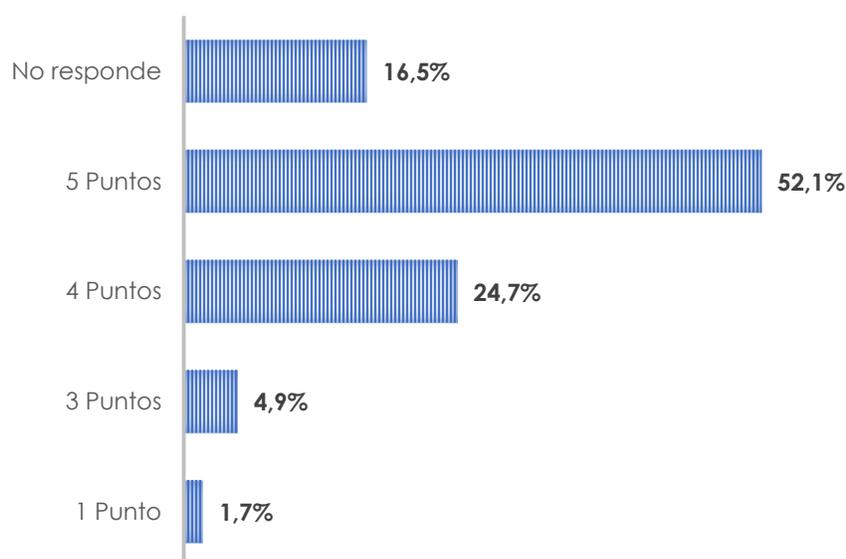


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Presencia de FILBo en las redes sociales

Con una calificación media de 4.50 puntos los turistas nacionales percibieron la presencia de FILBo en redes sociales. Este puntaje está asociado a la categoría “Muy Bueno”. Aquí el 6,6% de las calificaciones están entre 1 y 3, 76,8% con percepciones de 4 o 5 y 16,5% sin suministrar respuesta. Aquí las calificaciones bajas y aquellos que no suministran respuesta pueden corresponder a individuos que no conocen las redes sociales de la FILBo y/o las han explorado poco.

**Gráfica 36. Percepción de los turistas nacionales sobre FILBo en las redes sociales**

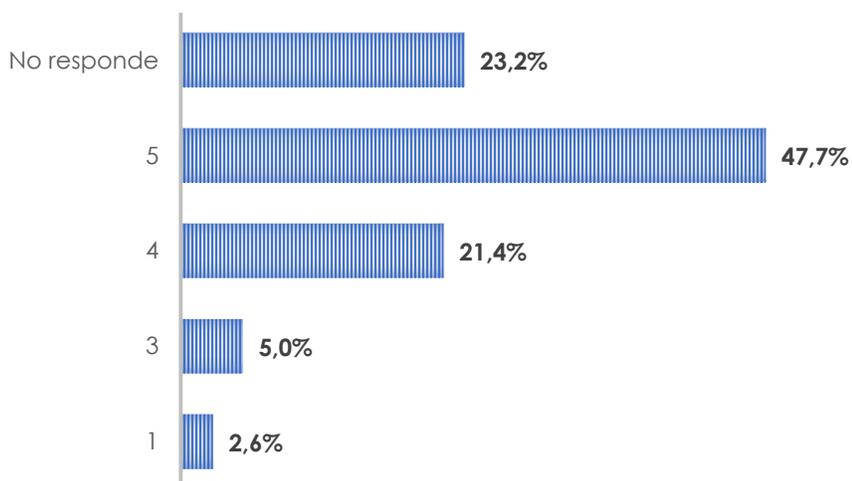


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Sitio web de la FILBo

Respecto a la percepción asociada con el sitio web de la feria los turistas nacionales asignan una percepción con media de 4.45 puntos. Este puntaje es satisfactorio y equivale a estar en la categoría “Muy Bueno”. El 2,6% de los residentes asigna una calificación muy mala, 5% relacionan una percepción regular y 23,2% no responden. Nuevamente como pasa en el caso de FILBo en las redes sociales la mayoría de respuestas bajas y aquellos que no responden, pueden estar relacionadas con sujetos que no conocen o han explorado poco en el sitio web.

**Gráfica 37. Percepción de los turistas nacionales sobre el sitio web de la feria**

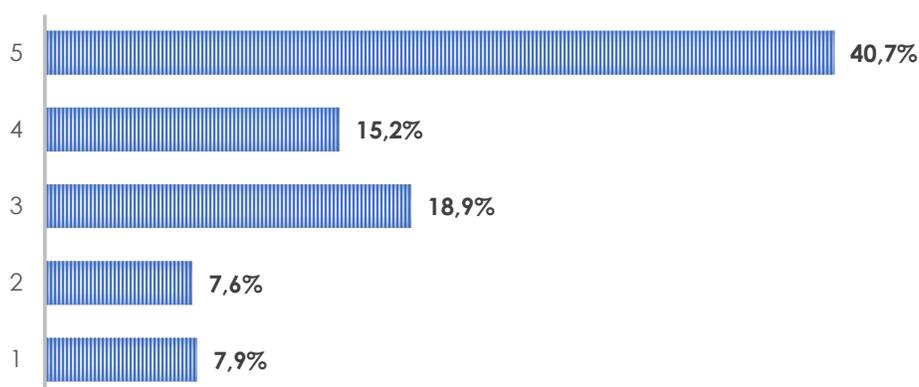


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Calificación sobre bebidas y comidas

En este ítem la percepción generada en el subgrupo de turistas nacionales es mejor que para residentes y turistas internacionales asignando una calificación media de 3.51 puntos. Este puntaje está asociado a la categoría “Bueno”. Aquí se observa que: 7,9% de las calificaciones es muy mala, 7,6% son malas y 18,9% son puntajes regulares. Esta pregunta evalúa los aspectos generales con relación a la comida y bebida, al examinar con más detalle se logra identificar que existen muchas observaciones negativas asociadas con los precios.

**Gráfica 38. Percepción de los turistas nacionales sobre bebidas y comidas**

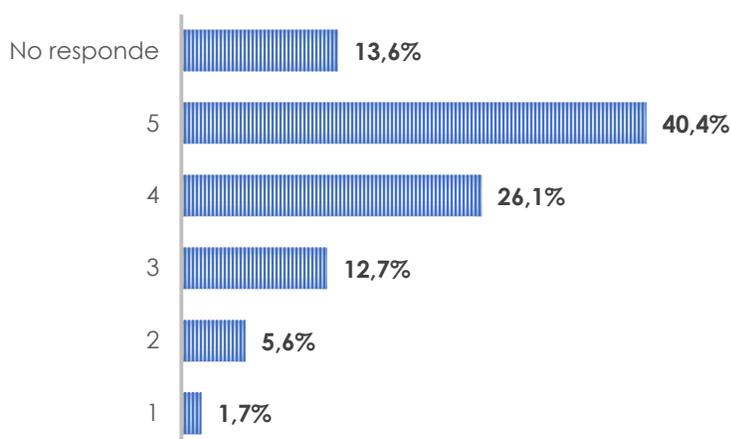


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Califica baños

Con una percepción media de 4.13 puntos los turistas nacionales califican los baños en la feria, este ítem presenta la tercera peor calificación en general. Este puntaje está asociado a la categoría “Muy Bueno”. Puntualmente al revisar las observaciones se puede apreciar que el principal inconveniente se asocia con la limpieza de los baños. Particularmente para la subpoblación de residentes se presentan 20% de calificaciones entre 1 y 3, 66,5% con percepciones de 4 o 5 y 13,6% sin suministrar respuesta, posiblemente porque no requirieron acceder a los baños.

**Gráfica 39. Percepción de los turistas nacionales sobre los baños**



**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

## **CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES**

Bogotá es el principal destino turístico del país dado la diversidad de sitios culturales y de atractivos turísticos, tales como, Monserrate, la Candelaria (centro histórico y cultural de la ciudad), Usaquén (por sus restaurantes, bares y arquitectura colonial), Museos (museo nacional de Colombia, del oro, de botero, entre otros) y más. Así mismo, las universidades más prestigiosas del país se ubican en la ciudad capital según *QS WORLD UNIVERSITY RANKINGS*. Adicionalmente, la ciudad acoge eventos de nivel internacional, lo que la convierte en una ciudad turística a la altura de grandes capitales del mundo.

Uno de los eventos más importantes que se organiza todos los años en la ciudad es la Feria Internacional del Libro (FILBo), que en su edición 2019 reunió 4.866 turistas internacionales, representado el 0,8% del total de asistentes y 16,4% del total de turistas. Esta población redujo su participación respecto a 2018 en 25,7%, pasando de 6.551 a 4.866 entre 2018 y 2019. Sin embargo, la cantidad de turistas internacionales en 2019 fue mayor que en 2017 (4.391).

En la población de turistas internacionales se presenta la mayor participación de mujeres, llegando a ser 5 mujeres por cada hombre asistente. Adicionalmente, cada turista internacional asiste a la feria junto a otros dos acompañantes en media.

En lo restante de la presente sección se presentan los resultados desagregados para los turistas internacionales en cada una de las características medidas.

### **Lugar de residencia de los turistas internacionales**

Los turistas internacionales provenían principalmente de México (24,9%), Guatemala (17,8%), Panamá (16,3%) y Estados Unidos (14,7%).

**Tabla 5. Lugar de residencia turistas internacionales**

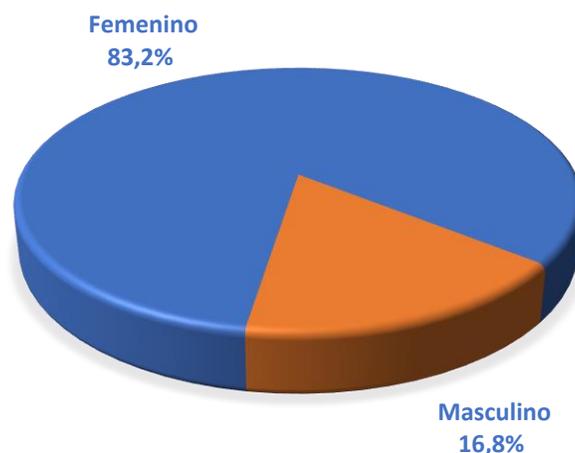
País	Asistentes	Part
<b>México</b>	1.211	24,9%
<b>Guatemala</b>	864	17,8%
<b>Panamá</b>	791	16,3%
<b>Estados unidos</b>	715	14,7%
<b>Cuba</b>	432	8,9%
<b>Perú</b>	432	8,9%
<b>España</b>	420	8,6%

*Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019*

### Género de los turistas internacionales

La participación de los turistas internacionales según el género fue para las mujeres con el 83,2% (4.050) y para los hombres del 16,8% (816), es decir, por cada hombre que asistió a la FILBo 2019 alrededor de 5 mujeres participaron.

**Gráfica 40. Género de los turistas internacionales**

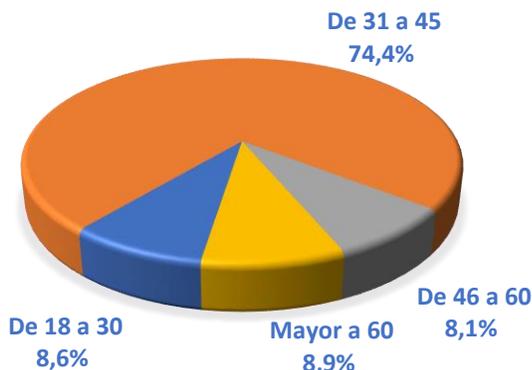


*Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.*

### Distribución etaria de los turistas internacionales

De los turistas internacionales que participaron en la FILBo 2019, la mayoría se encontraba entre las edades de 31 a 45 años (3618), seguido de viajeros entre mayores de 60 años (432) y por personas entre 18 y 30 años (420); particularmente el grupo etario entre edades de 31 a 45 años comprende el 74,4% del total de turistas internacionales asistentes, teniendo los restantes grupos etarios participaciones similares en el intervalo del 8% al 9%.

**Gráfica 41. Distribución etaria de los turistas internacionales**

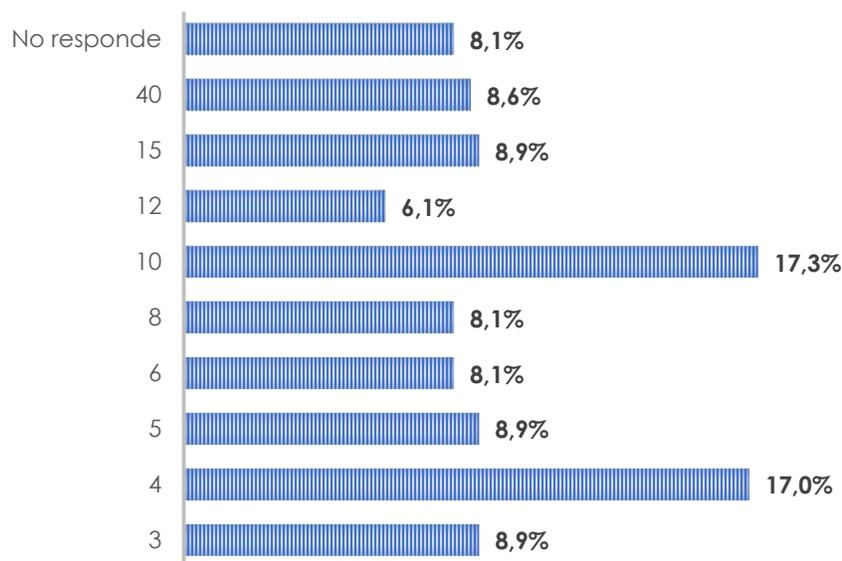


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

**Noches pernoctadas por los turistas internacionales**

El 68,3% de los turistas internacionales que asistieron a la FILBo 2019 pernoctaron entre 3 y 10 noches en la ciudad, mientras el 23,6% pernoctaron mas de 10 noches en la ciudad. Adicionalmente, el 8,1% restante manifesto haber pernoctado en la ciudad, aunque no suministro informacion de la cantidad de noches.

**Gráfica 42. Número de noches que durmieron en Bogotá los turistas internacionales**



**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

Respecto al número medio de noches pernoctadas los resultados muestran un aumento en 2019 (8 noches) respecto a 2018 (6 noches). Y en relación

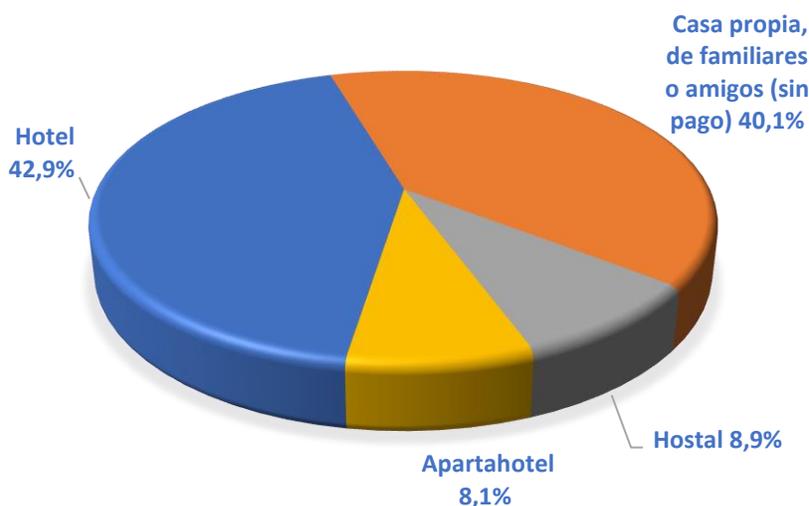
con 2017, el promedio de noches que durmieron los turistas internacionales en la ciudad pasó de 7 noches a más de 8 noches para la presente edición de la FILBo, es decir un aumento de 14,3% respecto a 2017<sup>9</sup>.

### Principal lugar de alojamiento de los turistas internacionales

Así mismo, al observar el tipo de alojamiento, los turistas internacionales durmieron en su gran mayoría en hoteles (42,9%), presentando una disminución respecto a 2018 (57,7%). También puede observarse un aumento de turistas que se hospedan en casa propia, de familiares o amigos en 9,3% en comparación con 2018. Adicionalmente para 2019 surge como una alternativa de hospedaje la opción de aparta-hoteles con un 8,1% y que a su vez en 2018 no se detectaba este tipo de alojamiento.

En cuanto al comportamiento de hoteles se observa que hay una disminución en la participación entre 2018 y 2019, posiblemente relacionado con el aumento de hospedaje por las opciones de casa propia, de familiares o amigos y de aparta-hotel. Aun cuando la participación de hospedaje en hoteles baja entre 2018 y 2019, es de aclarar que la participación de 2019 es mayor que la observada en 2017 (28,6%).

**Gráfica 43. Principal lugar de alojamiento turistas internacionales**



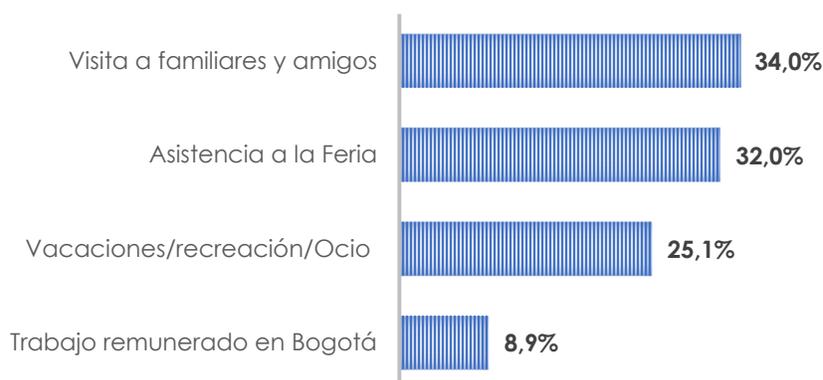
**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

<sup>9</sup> Se utilizó la mediana para esta medición, medida que no se ve afectada por datos atípicos. Este método también fue usado en 2017 y 2018.

### Principal razón o motivo del viaje a Bogotá de los turistas internacionales

En cuanto a la principal motivación del viaje, el 32% de los turistas internacionales viajaron a la ciudad de Bogotá con motivo de asistir a la FILBo 2019. Respecto a 2018 la proporción de turistas que viaja para visita a familiares y amigos aumentó en 10,9% pasando de 23,1% en 2018 a 34% en 2019, llegando a posicionarse como el mayor motivo de viaje. El motivo de viaje asociado con vacaciones y/o recreación creció en 2% entre 2018 (23,1%) y 2019. Particularmente la razón asociada a trabajo remunerado aparece como un nuevo motivo en 2019 con el 8,9% en relación al 0% de 2018.

**Gráfica 44. Principal razón o motivo del viaje a Bogotá de los turistas internacionales**

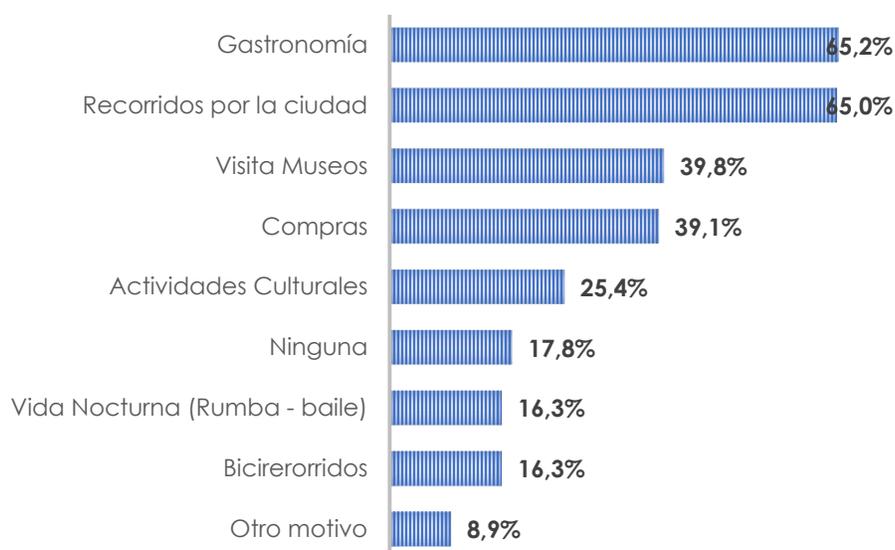


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### Actividades realizadas por los turistas internacionales

Respecto a las actividades que realizaron los turistas durante su estancia en Bogotá, se destacan gastronomía y recorridos por la ciudad lo que tiene una representación conjunta del 82,2% de turistas internacionales. Adicionalmente, puede encontrarse que el 17,8% de los turistas internacionales viajaron única y exclusivamente para asistir a la Feria Internacional del Libro. Otras actividades destacadas que realizaron los turistas son compras y visita a museos cada participación mayor al 39%.

### Gráfica 45. Actividades realizadas por los turistas internacionales en la capital



Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### Gasto de los turistas internacionales

Todos los turistas internacionales efectuaron algún tipo de compra durante su estadía en la ciudad de Bogotá durante la FILBo 2019. En relación al gasto medio per-cápita de los turistas internacionales, para la edición FILBo 2019 este fue de \$2.293.950 pesos (\$709 usd). Al considerar que su permanencia promedio en la ciudad fue alrededor de 8 noches, se obtiene un gasto percapita por día de \$286.750 pesos (\$88.6 usd).

Tabla 6. Gasto de los turistas internacionales

Año	Total	Per-cápita	Per-cápita/ Diario	Noches
2017	\$6,196,008,000	\$1,411,000	\$201,600	7
2018	\$9,524,539,900	\$1,453,850	\$242,300	6
2019	\$11,161,740,400	\$2,293,950	\$286,750	8

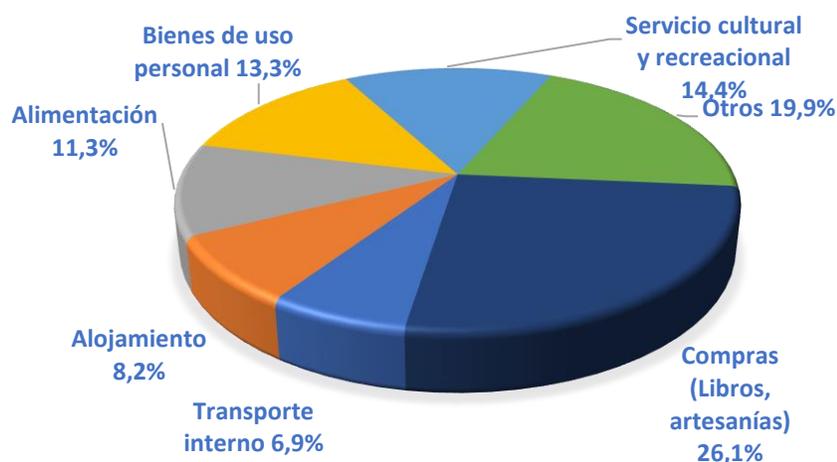
Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

Respecto a las ediciones de la FILBo 2017 y 2018, se observa un aumento del 80,1% respecto a 2017 y del 17,2% respecto a 2018 en términos del gasto total en pesos, esto explicado en parte por el aumento en la cantidad de noches pernoctadas a 2019.

En cuanto al gasto per-cápita, se identifica crecimiento del 62,6% y del 57,8% comparado con 2017 y 2018 respectivamente; implicando también crecimientos sucesivos en el gasto per-cápita diario, los cuales son de 42,2% contrastado con 2017 y de 18,3% con 2018.

De otro modo, en cuanto a la distribución de los diferentes gastos que realizaron los turistas internacionales, se observa que las mayores destinaciones monetarias están asociadas a las categorías de Compras (26,1%) y otros (19,9%). Particularmente, el gasto por concepto de alojamiento representa el 8,6%, este último dato, es consistente al identificarse que el principal motivo de viaje fue visita a familiares y/o amigos y que el 40,1% de turistas internacionales pernoctaron en casa propia, de familiares o amigos.

**Gráfica 46. Distribución del gasto de los turistas internacionales en la capital**



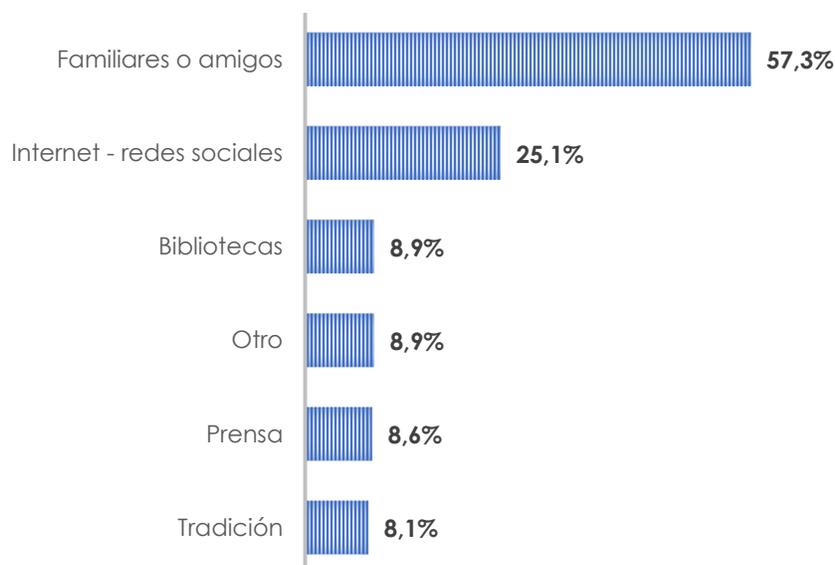
**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### Medios de comunicación por los que se enteran los turistas internacionales de la Feria

La Feria Internacional del Libro de Bogotá es una de las mejores a nivel de América Latina, por ello se espera alta afluencia de turistas internacionales. Adicionalmente la decisión de viajar está enmarcada en la fuerza de los medios de comunicación para divulgar las fechas y el programa de eventos. Por ello es importante analizar los medios de comunicación a través de los cuales se enteran e informan los asistentes. Particularmente para el caso de

los turistas internacionales los principales medios de información por los que se informan de la feria son familiares, amigos, internet y redes sociales representando conjuntamente el 65,5% de los turistas. Adicionalmente, se observa que la comunicación por medio de familiares y amigos es la más alta con un 57,3%.

### Gráfica 47. Medios de comunicación para turistas internacionales



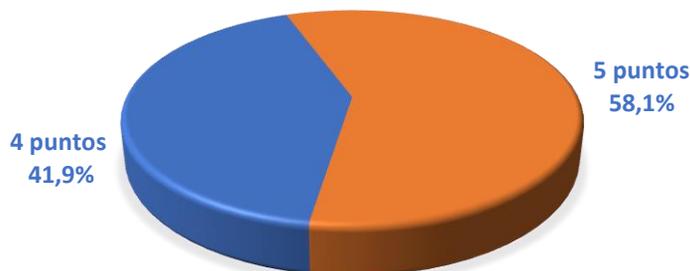
**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019.

### Percepción de los turistas internacionales sobre los diferentes aspectos y espacios de la feria

#### Calidad y pertinencia de los invitados

Respecto a la calidad de los invitados los turistas internacionales son el subgrupo poblacional con mejor percepción con una media de 4.58. Este puntaje es equivalente a estar en la categoría “Muy Bueno”, donde todos los turistas internacionales asignan puntajes de 4 o 5.

**Gráfica 48. Percepción de los turistas internacionales sobre calidad y pertinencia de los invitados**

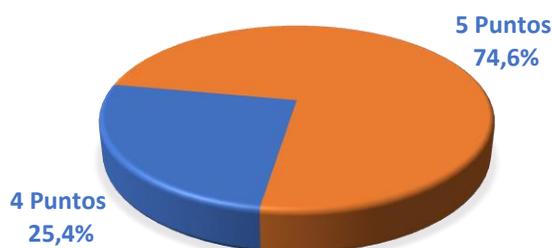


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

#### Diseño de los stand

Los turistas internacionales asignan una calificación media correspondiente a 4.57 puntos a la percepción sobre el diseño de los stands, nuevamente, esta es la mayor puntuación entre los tres subgrupos poblaciones analizados y con puntajes asignados correspondientes a 4 y 5 puntos.

**Gráfica 49. Percepción de los turistas internacionales sobre los diseños de los stands**

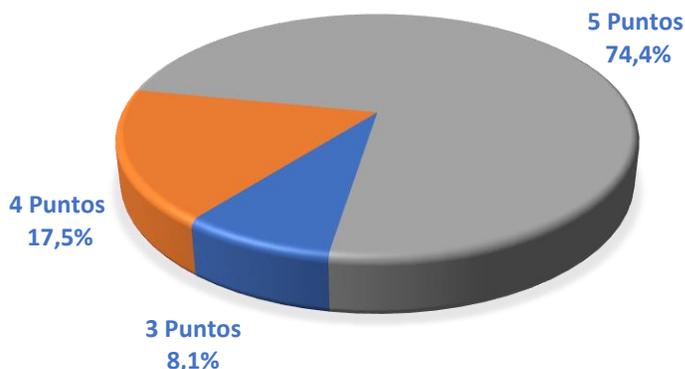


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

#### Calidad de los expositores en el stand

Con una calificación media de 4.66 puntos los turistas internacionales perciben la calidad de los expositores en los stands. Este puntaje está asociado a la categoría "Muy Bueno" al igual que las anteriores. Sin embargo, se logra identificar un 8.1% de puntuaciones en la categoría regular.

**Gráfica 50. Percepción de los turistas internacionales sobre calidad de los expositores**

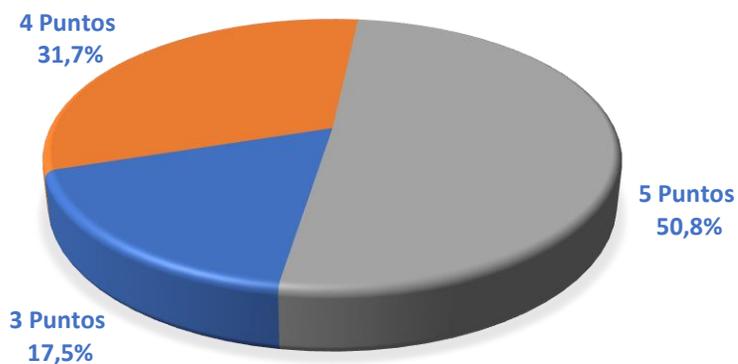


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Precios de libros

Respecto a los precios de los libros los turistas internacionales tienen percepción particularmente muy buena con una media de 4.33 puntos, siendo bastante asequible para compra de libros. Sin embargo, aun cuando la percepción general tiene un resultado satisfactorio, el 17,5% de los turistas internacionales tiene una imagen regular sobre los precios de los libros, inclusive llegando a opinar que en la feria existe venta excesiva de artículos diferentes a libros como aspecto negativo.

**Gráfica 51. Percepción de los turistas internacionales sobre el precio de los libros**

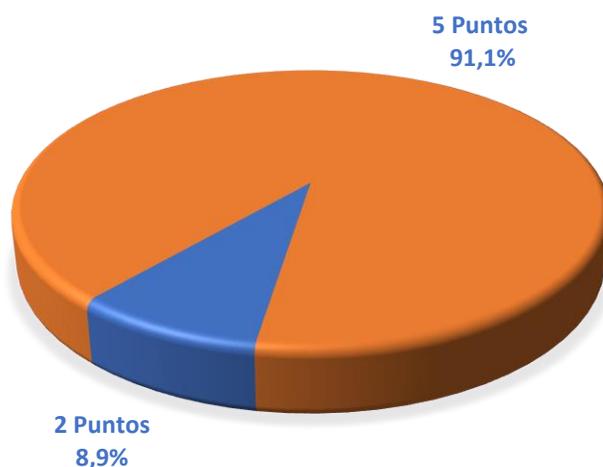


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Medios de pago

Los turistas internacionales asignan una calificación media de 4.73 puntos a los medios de pago disponibles para la compra de libros, siendo nuevamente el puntaje más alto alcanzado en los tres subgrupos poblacionales. Este puntaje está asociado nuevamente a la categoría “Muy Bueno”. El 8,9% de personas asocian un puntaje malo en este ítem.

**Gráfica 52. Percepción de los turistas internacionales sobre los medios de pago**

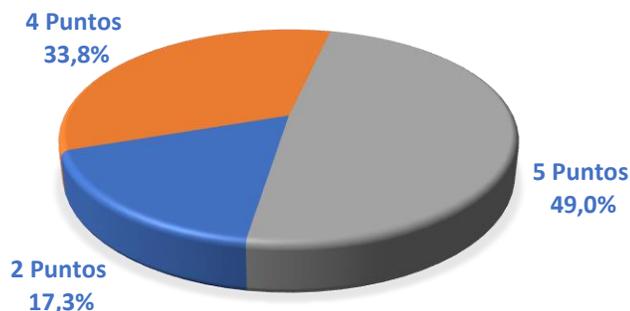


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Calidad del espacio en general

Con una calificación media de 4.14 puntos los turistas internacionales son el grupo que peor percepción tiene sobre la calidad del espacio en general en la feria. Este puntaje está asociado a la categoría “Muy Bueno”. De los turistas internacionales, una proporción del 17,3% otorgan una calificación en la categoría mala, principalmente asociadas a la falta de espacio para caminar dada la aglomeración de personas, así como también a la falta de señalización y ausencia de mapas claros para orientación.

**Gráfica 53. Percepción de los turistas internacionales sobre la calidad del espacio en general**

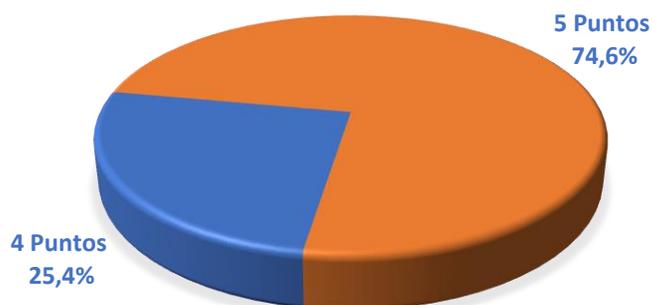


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Calidad de la oferta literaria

Respecto a la calidad de la oferta literaria los turistas internacionales son el subgrupo poblacional con mejor percepción con una media de 4.75 puntos de un máximo posible de 5 puntos. Este puntaje indica que en general están satisfechos y sería equivalente a estar en la categoría “Muy Bueno”. Aquí se puede observar que todas las puntuaciones corresponden a las categorías bueno (25,4%) y muy bueno (74,6%).

**Gráfica 54. Percepción de los turistas internacionales sobre la calidad de la oferta literaria**

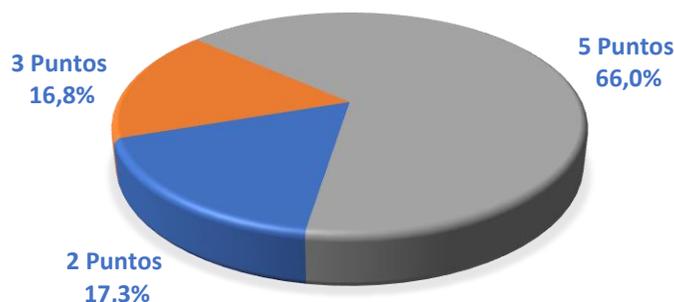


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Calificación de acceso a la feria

Los turistas internacionales asignan la peor calificación entre los tres grupos aquí analizados con media de 4.26 puntos al acceso a la feria. Este puntaje está asociado nuevamente a la categoría “Muy Bueno”. Aquí el 34% de puntajes estuvieron en las categoría malo y regular, llegando a sugerir que se seleccionen días específicos para entrada solo de estudiantes de colegios.

**Gráfica 55. Percepción de los turistas internacionales sobre el acceso a la feria**

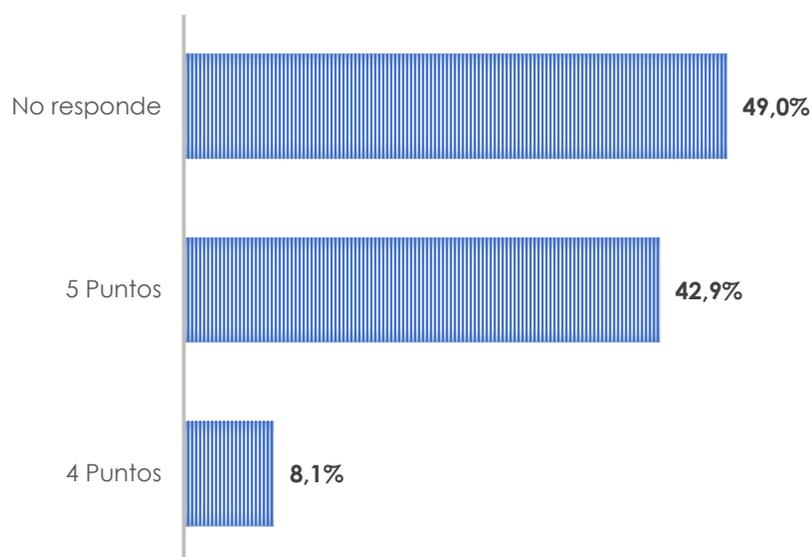


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Presencia de FILBo en las redes sociales

Con una calificación media de 4.84 puntos los turistas internacionales elogian la presencia de FILBo en redes sociales. Este puntaje está asociado a la categoría “Muy Bueno”. Aquí el 51% de los puntajes corresponden a 4 o 5, sin embargo, el 49% restante no suministra respuesta asociado posiblemente a que no conocen las redes sociales de FILBo.

**Gráfica 56. Percepción de los turistas internacionales sobre FILBo en las redes sociales**

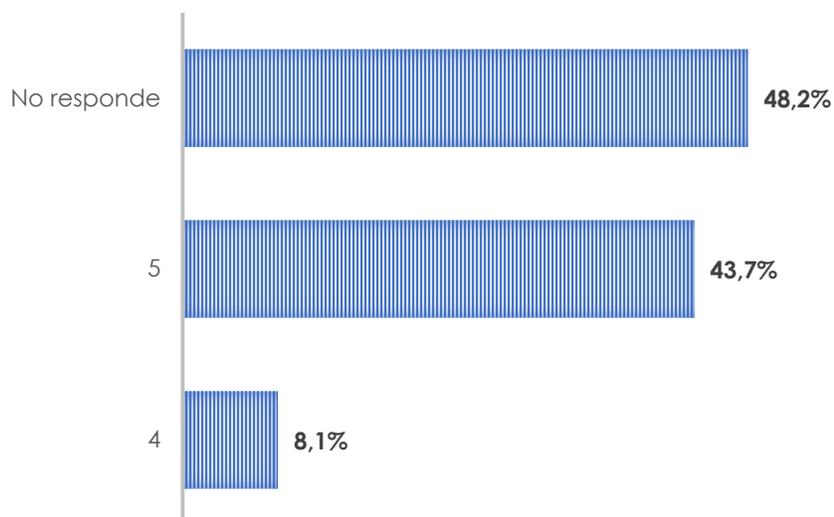


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Sitio web de la FILBo

Respecto a la percepción asociada con el sitio web de la feria, los turistas internacionales comparten opiniones similares a la del anterior ítem, en este caso nuevamente con una percepción media correspondiente a 4.84 puntos. Este puntaje es satisfactorio y equivale a estar en la categoría “Muy Bueno”. Respecto a la distribución de las calificaciones se puede observar que la proporción de personas que conocen las pagina web de la FILBo son mayores respecto a la de redes sociales, sin embargo, la cantidad de no respuestas asociadas a la falta de conocimiento sobre la página sigue siendo elevada con 48,2% en este ítem.

### Gráfica 57. Percepción de los turistas internacionales sobre el sitio web de la feria

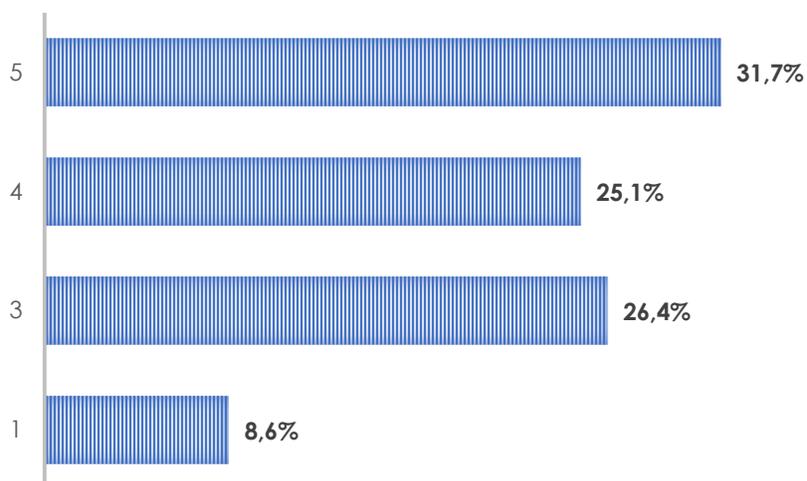


**Fuente:** Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Calificación sobre bebidas y comidas

Este ítem no generó una percepción tan bien calificada en los turistas internacionales. La calificación asignada por los turistas internacionales correspondió a 3.78 puntos en media, y sin embargo el 31,7% de los turistas calificaron con 5 puntos este ítem. Se observa que 35% de las calificaciones asignadas se encuentran en las categorías muy malas y regulares. Adicionalmente, al explorar las observaciones se identifica que los aspectos que no gustaron fue la ausencia de opciones de comidas vegetarianas.

### Gráfica 58. Percepción de los turistas internacionales sobre bebidas y comidas

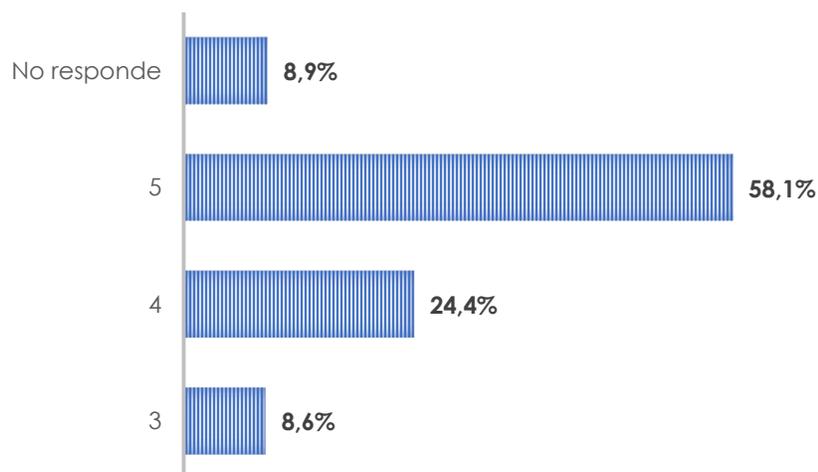


Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

### Califica baños

Con una calificación media de 4.54 puntos los turistas internacionales califican los baños en la feria, esta es la mayor calificación que se logró en este ítem. Sin embargo, 8.6% de los turistas internacionales denotaron el servicio de los baños dentro de la categoría regular.

### Gráfica 59. Percepción de los turistas internacionales sobre los baños



Fuente: Instituto Distrital de Turismo, FILBo 2019

## CONCLUSIONES

La 32° edición de la Feria Internacional del Libro de Bogotá 2019 es uno de los eventos más importantes a nivel Colombia y de América Latina. Tuvo una duración de 13 días la cual recibió 605.000 asistentes en más de 1850 eventos de todo tipo durante la feria, 100 eventos culturales en librerías, bibliotecas y colegios, 10 eventos de FILBo Región y reuniendo más de 500 invitados, 114 empresarios y 30 emprendedores nacionales. Haciéndolo un espacio propicio para los negocios y el turismo.

De los asistentes, 29.622 (4,9%) personas eran turistas y 39.306 (6,5%) excursionistas. La asistencia global aumentó en 5,2% entre 2018 y 2019. Pasando de 550.000 en el 2017 a 575.000 asistentes en 2018 y a 605.000 en 2019. Es un evento donde la participación de las mujeres (59,5%) es mayor que la de los hombres (38,47%) principalmente, los asistentes se encontraron en el grupo de las edades entre los 18 y 30 años (40,2%).

Los principales departamentos de origen de los turistas nacionales que asistieron a la FILBo 2019 son de Valle del Cauca, Antioquia y Cundinamarca, logrando identificarse además que la principal motivación del viaje a Bogotá es la feria del libro con un 64,4%. Así mismo, los turistas internacionales, provienen principalmente de México, Guatemala y Panamá, cuyo principal motivo de viaje fue visita a familiares y/o amigos, que adicionalmente creció 10,9% en comparación con 2018 pasando de 23,1% a 34% en 2019. En cuanto a los residentes bogotanos se identifica que las localidades con mayor asistencia de sus habitantes, son las más cercanas geográficamente a Corferias.

La características de pernoctación de los turistas cambia sustancialmente, llegando a dormir entre 6 y 8 noches en promedio (1 y 3 noches más que en 2018 para turistas internacionales y nacionales respectivamente), esto también se ve reflejado en un aumento en el gasto per-cápita cuyo crecimiento es superior al 50%. Particularmente se observa un aumento de los turistas nacionales que se hospedaron en casa propia, de familiares y o de amigos y para el caso de turistas internacionales decrece la proporción que se hospedan en hoteles y aumenta la pernoctación en aparta-hoteles.

Las principales actividades desarrolladas por los turistas nacionales fue: recorridos por la ciudad (29,2%) y compras (28,3%), mientras que para los turistas internacionales se destacan las actividades de gastronomía bogotana (65,2%) y recorridos por la ciudad (65%).

De otro modo, se debe resaltar que los ingresos que tuvo la ciudad durante la realización de la Feria Internacional del Libro de Bogotá 2019 por concepto de gastos de turismo fue de 43.948'771.200 de pesos, representando un aumento de 59,3% respecto al gasto en 2018 (27.590'929.000). Este aumento se debe principalmente a la cantidad de noches pernoctadas en la ciudad, generando a su vez incremento de los gastos de viaje en 177% y 57,7% para los turistas nacionales e internacionales respectivamente comparados con 2018.

Por otra parte, las cifras de satisfacción muestran en general que el evento recibió calificaciones de “Bueno” y “Muy Bueno” y que, particularmente los turistas internacionales se sintieron más satisfechos en la mayoría de los distintos aspectos evaluados en la feria.

## ANEXO 1. Estimadores y factores de expansión

- **Componentes del factor de expansión**

Factor básico de expansión ( $F$ ). En este caso, se calcula como el producto de los factores de expansión correspondientes a cada una de las etapas:

Factor de expansión de la etapa 1: corresponde a la razón entre el total de días encuestado sobre los 13 días que duro el evento de ciudad FILBo 2019.

Factor de expansión de la etapa 2: es el cociente entre el total de asistentes entrevistados sobre la media de asistentes por día según 2018 (35.938).

El factor de expansión  $F$  aplicado a los datos muestrales, da a cada elemento de la muestra el peso o representación en término de personas que le corresponde en el universo investigado. En consecuencia, mediante su aplicación, se estiman numéricamente, en forma aproximada, las características de la población objetivo.

Ajustes por no respuesta a nivel de ítem/pregunta ( $F_a$ ) son realizados mediante la asignación de promedios de acuerdo a subgrupos de características disponibles para todos los sujetos, esto se logra ajustando el factor básico de expansión  $F$  multiplicándolo por la razón entre el número de asistentes a encuestar y el número de asistentes encuestados a nivel de subgrupo (sexo). Estos ajustes son considerados para estimación del gasto turístico.

**La estimación de un total**  $\hat{t}_y$  de una característica  $y$  de la población, está dada por:

$$\hat{t}_y = \sum_{d=1}^D \hat{t}_{yd} = \sum_{d=1}^D \sum_{p=1}^{a_d} Y_{pd} * F_{pda}$$

Donde:

$d = 1, \dots, D$  Representando los días seleccionados.

$p = 1, \dots, n_d$  Representando cada asistente encuestado en el día  $d$ .

$a_d :=$  Número total de asistentes encuestados en el día  $d$ .

$y_{pd} :=$  Valor observado de la variable  $y$  para el asistente  $p$  en el día  $d$ .

$F_{pda} :=$  Factor de expansión final para el individuo  $p$  en el día  $d$ ,  **$w_{hij}$  en notación de SAS.**



La varianza para la estimación del total bajo un diseño MAS en dos etapas y considerando que  $D > 1$  y  $a_d > 1$ , es dada por:

$$\hat{V}(\hat{t}_y) = \hat{V}_I(\hat{t}_{yd}) + \hat{V}_{II}(Y_{pd}|S_d)$$

Donde

$$\hat{V}_I(\hat{t}_{yd}) = N_d^2 \left( \frac{1}{D} - \frac{1}{N_d} \right) S_{yd}^2 \quad ,y, \quad \hat{V}_{II}(Y_{pd}|S_d) = \frac{N_d}{D} \sum_{d=1}^D P_d \left( \frac{1}{a_d} - \frac{1}{P_d} \right) S_{y_{pd}}^2$$

Con<sup>10</sup>

$$S_{yd}^2 = \frac{1}{D-1} \sum_{d=1}^D (\hat{t}_{yd} - \bar{\hat{t}}_y)^2 \quad ,y, \quad S_{y_{pd}}^2 = \frac{1}{a_d-1} \sum_{p=1}^{n_d} (Y_{pd} - \bar{Y}_d)^2$$

Donde

$\hat{t}_{yd}$  := Total de la variable  $y$  para el día  $d$ ;

$\bar{\hat{t}}_y$  := Promedio de los  $\hat{t}_{yd}$ , totales por día de la variable  $y$ ;

$\bar{Y}_d$  := Promedio de los  $Y_{pd}$ , valores de los individuos de la variable  $y$  en el día  $d$ ;

$N_d$  := Cantidad total de días de exposición de FILBo 2019;

$P_d$  := Número total de asistentes en el día  $d$ .

La estimación  $\hat{Y}$  para medias y porcentajes de una característica  $y$  de la población, está dada por:

$$\hat{Y} = \frac{\hat{t}_y}{N}$$

Con varianza para medias y porcentaje bajo un diseño MAS en dos etapas y considerando que  $D > 1$  y  $a_d > 1$ , dada por:

$$V(\hat{Y}) = \frac{\hat{V}(\hat{t}_y)}{N^2}$$

Cuando  $N$  (el total poblacional de unidades elementales (asistentes) en el estudio es desconocido, se procede a realizar una estimación de él como  $\hat{N}_h = \sum_{d=1}^D \sum_{p=1}^{a_d} F_{pda}$ . Sin embargo, las estimaciones de la varianza descritas anteriormente

<sup>10</sup>  $S_{yd}^2$  representa la varianza muestral de los totales a nivel de día y  $S_{y_{pd}}^2$  representa la varianza muestral de los valores a nivel de persona en el día  $d$ .

cuando los totales son desconocidos llegan a ser inadecuadas y métodos de aproximación para la estimación de varianzas son requeridos<sup>11</sup>.

### Errores de muestreo

Para medir la magnitud de la variabilidad de la distribución muestral del estimador, denominado error muestral, se usa frecuentemente la desviación estándar y el coeficiente de variación.

El coeficiente de variación se define como la relación porcentual del error estándar  $\sqrt{V(\hat{\theta})}$  a la estimación  $\hat{\theta}$ , esto es,

$$CV(\hat{\theta}) = 100 * \frac{\sqrt{V(\hat{\theta})}}{\hat{\theta}}$$

---

<sup>11</sup> Mayor información sobre métodos para la estimación de varianza puede ser visto en la sección 11 de Särndal 1997. Particularmente se trabajó con el método bootstrap sección 11.6.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Instituto Distrital de Turismo (2017). Encuesta de Viajeros 2017. Observatorio de Turismo de Bogotá.
- Instituto Distrital de Turismo (2018). Encuesta de Viajeros 2018. Observatorio de Turismo de Bogotá.
- Naciones Unidas (2010). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Madrid/Nueva York
- Secretaria Distrital de Planeación, SDP (2014). Boletín 69: Proyecciones de población por localidades para Bogotá 2016-2020. Bogotá D.C.



ENTIDADES DE GOBIERNO, CULTURA, AUTORES INDEPENDIENTES, DISEÑO GRÁFICO

PABELLÓN 6 NIVEL 2



24/6

ALGUNAS CATEGORÍAS QUE ENCONTRARÁS EN ESTE

- NOVELA
- POESÍA
- HISTORIA
- COCINA
- CRÓNICA
- NEGOCIOS
- ENSAJO
- DISEÑO
- CUENTOS
- ILUSTRACIÓN

[www.feriadelibro.com](http://www.feriadelibro.com)

Pequeñas acciones, grandes ciudadanos.

te amamos Bogotá

FERIA DEL LIBRO BOGOTÁ

Alcaldía de Bogotá