

Medición a Eventos en Ciudad

# Música Clásica 2019

(Documento)



Alcaldía de Bogotá

ENRIQUE PEÑALOSA LONDOÑO  
**Alcalde Mayor de Bogotá**

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

NELSON ANDRÉS CALDERÓN  
**Director General**  
**Instituto Distrital de Turismo**

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

**Equipo de Trabajo**

CARLOS MARIO BETANCUR CHAVES  
LUIS FERNANDO PINEDA GONZÁLEZ  
BRIGIDA YUBELY LÓPEZ HIGUERA

Instituto Distrital de Turismo  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)  
Bogotá, julio 05 de 2019

## INTRODUCCIÓN

El Instituto Distrital de Turismo - IDT es la entidad encargada de impulsar el desarrollo económico de Bogotá, promocionando la actividad turística de la ciudad con la ejecución de políticas, planes y programas; y gestionando las mejores condiciones de competitividad y sostenibilidad, para posicionarla como destino turístico sostenible a nivel local, nacional e internacional. El Observatorio de Turismo, área misional del IDT, realiza estudios e investigaciones relacionadas con actividades turísticas que sirven de insumo para la toma de decisiones de los actores en el sector. Por tal razón, el Observatorio de Turismo realiza este documento para presentar los principales resultados de la investigación medición de eventos de ciudad IV Festival Internacional de Música Clásica de Bogotá “Bogotá es Brahms, Schubert, Schumann”. Según la página web oficial del Festival Internacional de Música Clásica El Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo, entidad pública de la Alcaldía Mayor de Bogotá, en el marco de las políticas culturales de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y de IDARTES, creó en 2013 el Festival Internacional de Música Clásica de Bogotá, para fortalecer el reconocimiento que la Unesco hizo a la Capital de la República como Ciudad Creativa de la Música.

Durante cuatro días, el 17, 18, 19 y 20 de abril de 2019, la feria ofrecer una mirada en profundidad en la obra de un compositor o de una época de la música especialmente significativa. Por ello en el 2019 el evento estará dedicado a los grandes compositores del romanticismo germano: Brahms, Schubert y Schumann.

El festival ofreció 50 conciertos, 12 de ellos gratuitos y 38 de pago distribuidos en 15 escenarios de Bogotá, que permitirán el disfrute del legado de estos compositores en la música sinfónica, coral, el Lied, la música de cámara y pianística.

## Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN .....	3
CONCEPTOS BÁSICOS .....	6
OBJETIVOS .....	7
a. Objetivo General .....	7
Cuantificar y caracterizar los asistentes al IV Festival Internacional de Música Clásica de Bogotá 2019. ....	7
b. Objetivos específicos.....	7
METODOLOGÍA.....	7
Diseño Estadístico .....	7
RESULTADOS.....	10
Lugar de Residencia Asistentes .....	10
CARACTERIZACIÓN DE LOS RESIDENTES .....	10
Lugar de residencia de los residentes .....	10
Genero de los residentes.....	11
PROPORCIÓN DE TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES.....	12
CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES .....	12
Lugar de residencia de los turistas nacionales .....	12
Genero de los turistas nacionales.....	13
Edad de los turistas nacionales.....	13
Educación de los turistas nacionales.....	14
Acompañantes de los turistas nacionales al evento .....	15
Principal lugar de alojamiento de los turistas nacionales.....	15
Actividades realizadas por los turistas nacionales .....	16
Gasto de los turistas nacionales .....	17
Noches pernoctadas por los turistas nacionales.....	17
Principal razón o motivo del viaje a Bogotá por los turistas nacionales.....	17
Principales actividades que dedicaron su tiempo los turistas nacionales.....	18
Géneros de musical favoritos de los turistas nacionales.....	19
Principales obstáculos para ir al evento turistas nacionales.....	20
Principales medios por los cuales se enteraron del festival los turistas nacionales .....	20
CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES.....	21

Lugar de residencia de los turistas internacionales asistentes al festival.....	21
Acompañantes de los turistas internacionales al evento.....	22
Principal lugar de alojamiento de los turistas internacionales .....	22
Actividades realizadas por los turistas internacionales en la ciudad.....	23
Gasto de los turistas internacionales.....	24
Noches pernoctadas por los turistas internacionales .....	24
Principal razón o motivo de visita a Bogotá de los turistas internacionales.....	24
Principales actividades que dedicaron su tiempo los turistas internacionales .....	25
Géneros de musical favoritos de los turistas internacionales.....	26
Principales medios por los cuales se enteraron del festival los turistas internacionales .....	27
Número de versiones del Festival de música clásica que han asistido los turistas internacionales .....	28
CONCLUSIONES.....	29
ANEXO 1. Estimadores y factores de expansión.....	30

## 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

Cuantificar y caracterizar los asistentes al IV Festival Internacional de Música Clásica de Bogotá 2019.

### b. Objetivos específicos

- ✓ Conocer la cantidad de turistas nacionales e internacionales que asistieron al festival.
- ✓ Identificar el lugar de origen de los turistas nacionales e internacionales que asistieron al festival de música clásica de Bogotá.
- ✓ Determinar las motivaciones de viaje a Bogotá de los asistentes.
- ✓ Describir comportamientos relacionados con la pernoctación de los asistentes al festival.
- ✓ Caracterizar los asistentes al festival por sus características socio-demográficas, tales como, edad, sexo, nivel educativo, entre otros atributos observables.
- ✓ Caracterizar el gasto en consumo realizado por los asistentes durante el festival.

## METODOLOGÍA

### Universo de estudio

Asistentes al IV Festival Internacional de Música Clásica de Bogotá.

### Periodo de recolección

La recolección de información se realizó los días 17, 18, 19 y 20 de abril, días en los cuales se llevaron a cabo los 50 conciertos programados.

**Periodo de referencia:** Anual

### Tipo de investigación

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

### Diseño Estadístico

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

### **Población Objetivo:**

Asistentes al IV Festival Internacional de Música Clásica de Bogotá en cualquiera de los días 17, 18, 19 y 20 de abril 2019.

### **Marco Muestral:**

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

1. Marco Unidades Primarias de muestreo: Correspondiente al listado de escenarios según programación del Festival.
2. Marco Unidades Secundarias de muestreo: Concerniente al listado de conciertos por escenario.

### **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 al IV Festival de Música Clásica. 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 y estratificado en la primera etapa.

- **Probabilístico:** Cada uno de los escenarios, cada uno de los conciertos y por lo tanto cada uno de los asistentes tienen una probabilidad conocida y superior a cero de ser seleccionado.
- **Estratificado:** Correspondiente a los días 17, 18, 19 y 20 de abril, formando cada uno un estrato.
- **Bietápico:**
  1. **Primera etapa:** En cada estrato, se seleccionan escenarios mediante Muestreo Aleatorio sin reemplazamiento Proporcional al Tamaño del aforo.
  2. **Segunda etapa:** En cada escenario seleccionado se escoge una muestra de conciertos mediante Muestreo Aleatorio Simple.



## Tamaño de muestra:

El tamaño de muestra se determinó con ayuda de información histórica del porcentaje de participación de los turistas en mediciones de eventos de ciudad del año 2018. Se utilizó la fórmula para el cálculo de tamaños asociada a proporciones bajo un error muestral máximo permitido del 5%. El tamaño de muestra final fueron 2 escenarios en la primera etapa y por cada escenario se debía encuestar un mínimo de 4 conciertos<sup>1</sup>.

## 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 por estrato, como el producto de los factores de expansión correspondientes a cada una de las etapas:

- **Factor de expansión de la etapa 1:** Factor a nivel de estrato donde a cada escenario  $e$  el correspondiente factor es dado por la razón entre  $n_h x_{eh}$  (multiplicación del tamaño de muestra contra el valor de la variable auxiliar  $x$  para el escenario  $e$ ) y el total  $t_{xh}$  de la variable  $x$  (aforo) en el estrato  $h$ .
- **Factor de expansión de la etapa 2:** Cálculo a nivel de escenario correspondiente al cociente entre el total de conciertos programados, sobre el total de conciertos seleccionados en la muestra.

El Factor de expansión final se ajusta con la información auxiliar real del total de asistentes al festival. Se estiman totales, promedios y proporciones de interés. Las varianzas se calculan mediante métodos bootstrap.

---

<sup>1</sup> Por dificultades en la encuesta tanto los escenarios como los conciertos seleccionados tuvieron que ser fusionados provocando que el cálculo de los factores de expansión se realizara como un solo escenario sucediendo de forma similar para los conciertos.

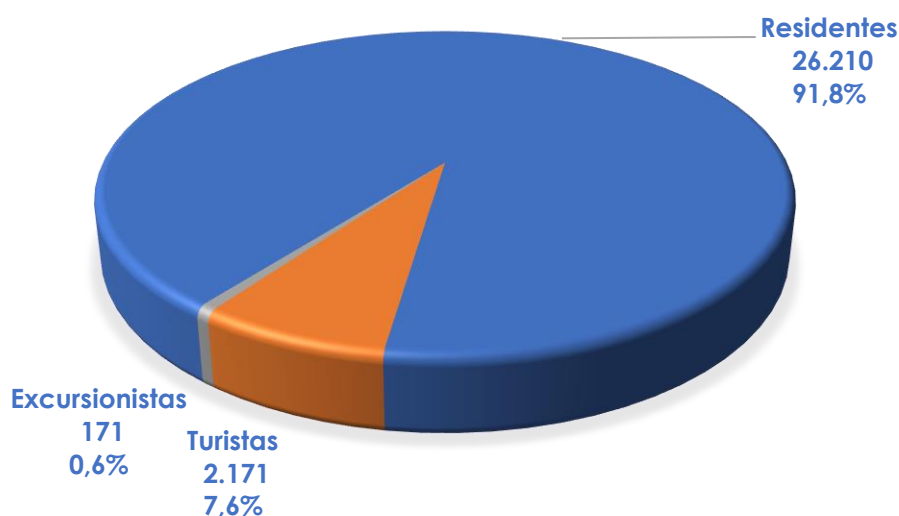
## RESULTADOS

### Lugar de Residencia Asistentes

En el IV Festival Internacional de Música Clásica de Bogotá 2019 asistieron 28.552 personas, de las cuales 26.210 (91,8%) eran residentes de la ciudad y 2.342 (8,2%) no residentes (Excursionistas + Turistas).

Los turistas que llegaron al IV Festival Internacional de Música Clásica de Bogotá en 2019 ascendió a 2.171 (7,6%).

**Gráfica 1. Lugar de Asistentes.**



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT – FMC 2019

## CARACTERIZACIÓN DE LOS RESIDENTES

### Lugar de residencia de los residentes

Los residentes de Bogotá que asistieron al festival provenían principalmente de la localidad de Usaquén (26,9%), Suba (25,3%), Chapinero (15,8%) y Barrios Unidos (5,3%).

**Tabla 1. Lugar de residencia de los residentes**

	Localidad	Asistentes	Part %
1	Usaquén	7.052	26,9%
2	Suba	6.642	25,3%
3	Chapinero	4.146	15,8%
4	Barrios Unidos	1.385	5,3%

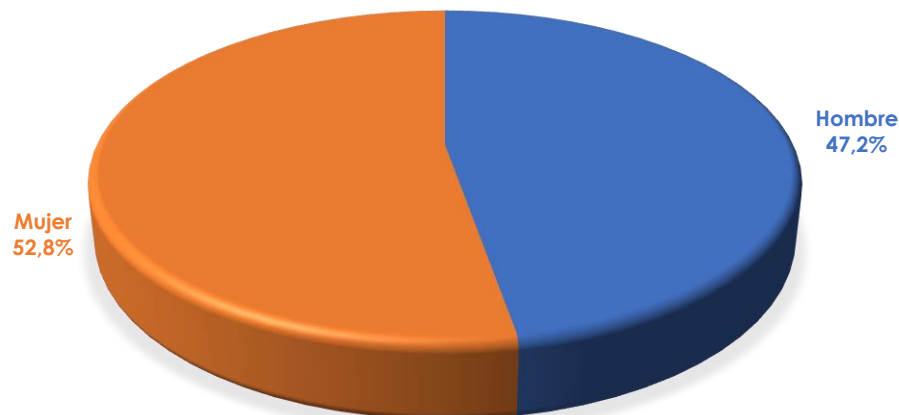
5	Kennedy	1.197	4,6%
6	Teusaquillo	1.068	4,1%
7	Engativá	897	3,4%
8	Fontibón	838	3,2%
9	Puente Aranda	658	2,5%
10	Bosa	599	2,3%
11	La Candelaria	479	1,8%
12	Antonio Nariño	180	0,7%
13	Rafael Uribe Uribe	180	0,7%
14	San Cristóbal	180	0,7%
15	Ciudad Bolívar	145	0,6%
	Otro	564	2,2%
	<b>Total</b>	<b>26.210</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT - FMC 2019

### Género de los residentes

La participación de los residentes de Bogotá según el género fue para mujeres del 52,8% y para hombres el 47,2%, reflejando una participación muy similar de ambas poblaciones.

**Gráfica 2. Género de los residentes**

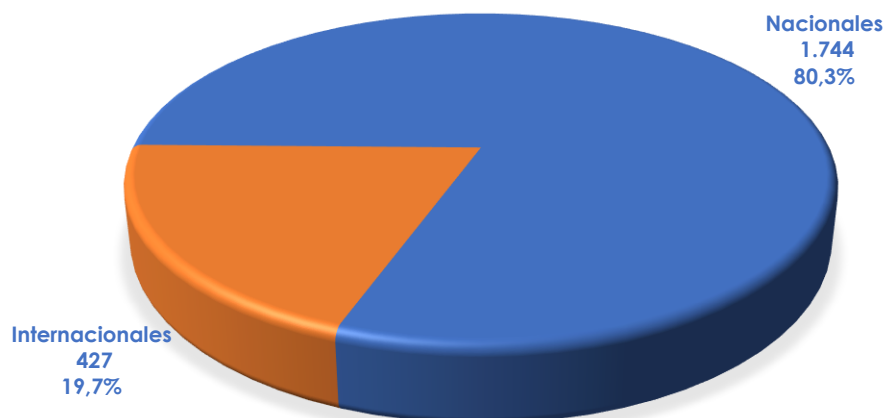


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

## PROPORCIÓN DE TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES

Al IV Festival Internacional de Música Clásica de Bogotá 2019 asistieron un total de 2.171 turistas, quienes afirmaron que se alojaron en Bogotá por lo menos 1 noche. De los 2.171 turistas, 1.744 (80,3%) son nacionales y 427 (19,7%) internacionales.

**Gráfica 3. Proporción de turistas nacionales e internacionales**



## CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES

### Lugar de residencia de los turistas nacionales

Los turistas nacionales provenían principalmente de Antioquia (30,9%), Valle del Cauca (18,6%), Cundinamarca (15,2%) y Boyacá (6,9%).

**Tabla 2. Lugar de residencia turistas nacionales**

	<b>Departamento</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Part %</b>
1	Antioquia	539	30,9%
2	Valle del Cauca	325	18,6%
3	Cundinamarca	265	15,2%
4	Boyacá	120	6,9%
5	Tolima	120	6,9%
6	Caldas	85	4,9%
7	Arauca	60	3,4%
8	Casanare	60	3,4%
9	Quindío	60	3,4%

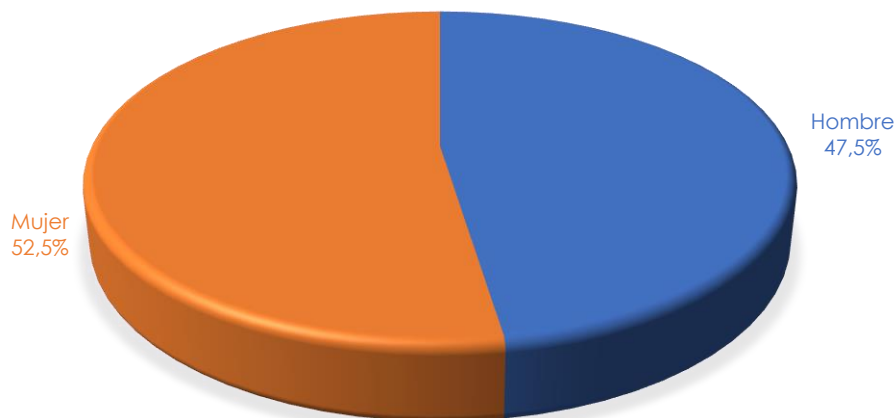
10	Santander	60	3,4%
11	Meta	51	2,9%
	<b>Total</b>	<b>1.744</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Género de los turistas nacionales

La participación de los turistas nacionales según el género fue muy similar tanto para el género masculino como el femenino. El 52,8% de los turistas nacionales fueron mujeres y el 47,2% fueron hombres.

**Gráfica 4. Género de los turistas nacionales**

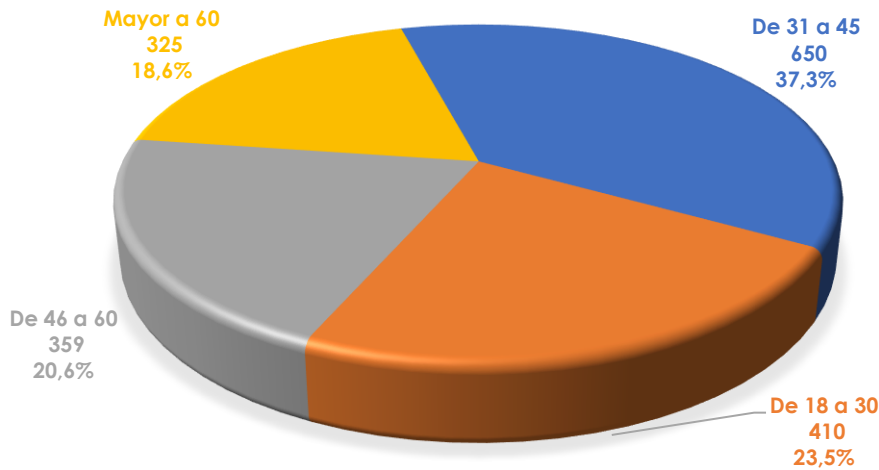


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Edad de los turistas nacionales

Los turistas nacionales de edades entre los 31 a los 45 años fueron los de mayor participación con el 37,3%, seguido de los 18 a 30 años los cuales representaron el 23,5%, inmediatamente están los de 46 a 60 años con el 20,6% y finalmente el restante 18,6% se encuentran los mayores a 60 años.

### Gráfica 5. Edad de los turistas nacionales

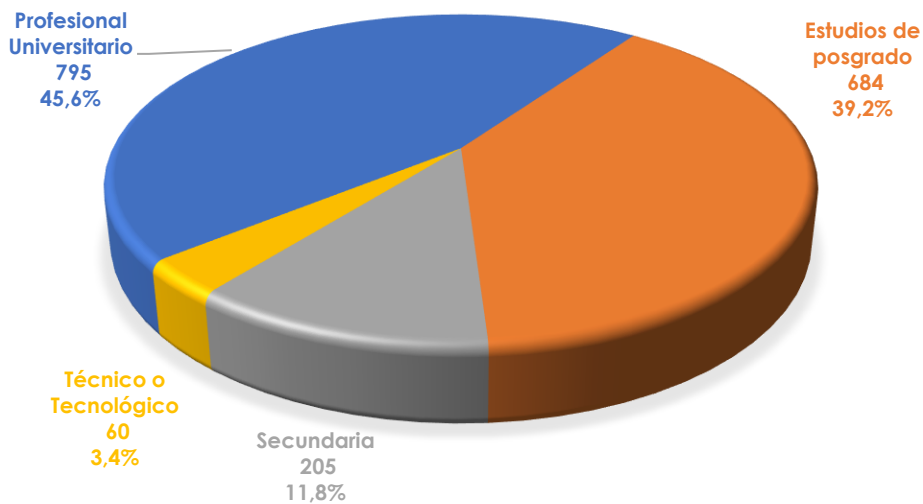


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Educación de los turistas nacionales

De los turistas nacionales que asistieron al evento en su mayoría eran profesionales universitarios, representando el 45,6%, seguido de turistas con estudios de posgrado con una participación del 39,2%, mientras que las personas con estudios de secundaria y técnico o tecnólogo fueron el 11,8% y el 3,4% respectivamente.

### Gráfica 6. Educación de los turistas nacionales

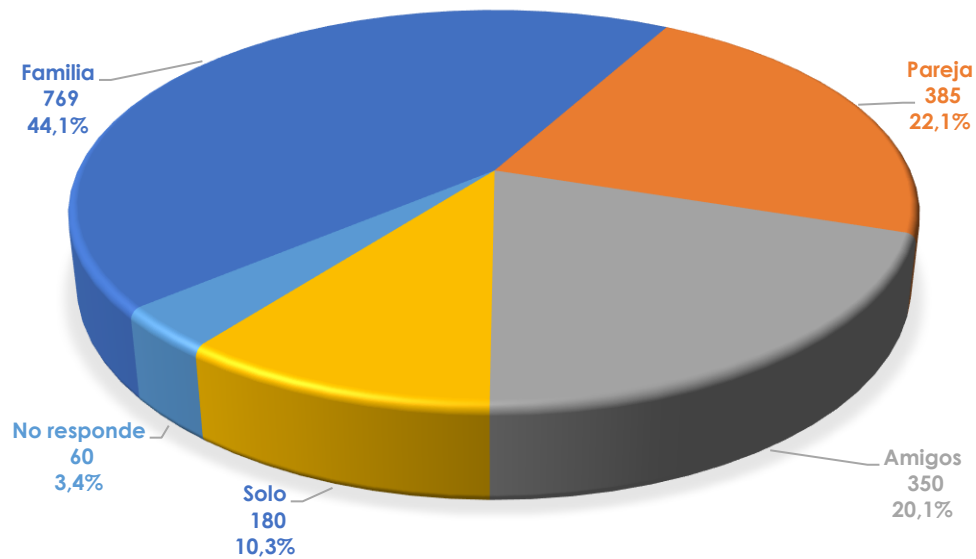


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Acompañantes de los turistas nacionales al evento

Por otra parte, el grupo familia fue el que mayor participación tuvo entre los turistas nacionales asistentes al festival representando con el 44,1%, seguido de parejas con el 22,1%, así mismo están los grupos de amigos con una participación del 20,1% y finalmente el 10,3% asistieron solos.

**Gráfica 7. Acompañantes de los turistas nacionales al evento**

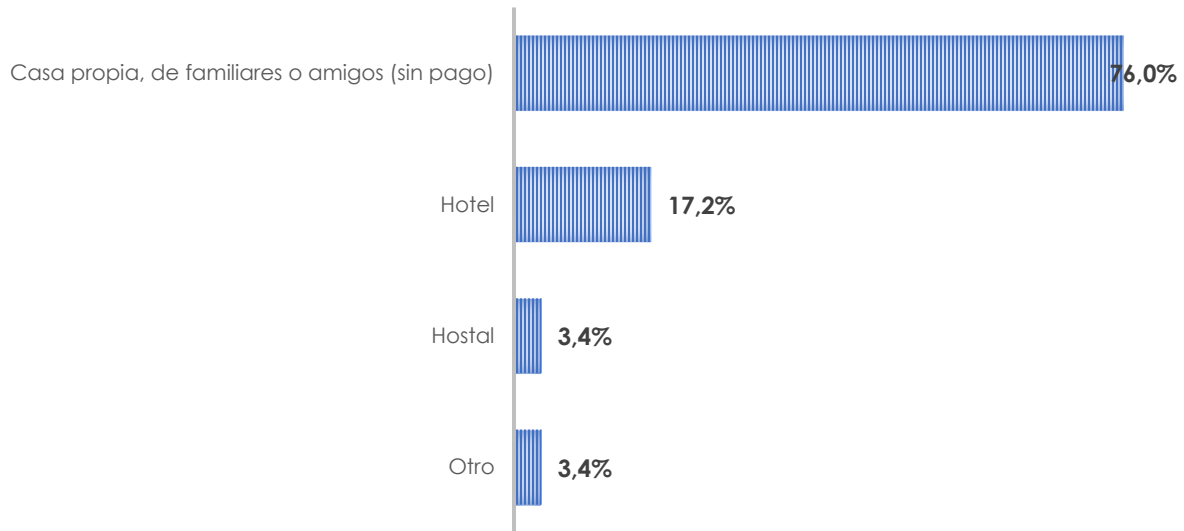


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Lugar de alojamiento de los turistas nacionales

Los principales lugares de alojamiento de los turistas nacionales asistentes al evento fueron, en primera medida casa propia, de familiares o amigos (sin pago) con el 76% de participación, seguido de hotel con una representación del 17,2% y por último hostales con el 3,4%.

### Gráfica 8. Principal lugar de alojamiento turistas nacionales

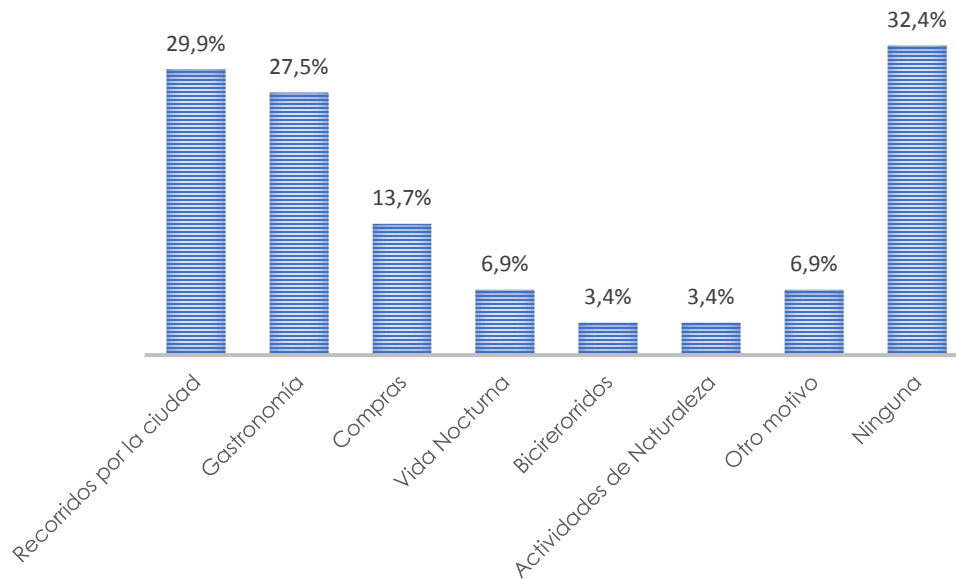


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Actividades realizadas por los turistas nacionales

La principal actividad realizada por los turistas nacionales fue: realizar los recorridos por la ciudad representado así con el 29,9% de dichos turistas, mientras que el 27,5% realizaron gastronomía, seguido del 13,7% compras y la cuarta actividad más realizada por los turistas nacionales fue: vida nocturna con el 6,9%.

### Gráfica 9. Actividades realizadas turistas nacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019



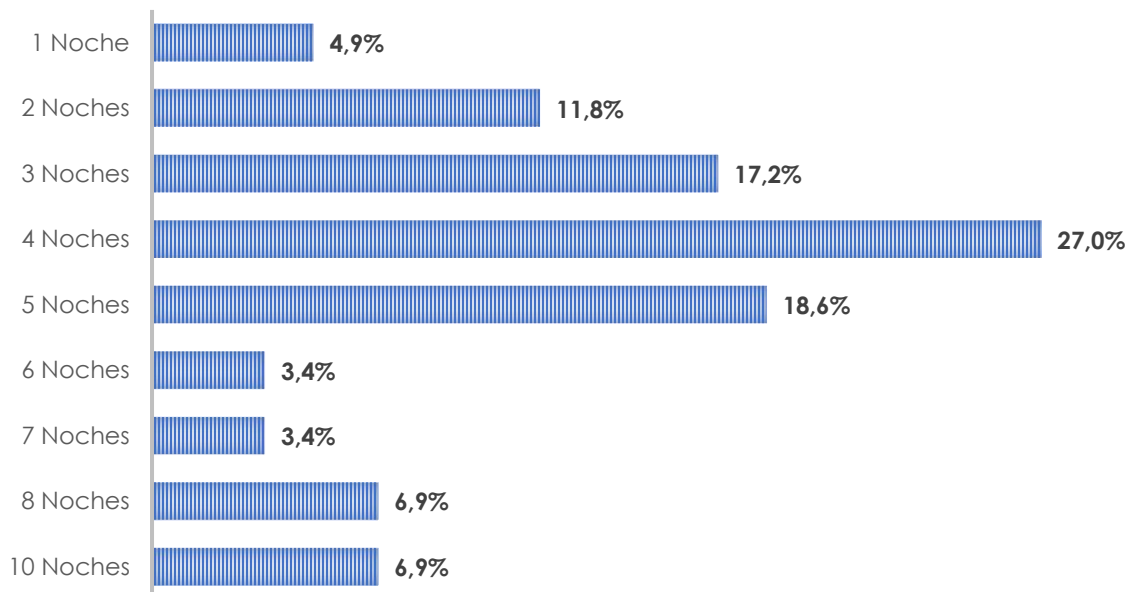
### Gasto de los turistas nacionales

El 98.8% de los turistas nacionales efectuaron algún tipo de compra durante su estadía en la ciudad de Bogotá durante el festival de música clásica. El gasto per-capita fue de \$1.032.650 pesos (\$326 usd). Por otra parte su permanencia en la ciudad en promedio fue entre 4 y 5 días, el gasto per-capita por día correspondió a \$229.974 pesos (\$72.5 usd).

### Noches pernoctadas por los turistas nacionales

El 74.6% de los turistas nacionales que asistieron al festival de música clásica pernoctaron entre 2 y 5 noches en la ciudad, mientras que el 20.6% pernoctaron entre 6 o más noches en la ciudad y el 4.9% restante pernoctó una noche en Bogotá.

**Gráfica 10. Noches pernoctadas por los turistas nacionales**

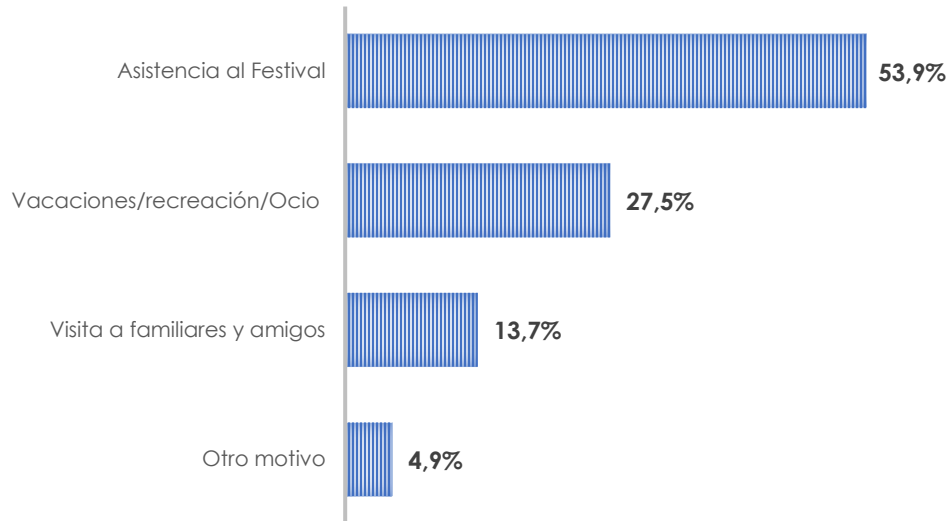


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT - FMC 2019

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

El principal motivo de viaje a Bogotá por parte de los turistas nacionales fue asistir al IV Festival Internacional de Música Clásica representando el 53,9%, el segundo motivo fue vacaciones, recreación y ocio con el 27,5%, la visita a familiares y/o amigos fue el tercer motivo con una participación del 13,7% y el 4,9% restante viajó a Bogotá por otro motivo.

### Gráfica 11. Principal razón o motivo del viaje a Bogotá de los turistas nacionales

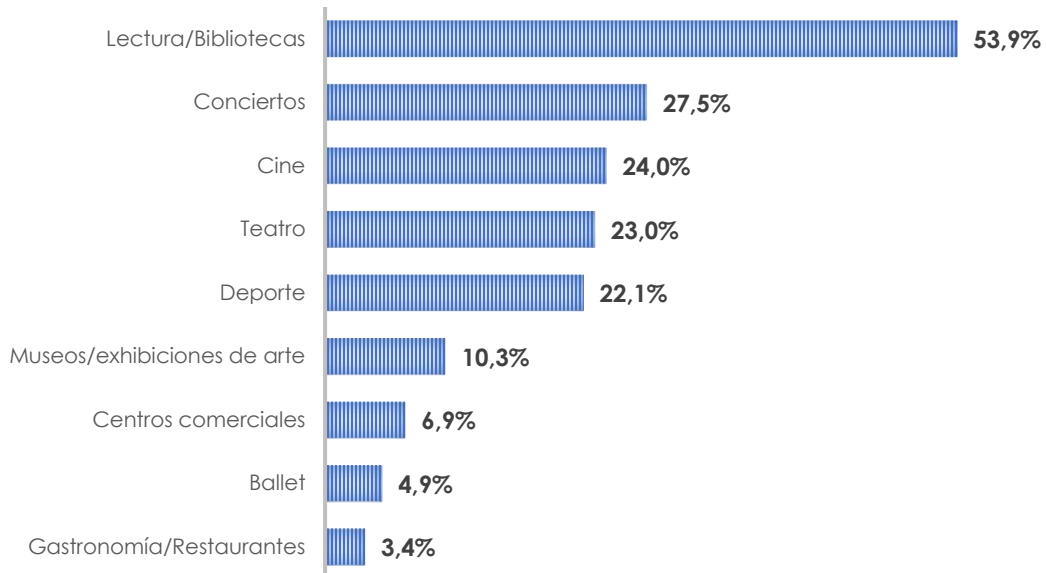


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Principales actividades que dedicaron su tiempo los turistas nacionales

La lectura en bibliotecas fue la actividad que más realizaron los turistas nacionales con el 53,9%, seguida de los conciertos que realizó el festival con el 27,5%, consecutivamente los turistas nacionales asistieron a las salas de cine con el 24%, así mismo el 23% fueron a obras de teatro y el 22,1% realizaron alguna actividad deportiva en la ciudad.

## Gráfica 12. Principales actividades que dedicaron su tiempo los turistas nacionales

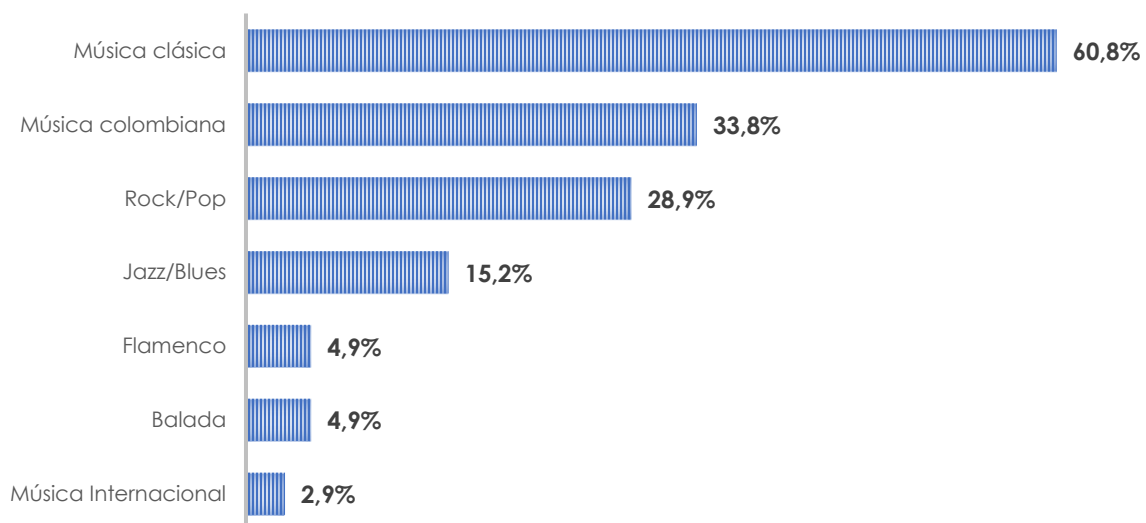


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

## Géneros de música favoritos de los turistas nacionales

El género de música que más les gusta a los turistas nacionales que asistieron al evento, fue la música clásica, la cual le gusta al 60,8%, mientras que al 33,8% le gusta la música colombiana y el tercer género que más gozan es el Rock/Pop, género preferido por el 28,9% de dicha población.

## Gráfica 13. Géneros de música favoritos de los turistas nacionales

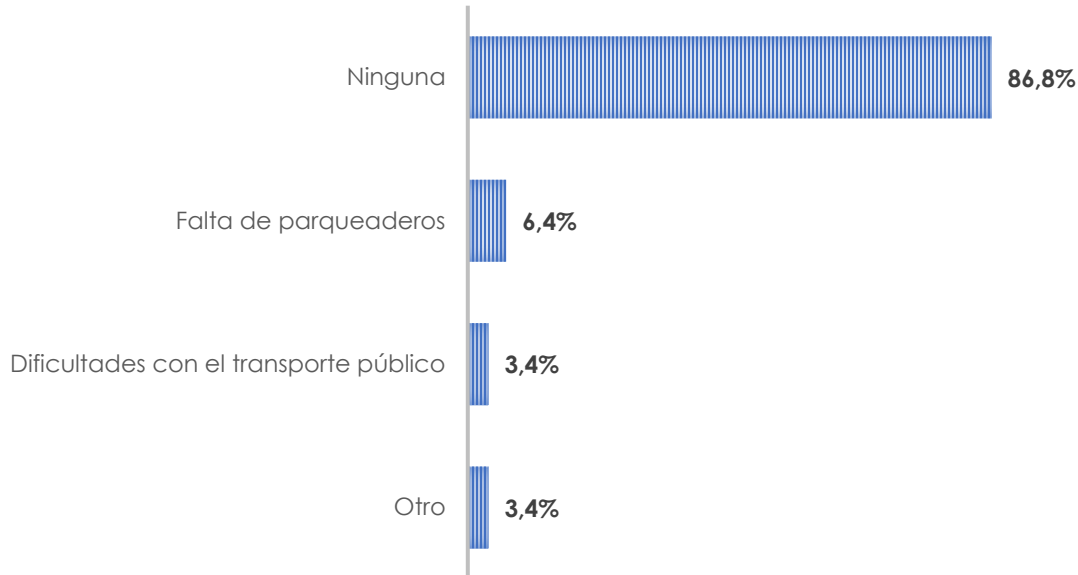


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Principales obstáculos para ir al evento turistas nacionales

En general los turistas nacionales no tuvieron ningún obstáculo para asistir al festival de música clásica, sin embargo, el 6,4% tuvo dificultades por falta de parqueaderos, el 3,4% con el transporte público u otros obstáculos.

**Gráfica 14. Principales obstáculos para ir al evento turistas nacionales**

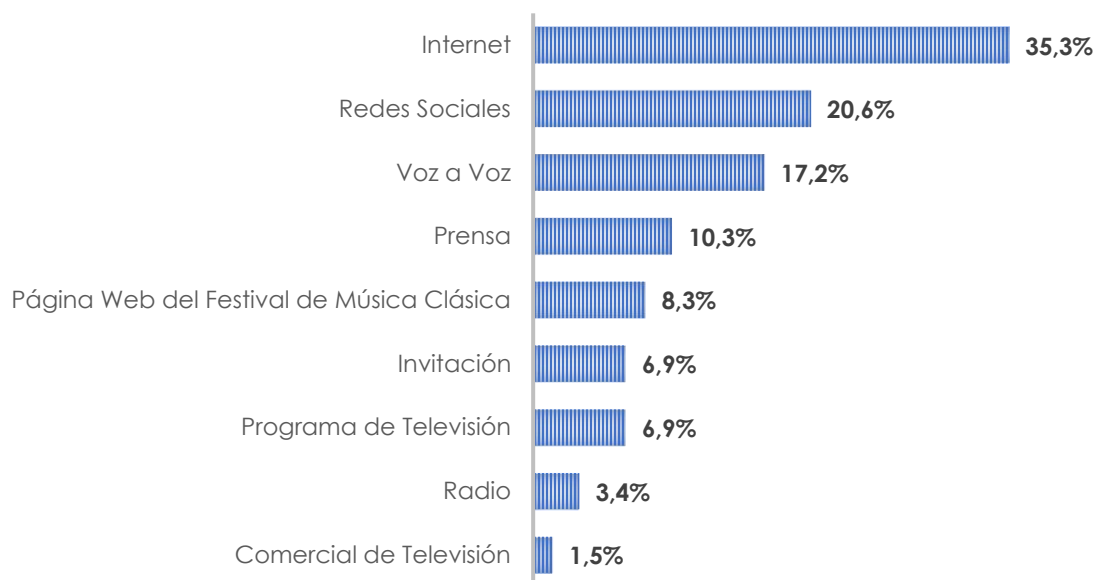


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Principales medios por los cuales se enteraron del festival los turistas nacionales

El internet fue el principal medio por el cual se enteraron los turistas nacionales del IV Festival Internacional de Música Clásica (35,3%), seguido de las redes sociales (20,6%), y el voz a voz fue el tercer medio de difusión más efectivo (17,2%), por el contrario, la radio (3,4%) y los comerciales de televisión (1,5%) fueron los 2 medios menos efectivos.

### Gráfica 15. Principales medios por los cuales se enteraron del festival los turistas nacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

## CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

**Lugar de residencia de los turistas internacionales asistentes al festival**  
 Los turistas internacionales provenían principalmente de México (32%), Estados Unidos (28%), España (26%) y Venezuela (14%). Siendo de ellos el 74% Hombres y 26% Mujeres. A su vez el 54% correspondiendo a personas entre edades de 31 a 45 años y el 46% restante estando en edades entre 46 y 60 años.

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

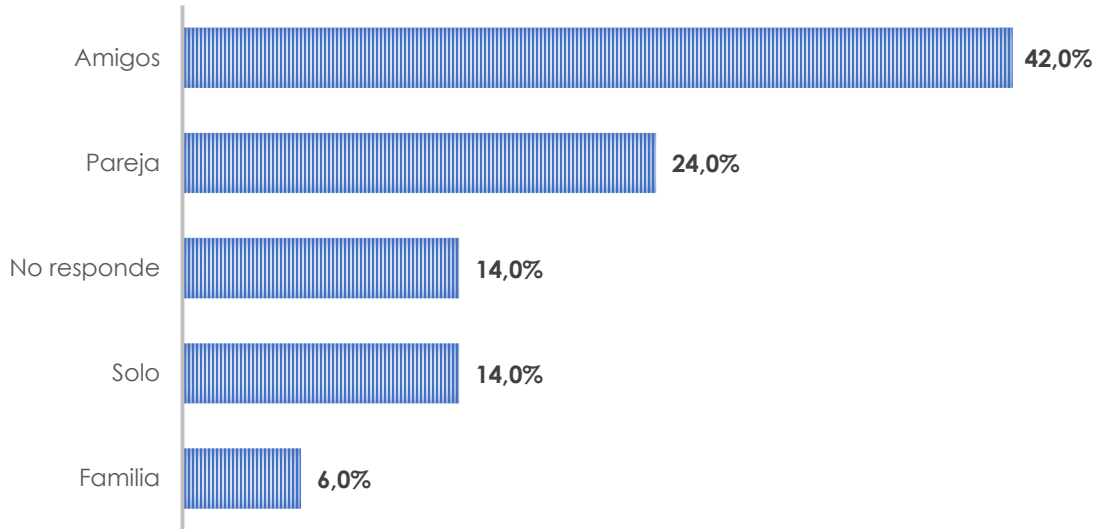
	<b>País</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Part %</b>
1	México	137	32,0%
2	Estados Unidos	120	28,0%
3	España	111	26,0%
4	Venezuela	60	14,0%
	<b>Total</b>	<b>427</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Acompañantes de los turistas internacionales al evento

Adicionalmente, el 66% de los turistas internacionales asistieron al festival en compañía de amigos y pareja, mientras que el 20% asisten solos o en familia. Además, el 20% de los turistas internacionales manifestaron que tuvo dificultades para llegar a los escenarios programados por motivos de tráfico y congestión vial.

#### Gráfica 20. Acompañantes de los turistas internacionales al evento

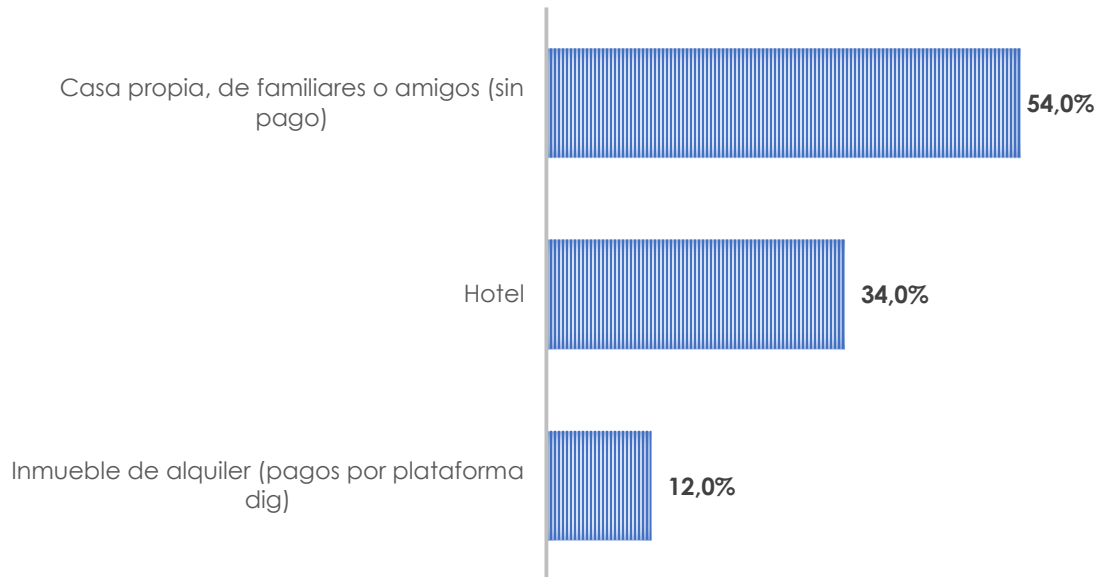


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Principal lugar de alojamiento de los turistas internacionales

El principal lugar de alojamiento de los turistas internacionales encuestados que asistieron al IV Festival de Música Clásica fue: casa propia de familiares o amigos (sin pago) representando el 54%. El alojamiento en hoteles e inmuebles alquilados por aplicaciones digitales, tiene una participación del 34% y 12% respectivamente.

### Gráfica 16. Principal lugar de alojamiento turistas internacionales

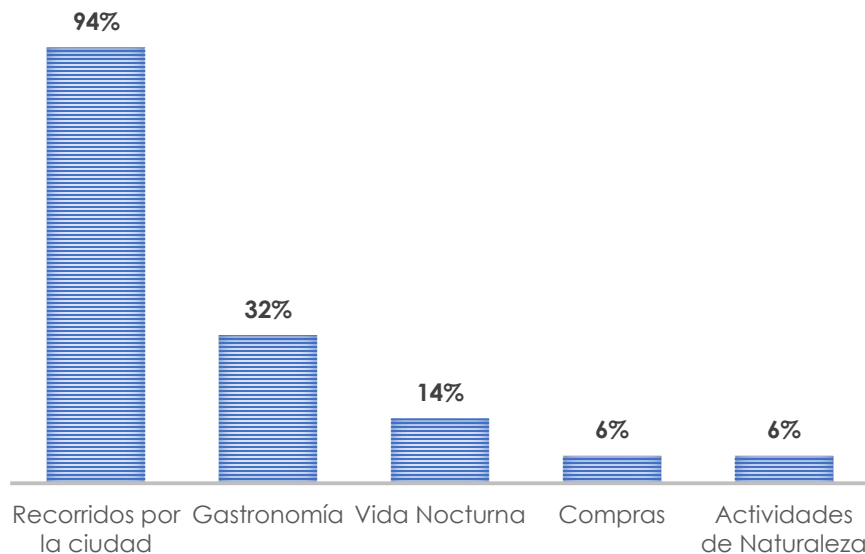


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Actividades realizadas por los turistas internacionales en la ciudad

Las principales actividades realizadas por los turistas internacionales en Bogotá fueron: Tours por la ciudad (94%), actividades gastronómicas (32%), seguidas finalmente por actividades de vida nocturna, compras y naturaleza.

### Gráfica 23. Actividades realizadas turistas internacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

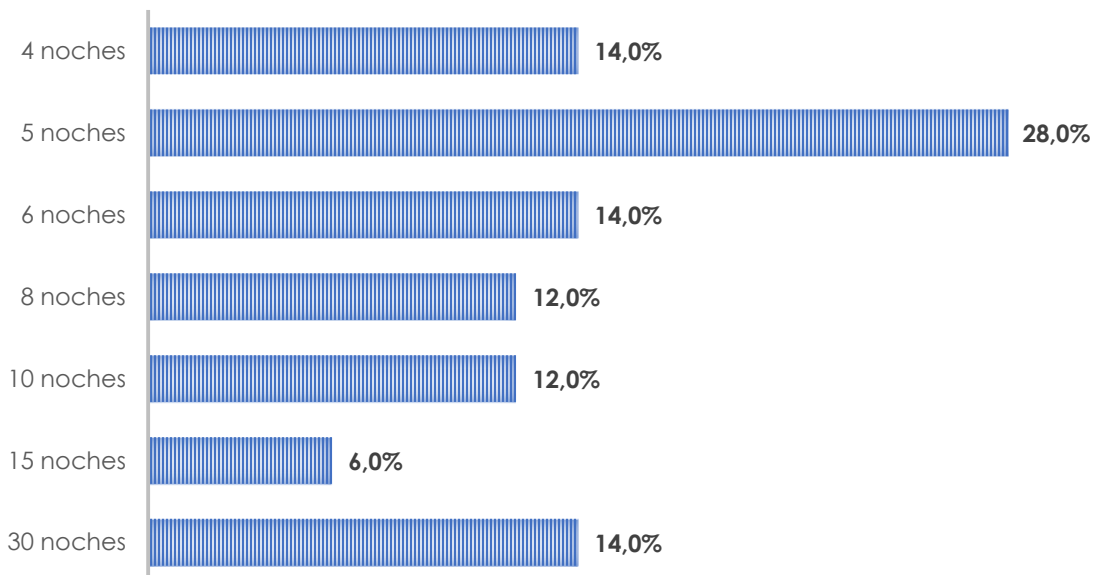
### Gasto de los turistas internacionales

Todos los turistas internacionales efectuaron algún tipo de compra durante su estadía en la ciudad de Bogotá, durante el IV Festival de Música Clásica. El gasto per-capita de los turistas internacionales fue de \$3.469.214 pesos (\$1096 usd). Por otra parte la permanencia de los turistas internacionales en promedio fue alrededor de 10 días en la ciudad, el gasto per-capita por día correspondió a \$344.850 pesos (\$109 usd).

### Noches pernoctadas por los turistas internacionales

El 80% de los turistas internacionales que asistieron al festival de música clásica pernoctaron en promedio entre 4 y 10 noches en la ciudad, mientras que el 20% restante pernoctaron 15 o más noches en la ciudad.

**Gráfica 24. Noches pernoctadas por los turistas internacionales**



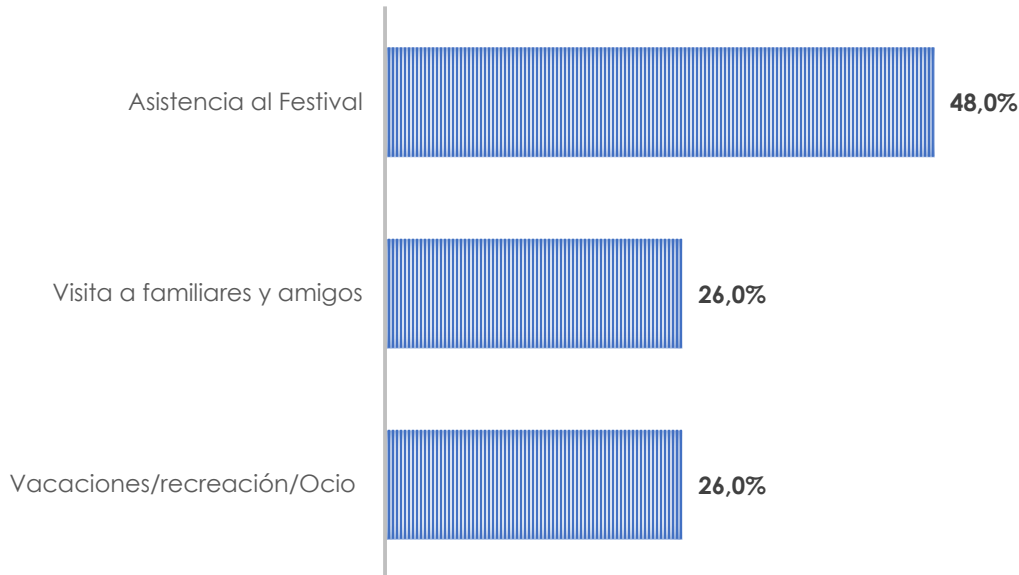
Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Principal razón o motivo de visita a Bogotá de los turistas internacionales.

En general, el 48% de los turistas internacionales asistentes al IV Festival de Música Clásica 2019 arribaron a la ciudad exclusivamente para disfrutar de la programación del evento. El 52% restante de los turistas internacionales que asistieron al festival se encontraban en la ciudad por motivos de visita a familiares y/o amigos o de vacaciones, decidiendo asistir al festival.



## Gráfica 17. Principal razón o motivo de visita a Bogotá de los turistas internacionales

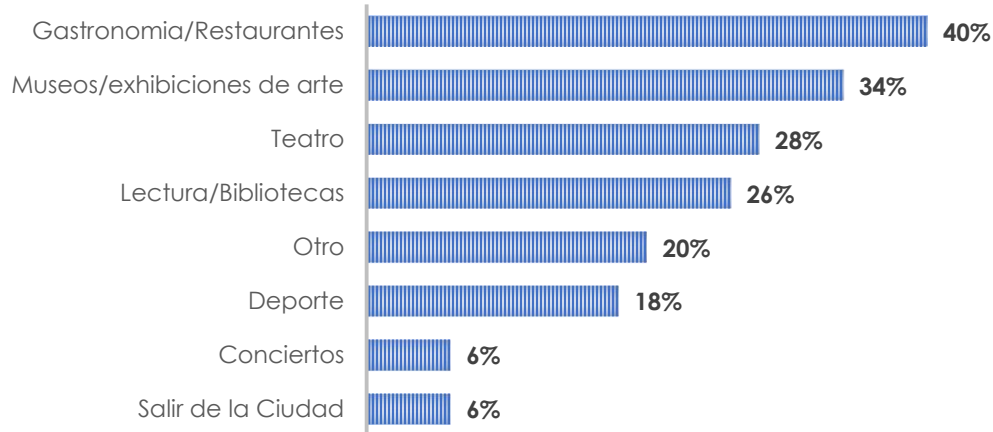


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Principales actividades que dedicaron su tiempo los turistas internacionales

El 79.9% de los turistas internacionales se caracterizan principalmente por disfrutar de actividades culturales en sus tiempos libres, tales como actividades gastronómicas (40%), Visitas a museos o a exhibiciones de arte (34%), acudir a presentaciones en teatros (28%) y actividades de lectura (26%). También es importante destacar que el 20% de los turistas internacionales poseen títulos universitarios y el 80% restante cuentan con estudios de posgrado.

## Gráfica 22. Principales actividades que dedicaron su tiempo los turistas internacionales

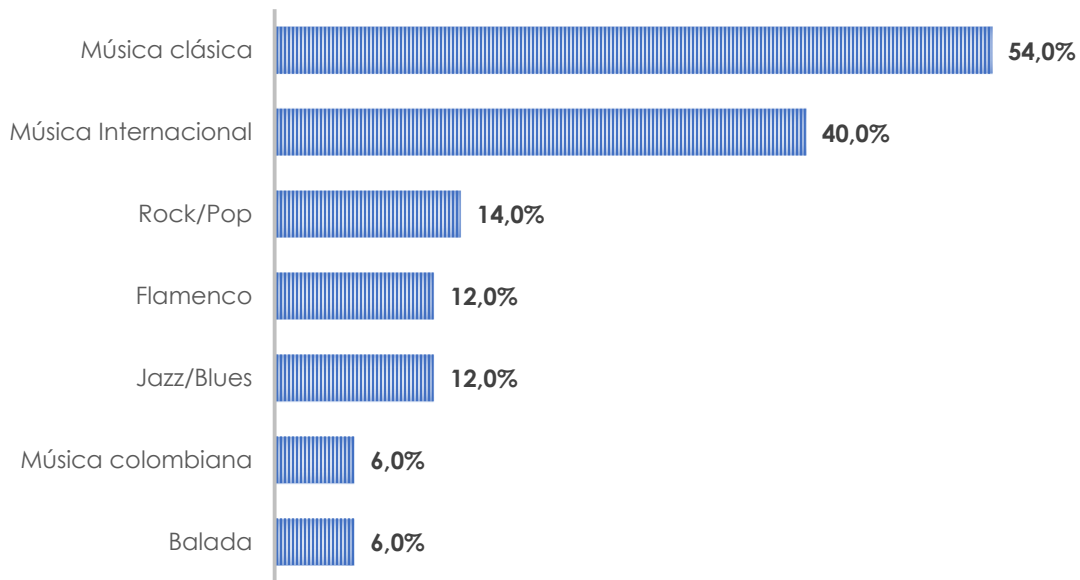


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Géneros de musical favoritos de los turistas internacionales

Los turistas internacionales asistentes al festival de música se caracterizan por ser amantes a géneros de música clásica (54%) y música internacional (40%). Seguido por géneros alternativos como Flamenco, Jazz/Blues y Rock/pop, nuevamente sugiriendo junto a la motivación del viaje que la asistencia al festival es principal motivo de viaje a Bogotá.

### Gráfica 21. Géneros de musical favoritos de los turistas internacionales

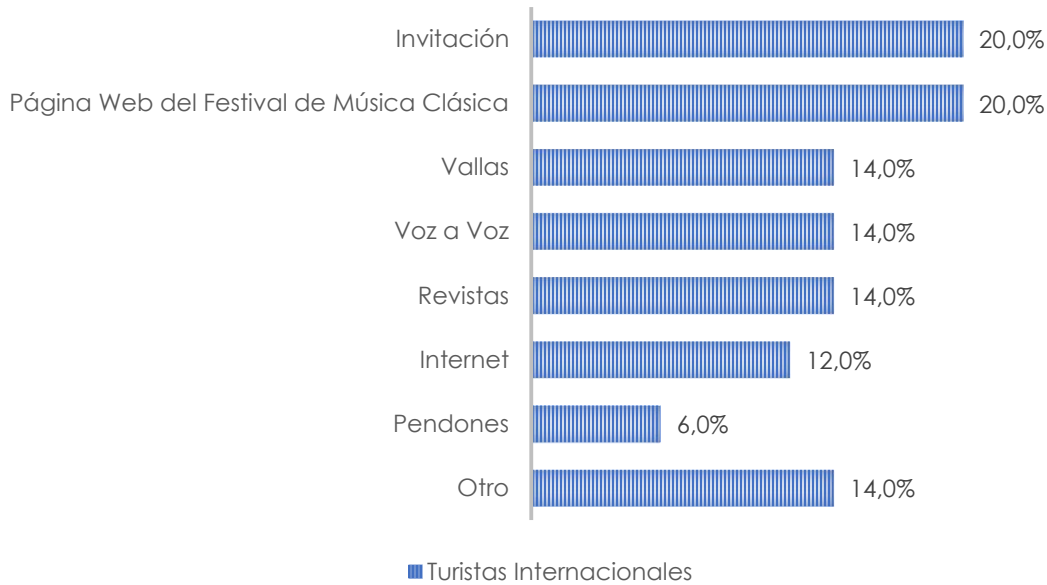


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Principales medios por los cuales se enteraron del festival los turistas internacionales

El 20% de los turistas internacionales se enteraron de la realización del festival de música clásica y su programación a través de invitaciones y por la página oficial del festival respectivamente. Las estrategias publicitarias a través de vallas, pendones, revistas, voz a voz y de internet representan porcentajes inferiores al 14% cada una.

### Gráfica 18. Principales medios por los cuales se enteraron del festival los turistas internacionales

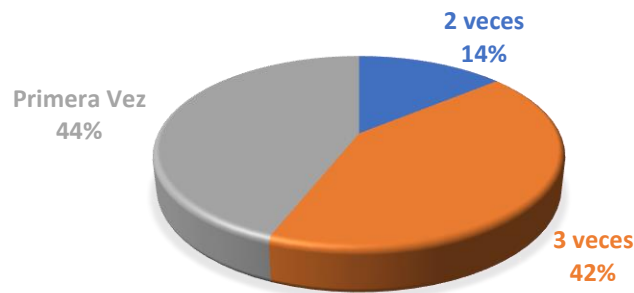


Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

### Número de versiones del Festival de música clásica que han asistido los turistas internacionales

El 56.1% de turistas internacionales manifiestan que han asistido a versiones anteriores del IV Festival de Música Clásica, el 43.9%, asisten por primera vez, mientras que el 42% manifiestan haber asistido a 3 versiones anteriores. Adicionalmente todos los turistas internacionales asistieron a más de un concierto en el festival y en promedio cada turista asistió a 4 conciertos.

### Gráfica 19. Número de versiones de Música Clásica que ha asistido turistas internacionales



Fuente: Encuesta realizada por el Observatorio de Turismo-IDT FMC 2019

## CONCLUSIONES

- Al IV Festival Internacional de Música Clásica de Bogotá 2019 asistieron 28.552 personas, de las cuales 26.210 (91,8%) eran residentes de la ciudad y 2.342 (8,2%) no residentes (Excursionistas + Turistas).
- Los turistas que llegaron al IV Festival Internacional de Música Clásica de Bogotá en 2019 llegaron a 2.171 (7,6%).
- En su mayoría los turistas nacionales provenían principalmente de Antioquia (30,9%), Valle del Cauca (18,6%), Cundinamarca (15,2%) y Boyacá (6,9%).
- Los turistas internacionales provenían de México (32%), Estados Unidos (28%), España (26%) y Venezuela (14%).
- El 74.5% de los turistas nacionales que asistieron al festival de música clásica pernoctaron entre 2 y 5 noches en la ciudad, mientras el 20.6% pernoctaron 6 o más noches en la ciudad. El 4.9% restante pernoctó una noche en Bogotá.
- El 80% de los turistas internacionales que asistieron al festival de música clásica pernoctaron entre 4 y 10 noches en la ciudad, mientras el 20% restante pernoctaron 15 o más noches en la ciudad.

## ANEXO 1. Estimadores y factores de expansión

- **Componentes del factor de expansión**

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

Factor de expansión de la etapa 1: corresponde a  $n$  veces la razón entre el aforo de los escenarios sobre el aforo total de los escenarios.

Factor de expansión de la etapa 2: es el cociente entre el total de conciertos programados por escenario, sobre el total de conciertos seleccionados del escenario.

El factor de expansión básico  $F_h$  aplicado a los datos muestrales, da a cada elemento de la muestra el peso o representación 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 ( $R_{ha}$ ) 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  $F_h$  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 las variables numéricas, tales como, gasto turístico, noches pernoctadas y asistencia a otros eventos.

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

$$\hat{t}_y = \sum_{h=1}^H \sum_{e=1}^{n_h} \hat{t}_{ykh} = \sum_{h=1}^H \sum_{e=1}^{n_h} \sum_{c=1}^{m_e} Y_{ceh} * F_{ceha}$$

Donde:

$h = 1, \dots, H$  Representando los estratos (días)

$e = 1, \dots, n_h$  Representando cada escenario seleccionado del estrato  $h$ .

$c = 1, \dots, m_e$  Representando cada concierto en el escenario  $e$ .

$n_h :=$  Número total de escenarios a encuestar del estrato  $h$ .

$m_e$  := Número total de conciertos a encuestar del escenario  $v$ .

$y_{ceh}$  := Valor observado de la variable  $y$  para el concierto  $p$  en el escenario  $e$  del estrato  $h$ .

$F_{ceha}$  := Factor de expansión final para el concierto  $c$  en el escenario  $e$  del estrato  $h$ ,  $w_{hij}$  **en notación de SAS**.

La varianza para la estimación del total es:

$$\hat{V}(\hat{t}_y) = \sum_{h=1}^H \hat{V}_h(\hat{t}_{yh})$$

Donde  $\hat{V}_h(\hat{t}_{yh})$  representa la varianza del estrato  $h$  para el total de la variable  $y$  en el estrato  $h$ . Adicionalmente si  $n_h > 1$  bajo un diseño proporcional al tamaño sin reemplazamiento ( $\pi - pt$ ) entonces<sup>2</sup>:

$$\hat{V}_h(\hat{t}_{yh}) \approx -\frac{1}{2} \sum_{e=1}^{n_h} \sum_{s=1}^{n_h} \check{\Delta}_{esh} (\hat{t}_{yeh} * F_{eh} - \hat{t}_{ysh} * F_{sh})^2$$

Con

$$\check{\Delta}_{esh} = 1 - \pi_{eh}\pi_{sh}/\pi_{esh} = 1 - F_{esh}/(F_{eh} * F_{sh})$$

$F_{eh}$  :=Factor de expansión primera etapa para escenario  $e$  del estrato  $h$

$\hat{t}_{yeh}$  :=Total de la variable  $y$  para el escenario  $e$  en el estrato  $h$

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

$$\hat{Y} = \frac{\hat{t}_y}{N} = \sum_{h=1}^H \frac{N_h}{N} \hat{Y}_h$$

Con varianza dada por

$$\hat{V}(\hat{Y}) = \hat{V}\left(\sum_{h=1}^H \frac{N_h}{N} \hat{Y}_h\right) = \sum_{h=1}^H \frac{N_h^2}{N^2} \hat{V}_h(\hat{Y}_h)$$

Donde  $\hat{V}_h(\hat{Y}_h)$  representa la varianza del estrato  $h$  para la media o proporción  $\hat{Y}_h$  en el estrato  $h$  (con un total  $N_h$  de asistentes). Con:

<sup>2</sup> Aproximación de la varianza general del parámetro de interés bajo cálculo de la varianza en primera etapa.

$$\hat{V}_h(\hat{Y}_h) \approx \frac{1}{N^2} \hat{V}_h(\hat{t}_{yh})$$

Cuando  $N$  ( $N_h$ ) el total poblacional (por estrato) de unidades elementales (asistentes) en el estudio es desconocido, se procede a realizar una estimación de él como  $\hat{N} = \sum_{h=1}^H \hat{N}_h$  ( $\hat{N}_h = \sum_{e=1}^{n_h} \sum_{c=1}^{m_v} N_{ch} F_{ceha}$ ). Sin embargo, las estimaciones de la varianza descritas anteriormente bajo totales desconocidos son inadecuadas y métodos de aproximación para la estimación de varianzas son requeridos<sup>3</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>3</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.





Bogotá es  
**BRAHMS,**  
**SCHUBERT,**  
**SCHUMANN**

Alcaldía de Bogotá