

**BOGOTÁ**

# INVESTIGACIÓN DE ASISTENTES A EVENTOS DE CIUDAD:

EXPOARTESANÍAS 2013



**INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO - IDT**

**OBSERVATORIO DE TURISMO DE BOGOTÁ**



**ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.**  
DESARROLLO ECONÓMICO  
Instituto Distrital de Turismo

**ENCUESTA ASISTENTES EXPOARTESANIAS 2013**

**Febrero de 2013**

GUSTAVO PETRO URREGO

**Alcalde Mayor de Bogotá**

CARLOS SIMANCAS

**Secretario de Desarrollo Económico**

LUIS FERNANDO ROSAS LONDOÑO

**Director General del Instituto Distrital de Turismo**

ARTURO BRAVO

**Observatorio de Turismo de Bogotá**

**Equipo técnico IDT**

Paola Andrea Sánchez, Contratista Profesional Observatorio IDT, Coordinadora.

Luisa Fernanda Parra, Contratista Profesional Observatorio IDT, Profesional de apoyo.

Luis Fernando López Sierra, Contratista Profesional Observatorio IDT, Ingeniero.

Oscar Fabián Merchán López, Contratista Profesional Observatorio IDT, Estadístico.

---

## **PRESENTACIÓN**

Cada año, en plena Navidad, Bogotá se convierte literalmente en el corazón del país. A la ciudad llegan artesanos de toda Colombia y en sus mochilas, estuches y baúles cargan las fibras más íntimas de la nación: los productos de siglos de oficio que se han convertido, a través del tiempo, en la identidad colombiana. En un sello nacional.

Bogotá los acoge en la feria de artesanías más importante de Colombia y la más visitada por turistas nacionales y extranjeros, ávidos de conocer el verdadero arte autóctono que se cultiva en todos los rincones de la patria: Expoartesanías.

Su éxito rotundo radica en que ella cita a los maestros más habilidosos, a los expertos más capaces, a los artistas más versátiles. La calidad y originalidad de la artesanía colombiana ya traspasa las fronteras y se ha vuelto un referente internacional en el continente y en un mecanismo eficaz para jalonar la actividad turística.

De allí la importancia de medir el comportamiento de los turistas, tanto locales como foráneos, que acuden a esta verdadera fiesta de expresión cultural.

Gracias a la investigación adelantada por el Observatorio Turístico del Instituto Distrital de Turismo, ahora será más fácil prever la satisfacción de esos visitantes y diseñar estrategias para incrementar su número en próximas ediciones del certamen.

Esta encuesta es, pues, una herramienta valiosa para que la feria atraiga más turistas y más compradores y contribuir a que Bogotá se convierta en el epicentro que recoge el arte sano de toda Colombia para ofrecerlo al mundo.

Y así cumplir con el objetivo del IDT de promover a la capital colombiana como destino turístico sostenible. Y de promocionarla, cada año, como la ciudad que atesora el corazón del país.

**LUIS FERNANDO ROSAS LONDOÑO**

Director

Instituto Distrital de Turismo

## INTRODUCCIÓN

A través del tiempo, el hombre ha desarrollado múltiples técnicas que evocan los principales aspectos y necesidades que se generaron con las experiencias vividas. Comer, defenderse, transportarse e incluso refugiarse del clima y otros factores externos han obligado a los seres humanos a apropiarse de comportamientos y procesos que poco a poco fortalecen su supervivencia y enriquecen su ámbito social y cultural como parte de un desarrollo integral. De esta manera, todos estos saberes de las comunidades y de los pueblos, transmitidos y perfeccionados por generaciones han conformado, a través de historias y costumbres, un folclore enriquecido que ha tomado como parte esencial del mismo un componente artístico inmerso en la elaboración manual de herramientas, vestuarios e instrumentos musicales entre otros productos, que constituyeron las bases ancestrales de la artesanía.

La ciudad de Bogotá se caracteriza por la gran variedad de artesanías que produce, relacionada con su notable diversificación de oficios como la tejeduría, madera, cerámica, cuero, metales, trabajos decorativos, alfarería, productos lúdicos, estampado y pintura, elementos naturales, vidrio entre otros.

Este tipo de artesanías se convierten en los bien llamados souvenirs, los cuales son parte fundamental de la producción y construcción de memorias y narrativas de los viajes. Como la artesanía es una manifestación cultural, el turismo vinculado directamente con ella puede calificarse de turismo cultural. <sup>1</sup>

Por lo anterior se puede manifestar que el artesano tiene en el turista su cliente más importante y a la vez el turista tiene en el producto que desarrolla el artesano una forma de acercarse al lugar de visita y llevar consigo un recuerdo del mismo. <sup>2</sup>

Expoartesanías se constituyó en un evento de suma importancia ya que pasa a ser el medio por el cual los artesanos colombianos dan a conocer sus productos y se proyectan comercialmente a nivel internacional. Este importante evento se llevó a cabo en la Ciudad de Bogotá los días 7 al 19 de diciembre del año 2013, lo que permitió que el observatorio de turismo del IDT midiera el evento como una actividad de expresión cultural que atrae visitantes nacionales e internacionales.

---

<sup>1</sup> Recuperado de:

[http://www.academia.edu/2518679/Aproximacion\\_a\\_las\\_relaciones\\_entre\\_antropologia\\_artesania\\_y\\_turismo](http://www.academia.edu/2518679/Aproximacion_a_las_relaciones_entre_antropologia_artesania_y_turismo)

<sup>2</sup> Política de Turismo y Artesanías. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Documento de Política. 2009

---

## **1. OBJETIVO**

### **1.1. General.**

Caracterizar a la población visitante que ingresa a la feria de expoartesanas identificando sus preferencias, perfil social y cultural, características del viaje y percepción del evento.

### **1.2. Específicos.**

- Realizar seguimiento continuo (duración del evento) a través de la recolección y análisis de datos, que permitan generar información válida y confiable acerca de los visitantes que en él participaron.
- Determinar la cantidad de visitantes nacionales e internacionales que asistieron al evento de Expoartesanas 2013.
- Estimar algunos comportamientos relacionados con la pernoctación de los visitantes nacionales e internacionales que visitaron el evento.
- Determinar si la principal motivación de viaje de los visitantes nacionales e internacionales obedece a la asistencia al evento.
- Identificar las características del público asistente al evento.
- Medir la satisfacción de los asistentes respecto a las actividades realizadas durante el evento.

## **2. ASPECTOR METOLÓGICOS.**

### **2.1. Universo de Estudio.**

Personas mayores de 15 años que asistieron al evento. Durante el periodo del 7 al 19 de diciembre del 2013.

### **2.2. Tipo de Investigación.**

Se diseñó una encuesta por muestreo probabilístico aleatorio simple, lo que permite hacer estimaciones de las variables de interés con un alto nivel de precisión. Se calculó un tamaño de muestra mínimo de (esta cifra se calcula con base a resultados de visitantes de ferias realizadas anteriormente) encuestas entre el 7 y el 19 de diciembre del 2013 distribuidos uniformemente entre los días y una única franja horaria lo que permite obtener errores en la estimación de variables determinantes máximo del 5%. Para el proceso de expansión y calibración de resultados se utilizaron los conteos del total de personas que ingresaron al escenario por día y franja horaria.

### **2.3. Población objetivo.**

La población objetivo son todas las personas mayores de 18 años asistentes a la feria.

#### **2.4. Unidad de Observación.**

La unidad informante será aquella persona que suministre la información, es decir todas las personas mayores de 18 años asistentes a la feria.

#### **2.5. Marco Estadístico.**

Lo constituye todas las personas que asistieron al evento en el periodo del 7 al 19 de diciembre del 2013.

#### **2.6. Diseño Estadístico.**

Teniendo en cuenta los objetivos de la investigación, las características de la población objetivo y los indicadores a estimar, se opta por un muestreo sistemático:

✓ Sistemático

Cada uno de los visitantes de la feria se selecciona sistemáticamente con un arranque aleatorio.

#### **2.7. Tamaño de la muestra**

Para el cálculo de tamaño de muestra se utiliza como información complementaria la cantidad de visitantes esperados a la feria; tomando como referencia el año anterior. El tamaño de la muestra fue de 2158 encuestas.

#### **2.8. Mecanismo de recolección.**

Entrevista personalizada a visitantes acorde con la muestra seleccionada distribuida uniformemente por día y franja horaria.

#### **2.9. Periodo de recolección.**

El período de recolección corresponde a los días de duración del evento: 7 al 19 de diciembre en una franja horaria de recolección de 1:00p.m. a 5:00p.m.

#### **2.10. Aspectos logísticos.**

Se contó con el apoyo de personal del Observatorio de Turismo del IDT para la aplicación de las encuestas, la supervisión del trabajo de campo lo realizó contratista profesional del IDT encargado de coordinar todo el equipo de esta entidad que participará en la recolección de la información en el evento.



---

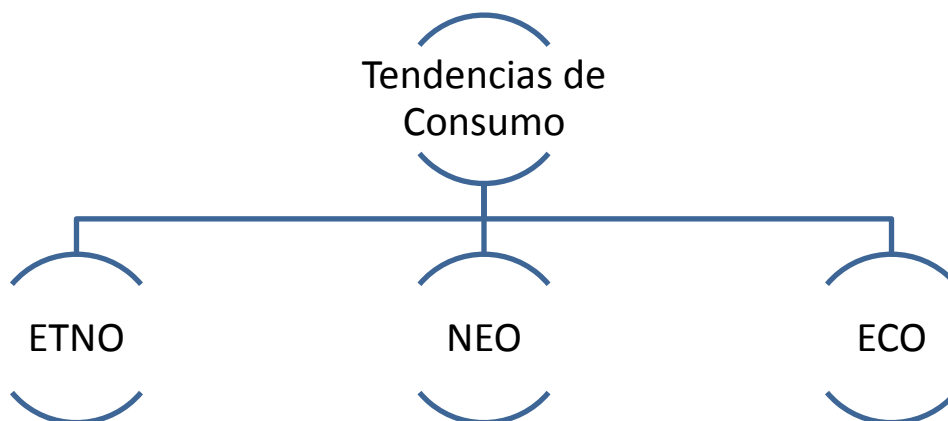
### 3. EXPOARTESANIAS – PRESENTACIÓN

#### 3.1. Organizadores:

- Corferias Bogotá: El Centro internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá - Corferias, Con más de 50 años de experiencia, Corferias, busca estrechar los vínculos de cooperación entre Colombia y la comunidad mundial a través de la organización de ferias, exposiciones, eventos y convenciones, propiciando la generación de contactos cualificados entre visitantes y expositores en un recinto operado bajo estándares internacionales.<sup>3</sup>
- Artesanías de Colombia: Es una sociedad de economía mixta de orden nacional, que contribuye al progreso del sector artesanal mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo de productos y la capacitación del recurso humano impulsando la comercialización de artesanías colombianas. Su misión es la liderar y contribuir al mejoramiento integral del sector artesanal mediante el rescate de la tradición y la cultura.<sup>4</sup>

#### 3.2. Estilos de Vida: “Tendencias de Consumo”

Expo artesanías 2013 busca promover Estilos de Vida, enfocados al consumidor.<sup>5</sup>



---

<sup>3</sup> Recuperado de [http://www.corferias.com/index.cfm?doc=quienes\\_somos&ids=1](http://www.corferias.com/index.cfm?doc=quienes_somos&ids=1)

<sup>4</sup> Recuperado de [http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_nosotros/mision-y-vision\\_166](http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_nosotros/mision-y-vision_166)

<sup>5</sup> Documento recuperado de [http://www.expoartesanias.com/Archivos/Presentaci%C3%B3n\\_EstilosdeVidapara%20artesanos.pdf](http://www.expoartesanias.com/Archivos/Presentaci%C3%B3n_EstilosdeVidapara%20artesanos.pdf)

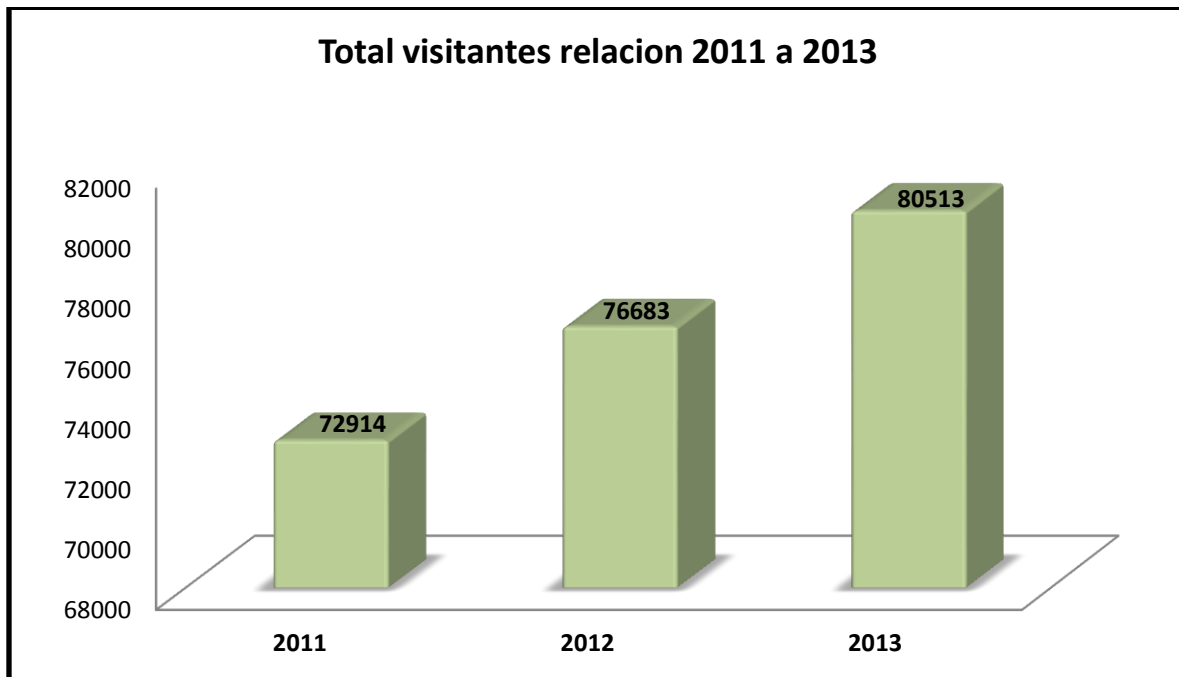
ETNO: Elaboración de productos con materiales locales, cargados de historia y significado.

NEO: Contraste entre la vida contemporánea y riqueza de lo tradicional.

ECO: Productos con proceso de elaboración artesanal y material de re-uso o reciclaje.

#### 4. RESULTADOS

##### 4.1 Total visitantes relación 2011 a 2013



Fuente: Observatorio de turismo.

En comparación con las últimas versiones de la feria se evidencia un crecimiento notorio en cada año. Entre el año 2011 y 2012 se presentó un crecimiento del 5.16% y entre en año 2013 se presentó un incremento del 4.99%.

La gerente de artesanías de Colombia Aida Furmanky asegura que el éxito de esta versión se debió a tener productos con un diseño renovado, no solo con el pabellón 5 llamado “**Diseño Colombia**”<sup>6</sup>, o a través de los stands en los que Artesanías de Colombia exhibió los resultados de sus diferentes proyectos y programas, sino también como un logro de los artesanos, que día a día están integrando la nueva visión de la artesanía como parte de su evolución continua, respetando las técnicas y los oficios.

<sup>6</sup> Artesanías de Colombia, Balance positivo de Expoartesanías 2013, recuperado 26 de Febrero de 2014, [Disponible en línea]: [http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_noticias/balance-positivo-de-expoartesanias-2013\\_4799](http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_noticias/balance-positivo-de-expoartesanias-2013_4799)

## 4.2 Tipo de Visitantes



Fuente: Observatorio de turismo.

Tipo de visitante	Cantidad	Cve%
Residente	70622	0,8
Turista Internacional	2090	13,01
Turista Nacional	7801	9,69
<b>Total</b>	<b>80513</b>	

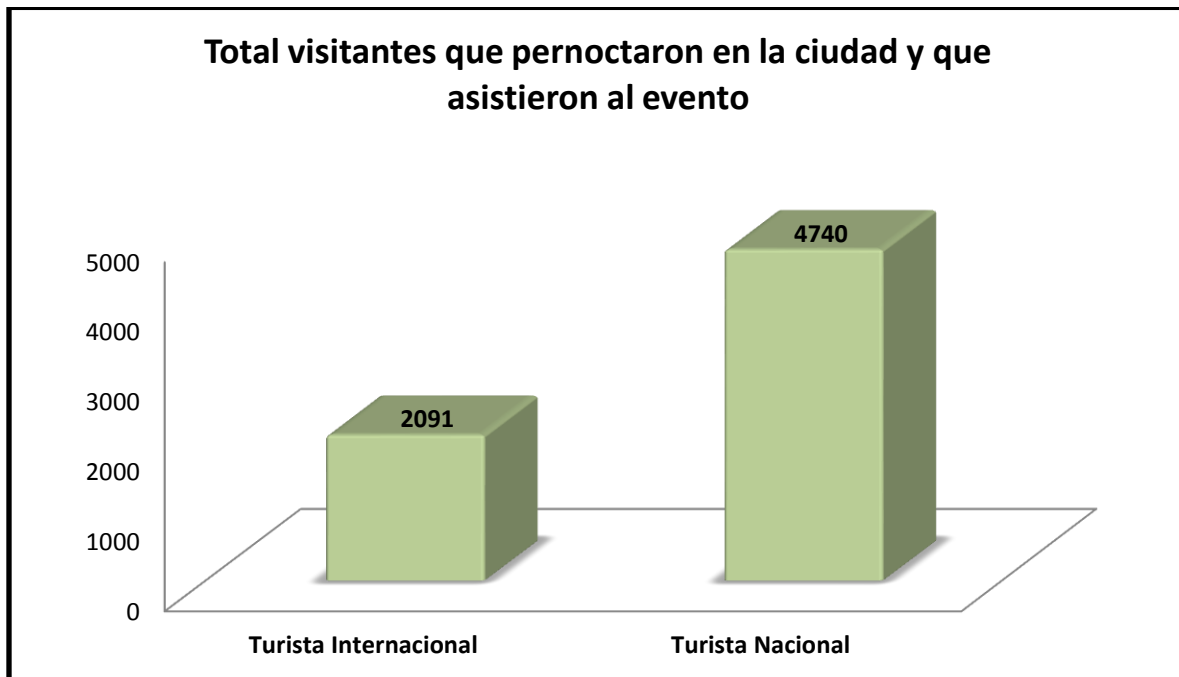
Fuente: Observatorio de turismo.

Abordando la caracterización de los visitantes de la feria, se evidenció que el mayor número de participantes estuvo conformado por residentes de la ciudad, los cuales representaron un 88%. Esto bien, podría indicar que si la feria busca promover al artesano en mercados internacionales, no cumplió con el objetivo o también puede afirmarse que este tipo de eventos no genera mayor impacto al turismo internacional.

Por otro lado también se puede indicar que los medios de difusión no fueron los adecuados para promover internacionalmente el evento.

Sin embargo es interesante el comportamiento del turista nacional que tiene un aporte del 10% del total de los asistentes, lo que indica que tiene cierto grado de importancia el conocer las expresiones culturales (artesanías) en lo regional.

#### 4.3 Total visitantes que pernoctaron en la ciudad y que asistieron al evento



Fuente: Observatorio de turismo.

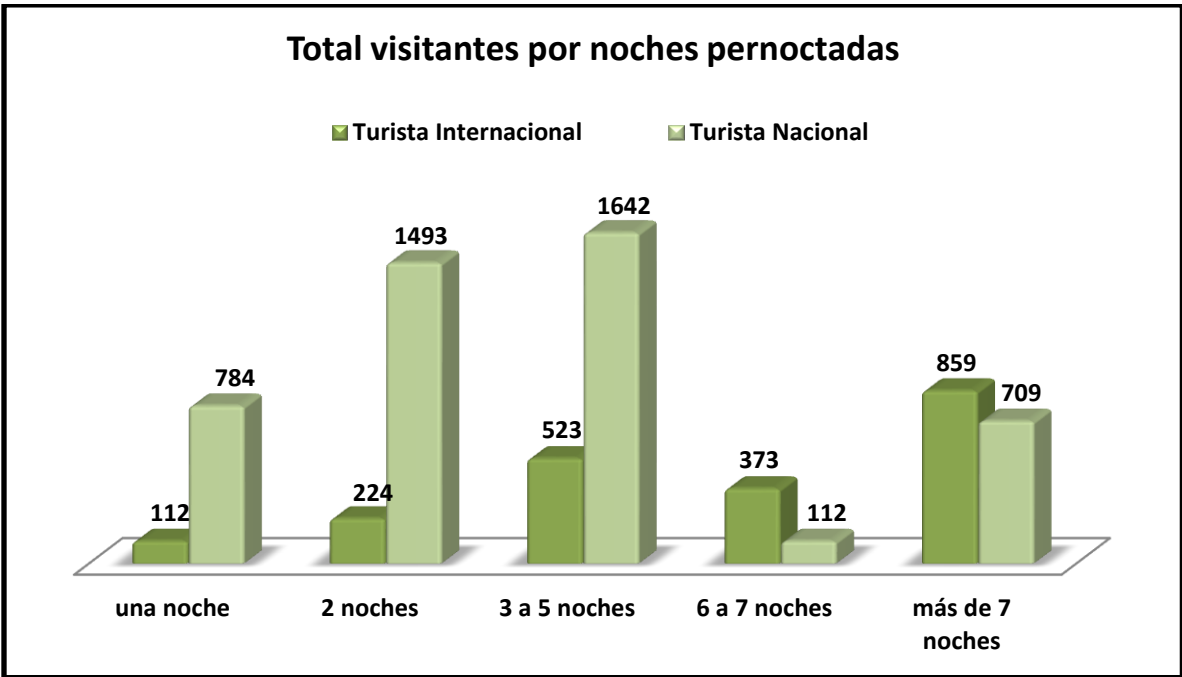
Bogotá es “hub” para eventos y convenciones internacionales que aproximadamente acoge 50 eventos internacionales y aporta el 38% de los eventos del país<sup>7</sup>, sin embargo y a pesar de que la ciudad se ha posicionado como el primer destino del país y el sexto en Latinoamérica en turismo corporativo según lo afirma la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), este evento no tuvo mayor significación para atraer al turista internacional.

#### 4.4 Total de visitante por noches pernoctadas y motivación de viaje

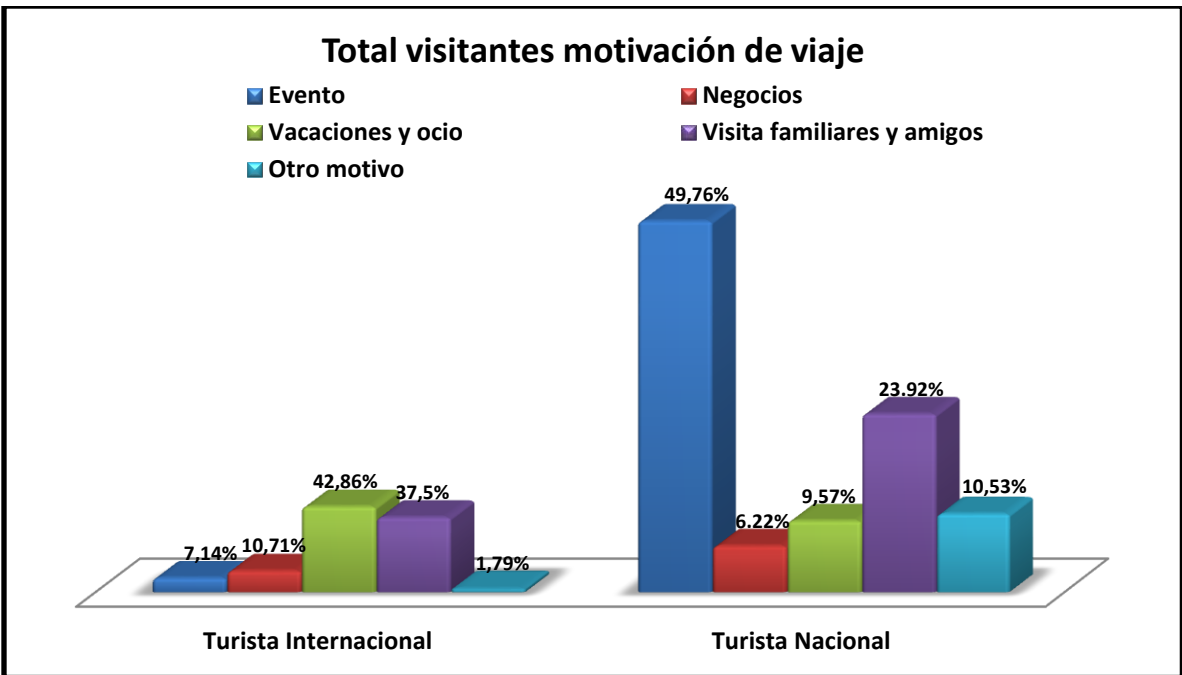
El 41% de los turistas internacionales se quedaron más de 7 noches, este lapso de tiempo está acorde con los resultados de motivación en el que predomina la visita motivada por vacaciones y ocio.

El 35% de los turistas nacionales se quedaron de 3 a 5 noches y su principal motivo de viaje fue la asistencia al evento, cabe hacer la acotación que el evento tuvo una durabilidad de 19 días.

<sup>7</sup> Turismo corporativo, invest in Bogotá, recuperado el 27 de febrero de 2014, [disponible en línea]: <http://es.investinbogota.org/descubra-bogota/vivir-en-bogota/destino-turistico>



Fuente: Observatorio de turismo.



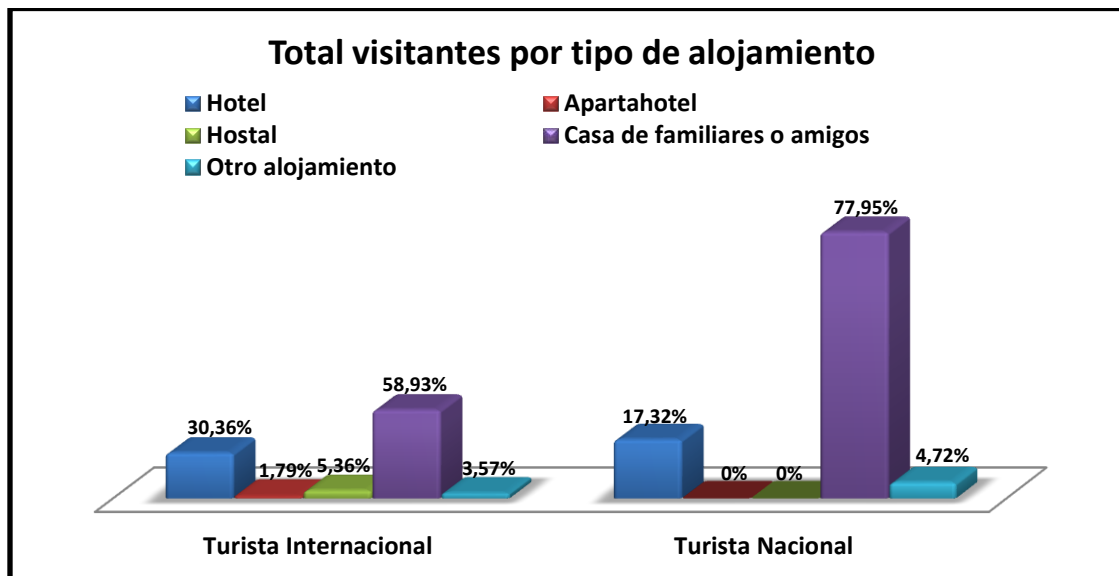
Fuente: Observatorio de turismo.

Tipo de visitante	Motivación	Total	Cve(%)
<b>Turista Internacional</b>	1.Evento	149	49,04
	2.Negocios	224	39,89
	3.Vacaciones y ocio	896	19,24
	4. Visita familiares y amigos	784	20,7
	5.Otro motivo	37	98,65
<b>Turista Nacional</b>	1.Evento	3882	7,55
	2.Negocios	485	26,73
	3.Vacaciones y ocio	747	21,25
	4. Visita familiares y amigos	1866	12,59
	5.Otro motivo	821	20,18

Fuente: Observatorio de turismo.

#### 4.5 Total visitantes por tipo de alojamiento

El 78% de los turistas nacionales y el 59% de los turistas internacionales se alojaron en casa de familiares o amigos.



Fuente: Observatorio de turismo.

<b>Tipo de visitante</b>	<b>Motivación</b>	<b>Total</b>	<b>Cve(%)</b>
<b>Turista Internacional</b>	1.Hotel	635	22,85
	2.Apartahotel	37	98,65
	3.Hostal	112	56,64
	4.Casa de familiares o amigos	1232	15,59
	5.Otro alojamiento	75	69,57
<b>Turista Nacional</b>	1.Hotel	821	19,78
	2.Apartahotel	-	-
	3.Hostal	-	-
	4.Casa de familiares o amigos	3695	6,74
	5.Otro alojamiento	224	39,72

Fuente: Observatorio de turismo.

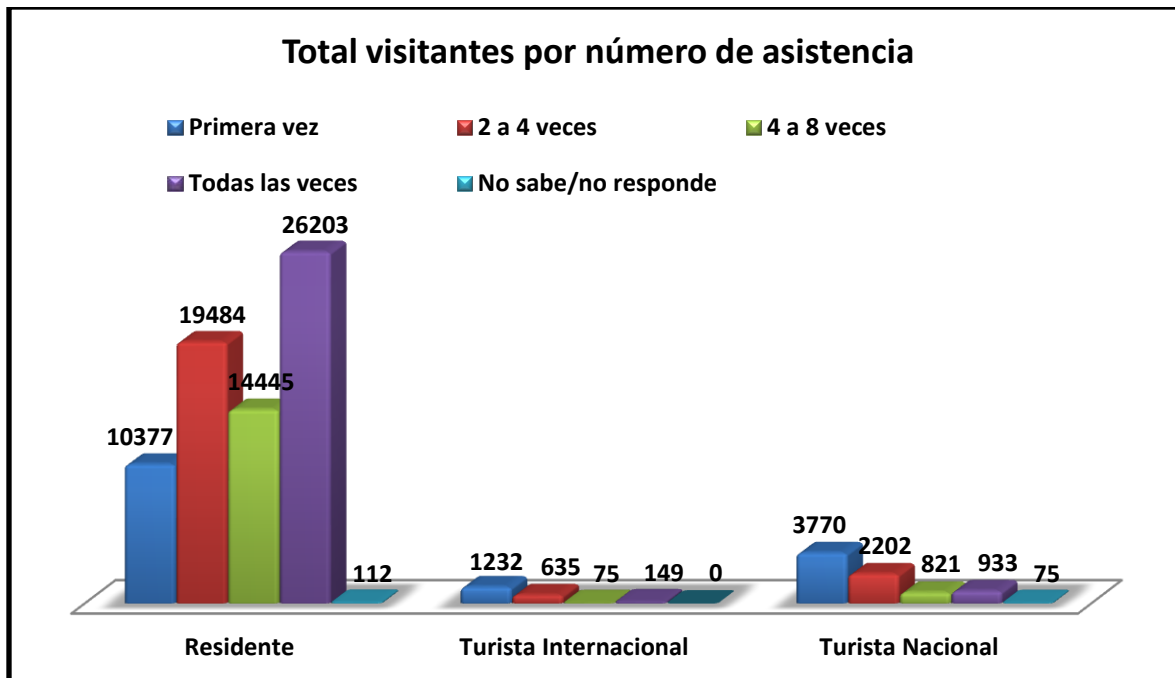
El total de turistas tanto nacionales como internacionales que se alojaron en hoteles asistentes al evento no representaron un mayor aporte al porcentaje de ocupación hotelera, ya que en el mes de diciembre el porcentaje de ocupación fue del 45.81%<sup>8</sup>

#### **4.6 Total Visitantes por número de asistencia**

Los resultados obtenidos indican que este evento es de tipo ciudad, debido a que la mayor proporción de asistentes son residentes y por ende el mayor porcentaje en la ocurrencia de visita corresponde a la respuesta “todas las veces”.

En el caso del turista internacional, la feria según resultados cobra importancia al obtenerse un mayor número de visitantes que asisten por primera vez; igual caso sucede con el turista nacional.

<sup>8</sup> Informe mensual indicadores hoteleros No 146, diciembre de 2013. Cotelco.



Fuente: Observatorio de turismo.

#### 4.7 Total visitantes por perfil

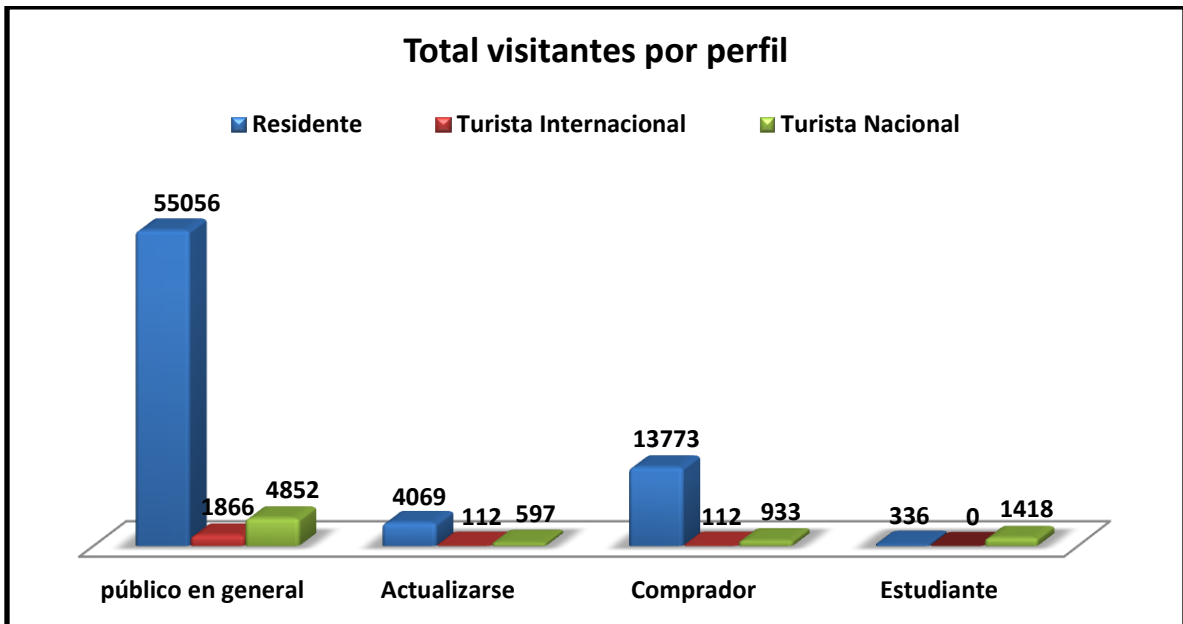
Tal como lo indica expoartesánias XXII la feria es el marco propicio para los siguientes perfiles:

- **Público en general:** Hombres y mujeres como amas de casa, jefes de hogar y estudiantes de la ciudad de Bogotá, interesados en aprender sobre el mundo artesanal, descubrir técnicas de producción artesanal y adquirir productos únicos de excelente calidad a los mejores precios.
- **Personas que buscan actualizarse sobre el mercado:** Diseñadores de joyas, interiores y modas, diseñadores industriales y demás personal al detal y al por mayor, interesados en conocer las últimas tendencias en diseño en artesanía.
- **Comprador:** Compradores nacionales e internacionales interesados en adquirir objetos de altísima calidad y con nuevos diseños representativos de todos los rincones del país.
- **Estudiantes:** Personas que se encuentran realizando algún tipo de estudio relacionado con la alfarería, joyería, marroquinería y demás trabajos artesanales.<sup>9</sup>

En la gráfica se evidencia una mayor participación o asistencia de público en general.

<sup>9</sup> Recuperado de:  
<http://www.expoartesánias.com/index.cfm?doc=secciones&StrIdioma=es&IntIdioma=1&IDPagina=7911&IDSeccion=1269>





Fuente: Observatorio de turismo.

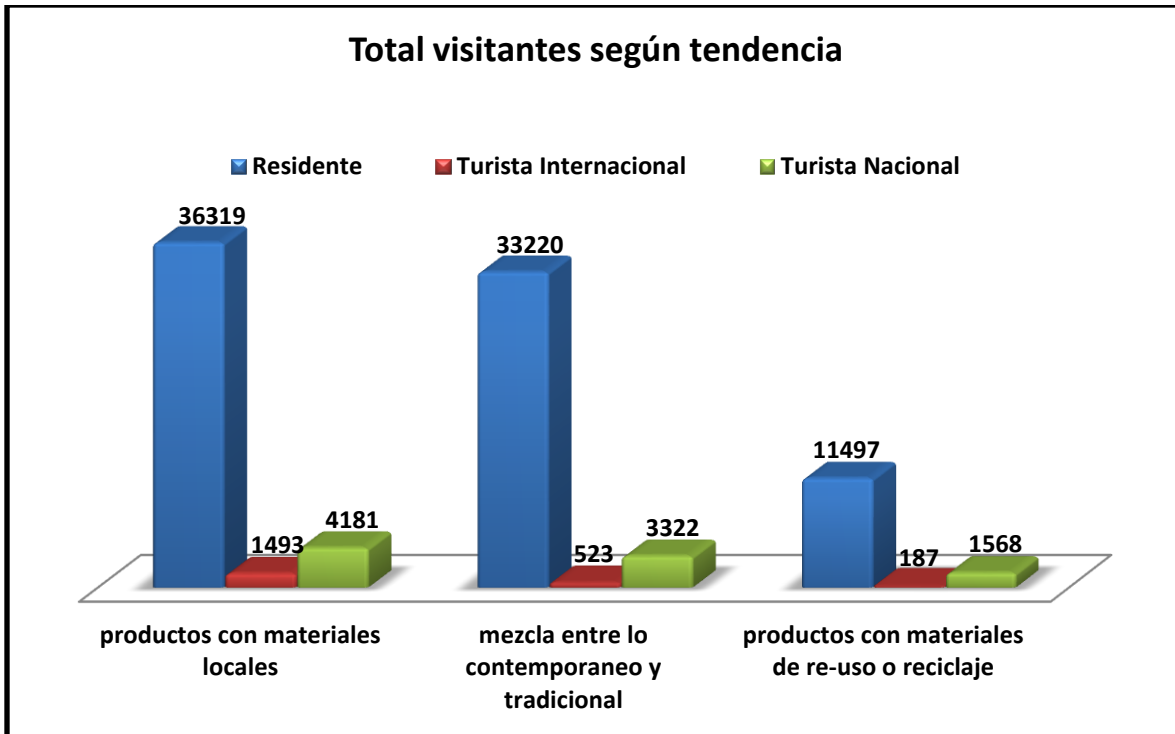
#### 4.8 Total visitantes según tendencia

Como se mencionó al inicio del documento Expoartesánias 2013 buscó promover Estilos de Vida, enfocados al consumidor.<sup>10</sup>

La tendencia “etno” (que para mayor comprensión por parte de los encuestados se denominó “productos con materiales locales con historia” tuvo mayor acogida o preferencia por parte del residente, turista nacional e internacional.

La tendencia “eco” (que para mayor comprensión por parte de los encuestados se denominó (producto con material de re-uso o reciclaje) no tuvo una buena acogida o preferencia por los visitantes.

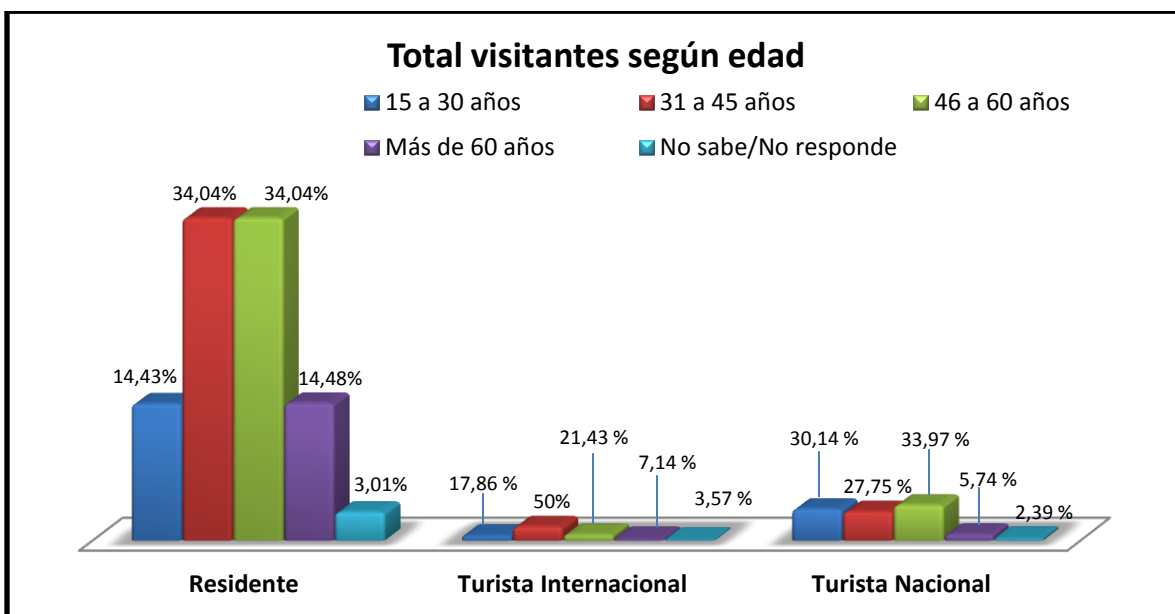
<sup>10</sup> Documento recuperado de [http://www.expoartesánias.com/Archivos/Presentaci%C3%B3n\\_EstilosdeVidapara%20artesanos.pdf](http://www.expoartesánias.com/Archivos/Presentaci%C3%B3n_EstilosdeVidapara%20artesanos.pdf)



Fuente: Observatorio de turismo.

#### 4.9 Total visitantes según edad y género

Para los residentes y turistas internacionales que visitaron la feria predominó el rango de edad de 31 a 45 y 46 a 60 años y para el caso del turista nacional predominó el rango entre 15 a 30 y 46 a 60 años.

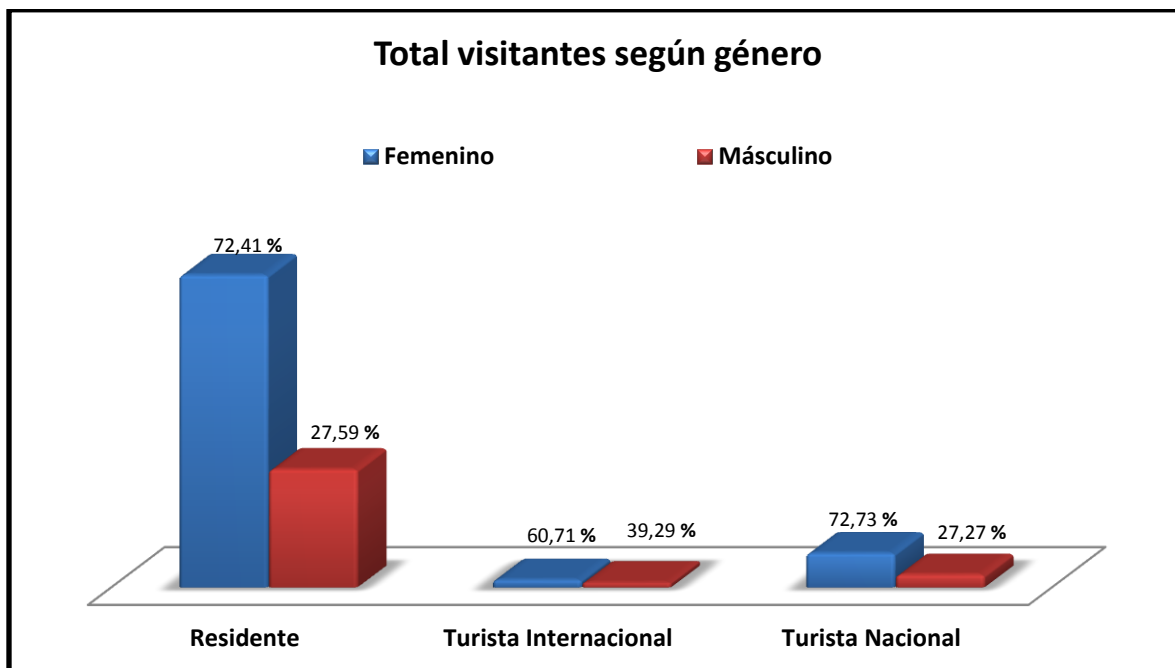


Fuente: Observatorio de turismo.

---

En los tres tipos de visitantes, la mayor asistencia corresponde al género femenino con un total del 72% para el residente, 60,71% para el turista internacional y 72,73% para el turista nacional.

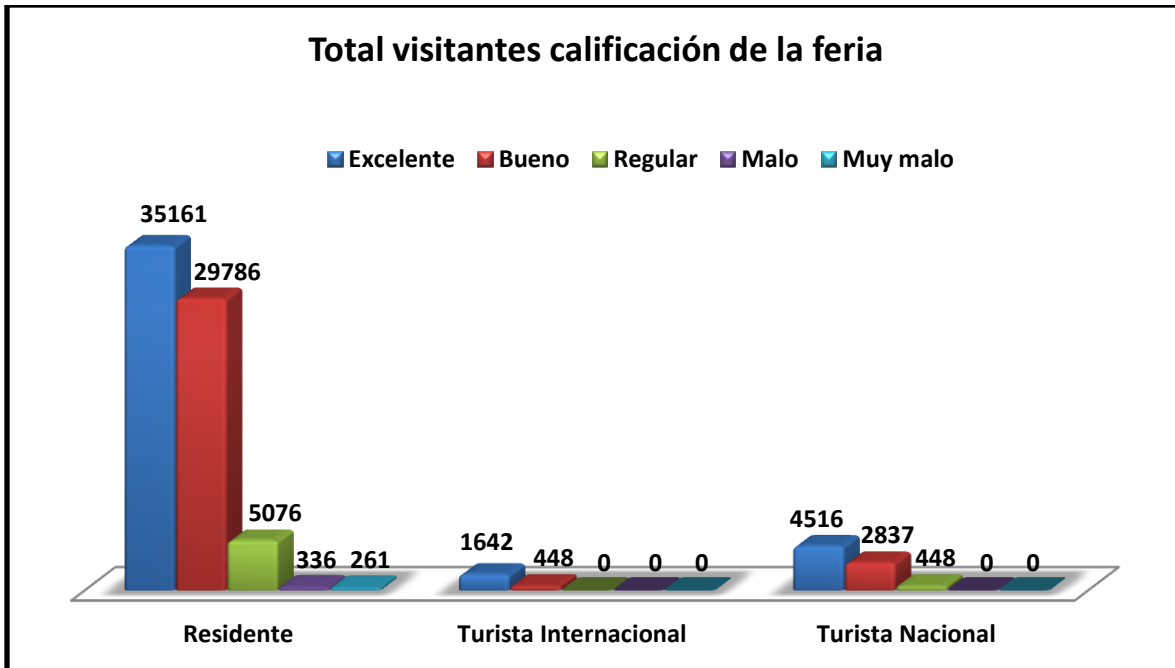
Las mujeres tienen una mayor capacidad para relacionar emociones y razones, el gusto de asistir a un evento y más cuando este llama la atención por la minuciosidad en los detalles como lo son las artesanías, hacen que ellas sean el mayor público en asistir.



Fuente: Observatorio de turismo.

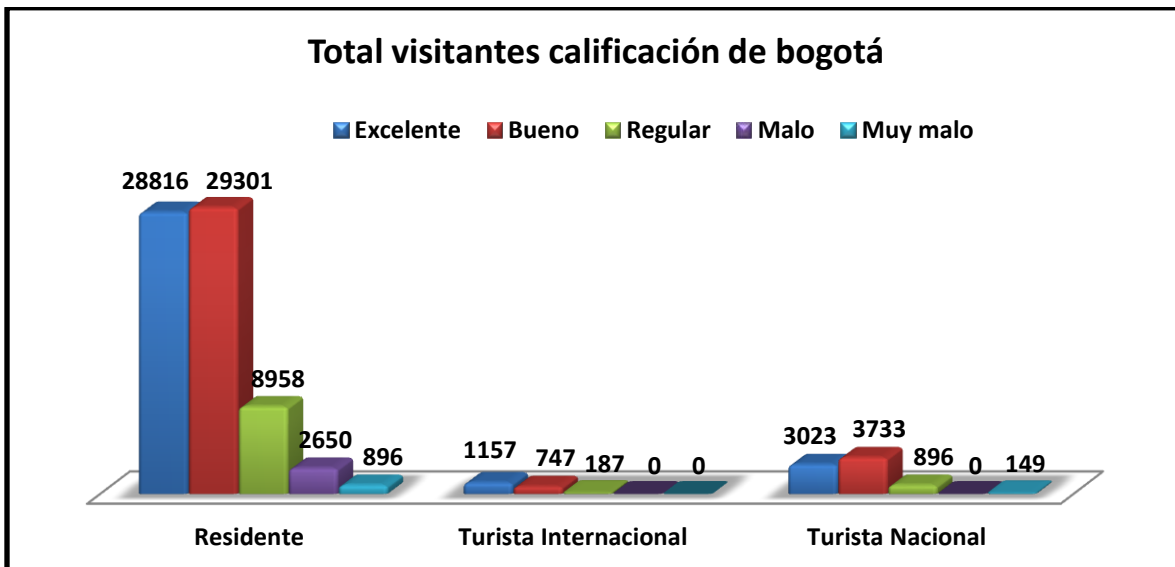
#### 4.10 Calificación a la feria y a la ciudad

El 49.7% de los residentes, el 78.5% de los turistas internacionales y el 57.8% de turistas nacionales calificaron a la feria como excelente.



Fuente: Observatorio de turismo.

De igual modo sucede con la calificación a la ciudad. En la pregunta de ¿Qué calificación daría usted a la ciudad como anfitriona para este tipo de eventos?, los visitantes al evento en su mayoría consideraron como excelente y buena a la ciudad. El 41.4% de los residentes calificó como buena a la ciudad, el 55.3% de los turistas internacionales calificó como excelente a la ciudad y el 47.8% de los turistas nacionales calificó a la ciudad como buena.



Fuente: Observatorio de turismo

