



MEDICIÓN TURISMO ARTBO FDS - 2018

18 al 20 de Mayo 2018

ENRIQUE PEÑALOSA LONDOÑO
Alcalde Mayor de Bogotá

JUAN MIGUEL DURÁN PRIETO
Secretario de Desarrollo Económico

JOSÉ ANDRÉS DUARTE GARCÍA
Director General
Instituto Distrital de Turismo

GABRIEL EDUARDO MORENO VELOZA
Asesor
Observatorio de Turismo

Investigación:

PAOLA ANDREA SÁNCHEZ
Encargada de Investigación

CARLOS BETANCUR
LISBETH CAMARGO
SEBASTIÁN CARVAJAL
MILE LORENA PIÑEROS
HARRY RAMOS
Economistas

Instituto Distrital de Turismo
www.bogotaturismo.gov.co
Bogotá 2018

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 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-Feria Internacional de Arte en Bogotá*.

Según la página web oficial de ARTBO, desde el 2004, el programa ARTBO de la Cámara de Comercio de Bogotá organiza ARTBO- Feria Internacional de Arte de Bogotá, que se ha consolidado como un espacio de intercambio cultural e investigación, fundamental para la promoción de la escena artística del país. Durante cuatro días, la feria reúne en un mismo espacio, galerías nacionales e internacionales, curadores, artistas, obras de diferentes formatos y materialidades, brindándole al público una de las vitrinas culturales de más trascendencia en las artes plásticas en Colombia y convirtiéndose en el eje central del circuito artístico que tiene lugar durante el mes de octubre en Bogotá.

ARTBO es la muestra de arte más grande que se realiza en el país y se ha consolidado como el evento de las artes plásticas de más trascendencia en Colombia. ARTBO mantiene una cuidadosa selección y calidad de galerías, así como también el programa experimental de secciones no comerciales que presenta. Actualmente, es una de las plataformas más importantes de intercambio cultural e investigación: su enfoque en calidad y diversidad la convierte en una de las ferias más refrescantes y arriesgadas de América Latina. Es por ese motivo que se considera una de las visitas ineludibles en el circuito del arte a nivel mundial.

Igualmente, ARTBO cuenta con un Programa de invitados internacionales que incluye entrada a una pre-inauguración e inauguración de la feria y una experiencia del arte colombiano a través de una agenda de actividades, entre las que se destaca, visitas a colecciones privadas, museos, instituciones y eventos especiales. Son invitados a este programa

coleccionistas nacionales e internacionales, curadores, directores de museos e instituciones culturales, periodistas especializados en arte y cultura, directores de ferias internacionales y profesionales del arte contemporáneo.

En este documento se presenta el primer sondeo realizado por el IDT para este evento de ciudad. A continuación, los resultados.

Tabla de contenido

PRESENTACIÓN.....	2
OBJETIVOS	7
a. Objetivo general	7
b. Objetivos específicos.....	7
METODOLOGÍA.....	8
CARACTERIZACIÓN DE LOS RESIDENTES QUE ASISTIERON A LA ARTBO.....	9
CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS QUE ASISTIERON A LA ARTBO.....	11
ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DE LOS ASISTENTES	18
a. Aspectos relacionados con la logística y calidad del servicio en el evento.....	20
b. Aspectos relacionados con el mercado de arte y las plataformas de exhibición	22
c. Aspectos relacionados con la promoción del evento.....	27
d. Aspectos relacionados con la percepción de ciudad	30
CONCLUSIONES	34

Figura 1. Asistentes por subpoblación	9
Figura 2. Origen de los residentes de Bogotá	10
Figura 3. Estrato socio económico de los residentes en Bogotá.....	11
Figura 4. Excursionistas y turistas	12
Figura 5. Turistas nacionales e internacionales	12
Figura 6. Origen de los turistas nacionales	13
Figura 7. Turistas según edad.....	13
Figura 8. Motivo principal de viaje a Bogotá.....	14
Figura 9. Tipo de alojamiento.....	15
Figura 10. Noches pernoctadas en Bogotá	15
Figura 11. Otras actividades realizadas por los turistas	16
Figura 12. Compras en la feria	17
Figura 13. Gasto promedio de los no residentes	18
Figura 14. Asistencia a anteriores versiones de ARTBO.....	19
Figura 15. Calificación general de la feria	19
Figura 16. Horarios de la feria	20
Figura 17. Diseño de los circuitos.....	21
Figura 18. Transporte en los circuitos	22
Figura 19. Circuito Chapinero- Norte	23
Figura 20. Circuito Macarena- Centro.....	24
Figura 21. Circuito San Felipe	24
Figura 22. Monumento a los Héroes.....	25
Figura 23. Torre Colpatria	26
Figura 24. Foro Al filo de las limitaciones.....	26
Figura 25. Catálogo de nuevos coleccionistas.....	27
Figura 26. Cómo se enteró de la feria	28
Figura 27. Presencia en redes sociales.....	29
Figura 28. Sitio web.....	29
Figura 29. Bogotá destino cultural y de negocios	30
Figura 30. Limpieza en la ciudad	31
Figura 31. Ventas ambulantes.....	31
Figura 32. Movilidad.....	32
Figura 33. Cultura ciudadana	33
Figura 34. Información turística	34

OBJETIVOS

a. Objetivo general

Caracterizar los asistentes de la Feria Internacional de Arte de Bogotá 2018.

b. Objetivos específicos

- Identificar el origen y la principal motivación para asistir a la feria.
- Preguntar por el nivel de satisfacción de los asistentes, con relación a la organización del evento y la calidad de los servicios ofrecidos.
- Caracterizar el gasto en consumo realizado por los turistas durante la feria.

METODOLOGÍA

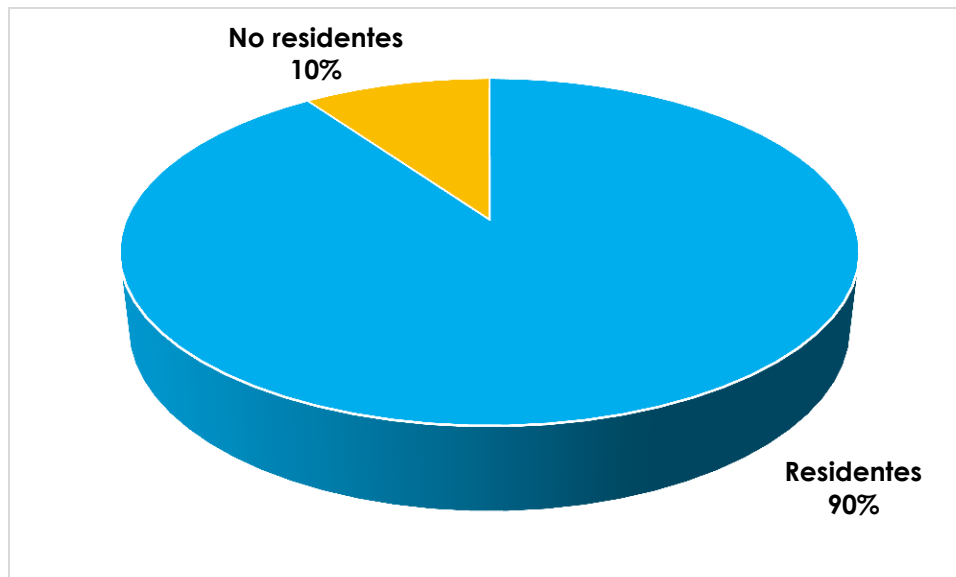
Se realizó una encuesta por muestreo no probabilístico (sondeo) a los asistentes de la Feria Internacional de Arte de Bogotá- ARTBO. Entre los días 18, 19 y 20 de mayo allí se realizaron 235 encuestas para identificar características demográficas, socioeconómicas y conocer el nivel de satisfacción de los asistentes al evento. Fueron eliminados 10 registros por presencia de inconsistencias en el proceso de digitación de la información.

CARACTERIZACIÓN DE LOS RESIDENTES QUE ASISTIERON A LA ARTBO

Este año el Observatorio de Turismo de Bogotá en la Investigación de “Medición de eventos ciudad” evidenció que la ARTBO es el evento de arte más importante del país. La feria mantiene una cuidadosa selección y calidad de galerías, así como también el programa experimental de secciones no comerciales que presenta. Actualmente, es una de las plataformas más importantes de intercambio cultural e investigación: su enfoque en calidad y diversidad la convierte en una de las ferias más refrescantes y arriesgadas de América Latina. Es por ese motivo que se considera una de las visitas ineludibles en el circuito del arte a nivel mundial.

Para la edición 2018 de este evento, se encuestaron a 225 personas, de las cuales el 90% fueron residentes en Bogotá (203) y el 10% (22) fueron no residentes.

Figura 1. Asistentes por subpoblación

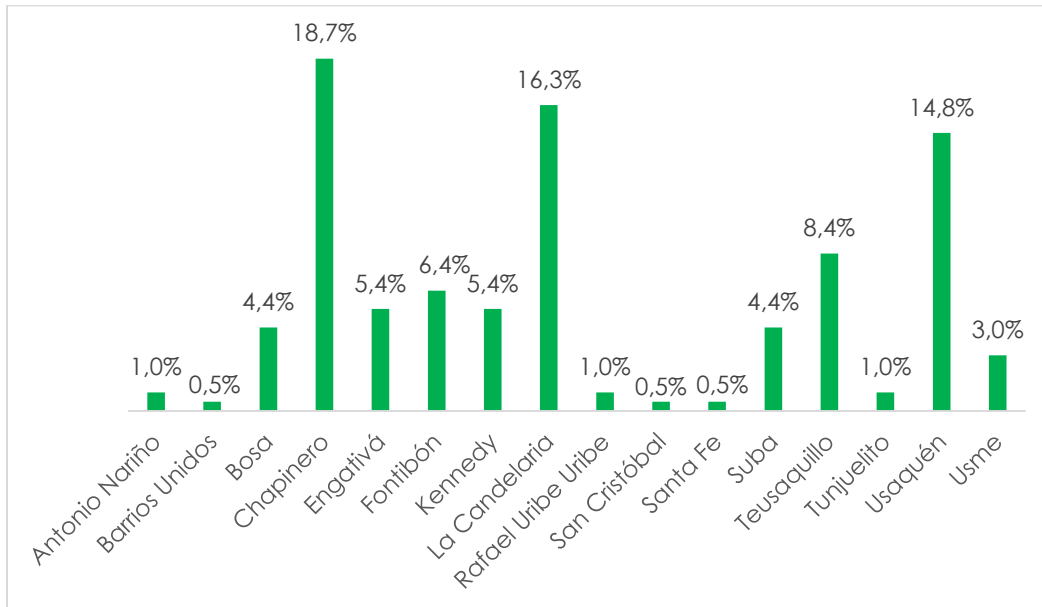


Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Los residentes en Bogotá provienen principalmente de las localidades de La Candelaria, Usaquén, Chapinero y Teusaquillo.

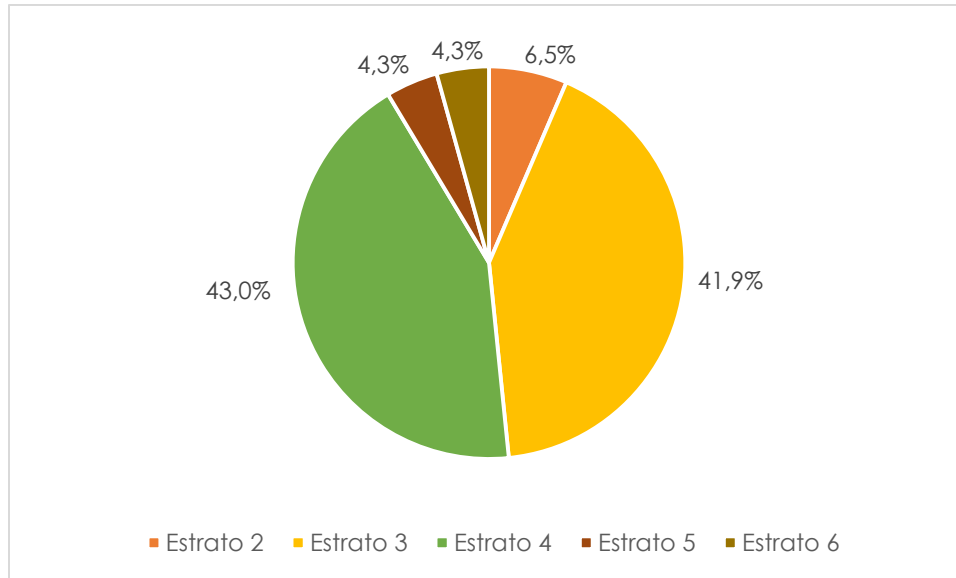
De otro lado, las personas encuestadas hacen parte de la clase media-alta de la ciudad. Cerca del 85% de los encuestados son de estrato 3 y 4. Lo anterior evidencia que, tanto los bogotanos de ingresos altos, como de ingresos medios aprecian el arte. Estos eventos de ciudad que promociona la alcaldía tienen cada vez mayor compenetración en la población que normalmente no tendría acceso a galerías de arte y otros tipos de plataformas de este tipo.

Figura 2. Origen de los residentes de Bogotá



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Figura 3. Estrato socio económico de los residentes en Bogotá



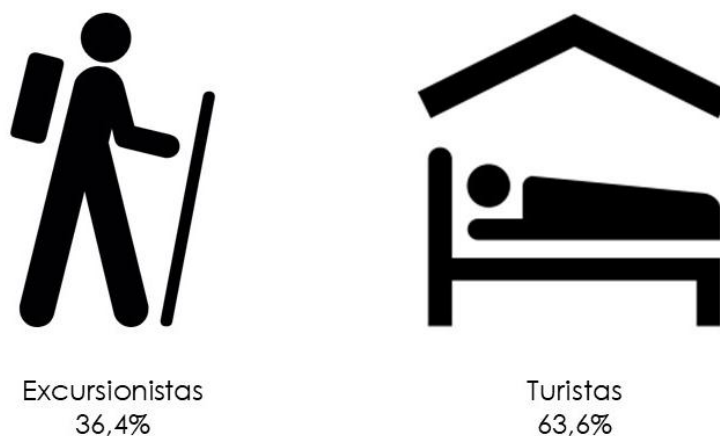
Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS QUE ASISTIERON A LA ARTBO

Las investigaciones de *medición de eventos de ciudad* son desarrolladas para caracterizar las poblaciones de participan de determinado evento, en este caso, los asistentes de la Feria Internacional de Arte de Bogotá 2018. En esta parte del documento nos ocuparemos de caracterizar a la subpoblación de los turistas, es decir, visitantes de origen nacional e internacional que asistieron a la ARTBO 2018 y durmieron al menos una noche en la ciudad capital.

Para esta edición de la feria, se encuestaron a 22 personas no residentes, de los cuales el 63,3% eran turistas y el 36,4% eran excursionistas. De los turistas encuestados, el 95,5% de los turistas eran de origen nacional y el 4,5% de origen internacional.

Figura 4. Excursionistas y turistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Figura 5. Turistas nacionales e internacionales

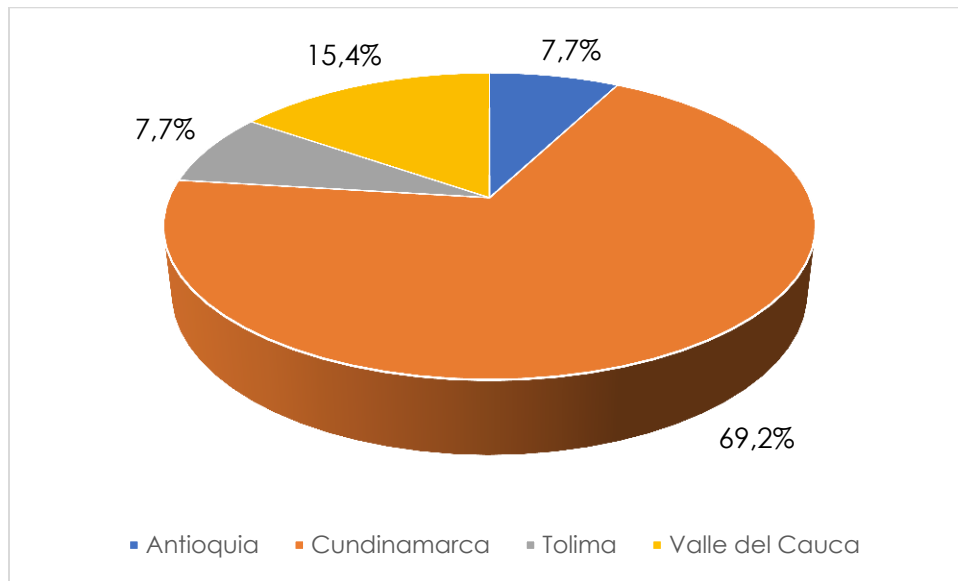


Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

En cuanto a los asistentes a la feria que eran turistas nacionales, principalmente, provenían del departamento de Cundinamarca (69,2%), del Valle del Cauca (15,4%), Tolima (7,7%) y Antioquia (7,7%).

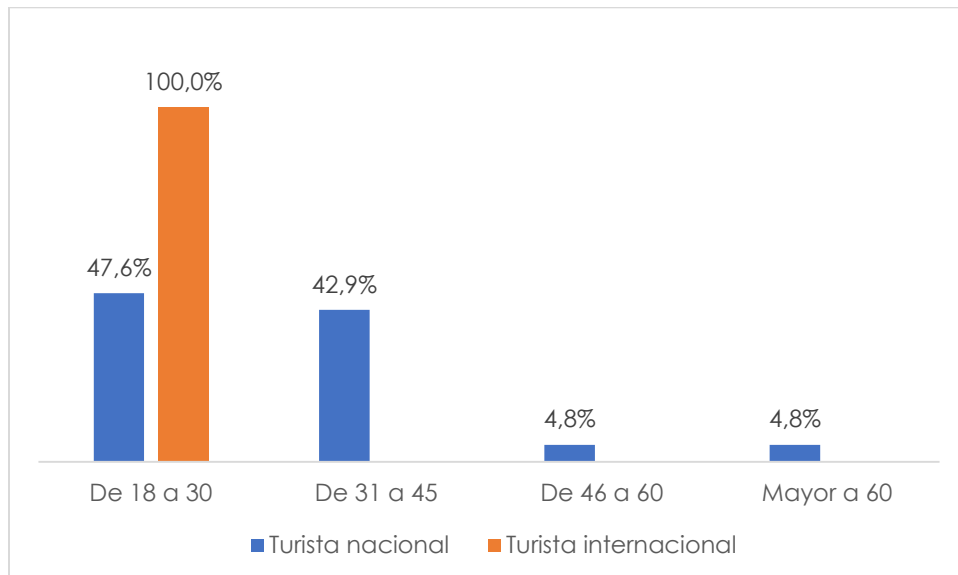
De otro lado, los turistas internacionales son de origen brasileño.

Figura 6. Origen de los turistas nacionales



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

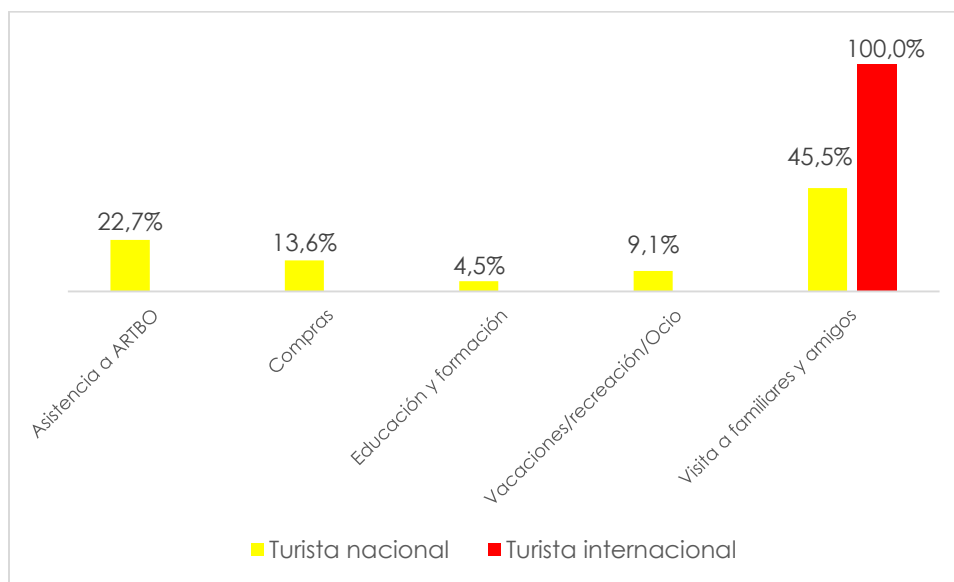
Figura 7. Turistas según edad



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Con respecto a la edad de los encuestados, en 100% de los turistas internacionales tienen entre 18 y 30 años. En cuanto a los turistas nacionales, casi el 90% tienen entre 18 y 45 años. Estas cifras confirman que los más jóvenes son los que tienen mayor simpatía por este estilo de eventos de artes plásticas de distintas categorías.

Figura 8. Motivo principal de viaje a Bogotá



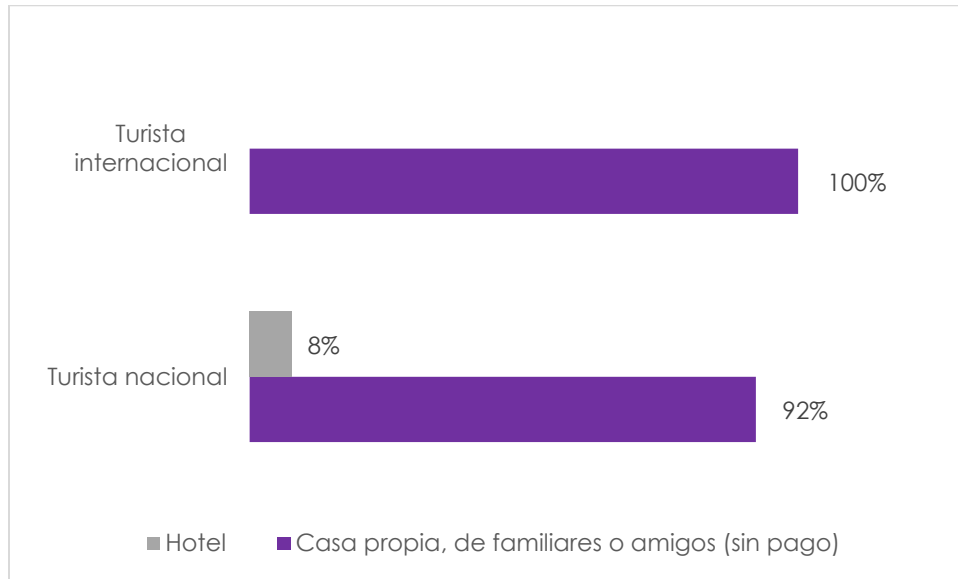
Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Cuando se les preguntó a los encuestados sobre cuál es su principal motivación para visitar Bogotá, el 100% de los turistas internacionales informaron que era visitar a familiares y amigos. Mientras que los turistas nacionales con el 22,7% respondieron asistir a la ARTBO, el 13,6% hacer compras, el 4,5% por motivos académicos y educativos, el 9,1% por vacaciones y recreo, y el 45,5% para visitar familiares y amigos.

En cuanto a las características de alojamiento, el 100% y el 92% de los turistas internacionales y nacionales, respectivamente, se hospedó en la casa de familiares y amigos; y el 8% restantes de los turistas nacionales se hospedaron en hotel.

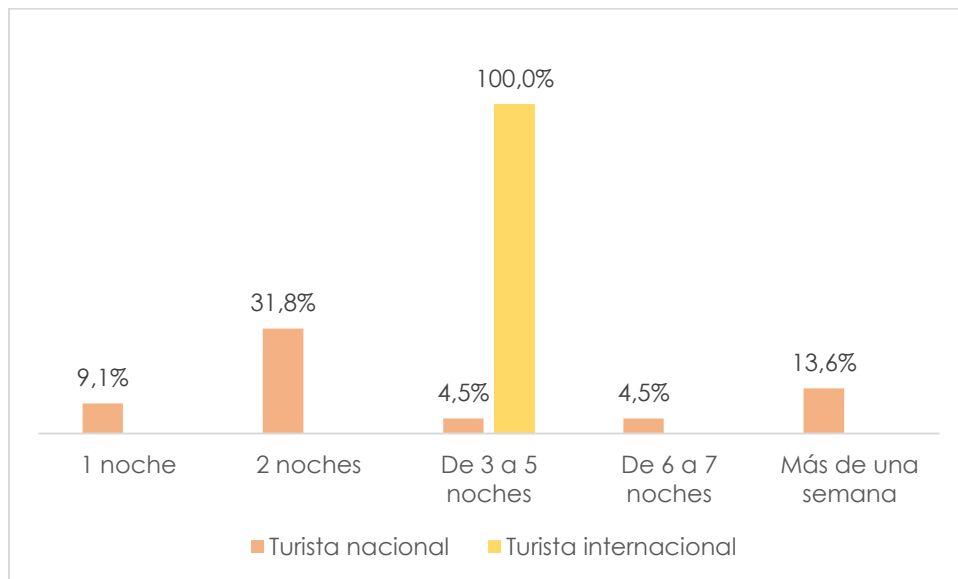
En promedio, el turista nacional durmió 3 noches en la ciudad, mientras que, el turista internacional en promedio durmió 4 noches en la ciudad capital.

Figura 9. Tipo de alojamiento



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

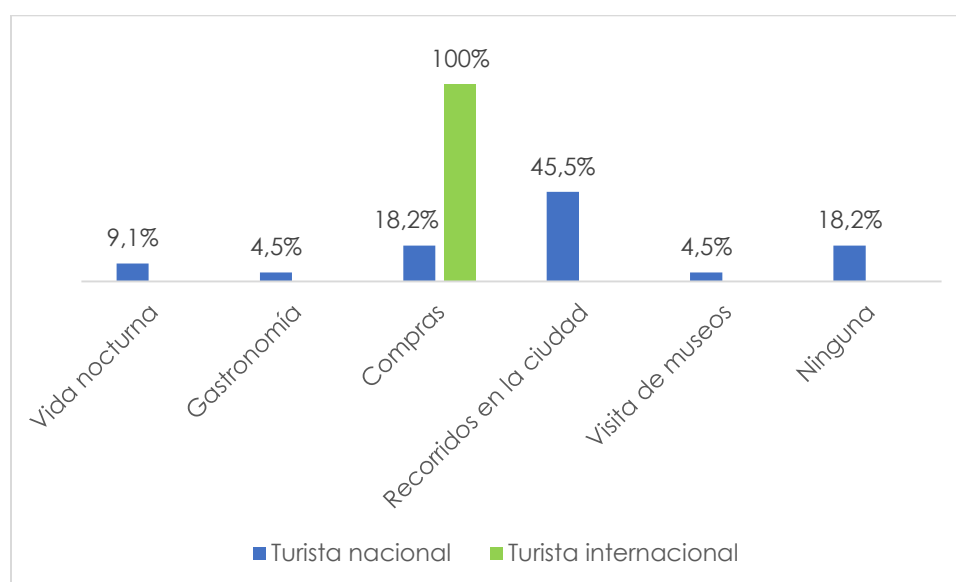
Figura 10. Noches pernoctadas en Bogotá



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

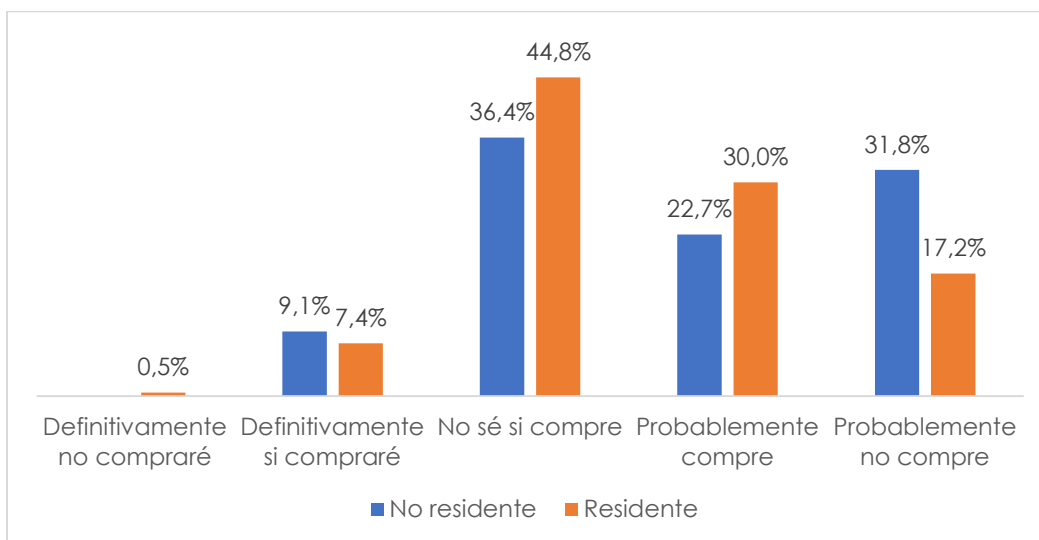
En relación con otras actividades realizadas por los turistas encuestados, además de asistir a la feria, el 100% de los turistas internacionales iban a realizar compras. En cambio, los turistas nacionales tenían propósitos más variados: 45,5% iban a hacer recorridos por la ciudad, el 18,2% compras, el 9,1% iban a realizar actividades relacionadas con la vida nocturna y el 4,5% iban a visitar museos y a disfrutar la gastronomía en la ciudad.

Figura 11. Otras actividades realizadas por los turistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Figura 12. Compras en la feria



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Por otra parte, incluimos la gráfica de propensión a consumo entre residentes y no residentes para comparar la expectativa de consumo de los asistentes. La propensión para comprar en la feria es mayor en los residentes que en los no residentes encuestados. Lo anterior se debe a que los residentes han asistido en mayor proporción a ediciones anteriores de la feria, haciéndolos conocedores del tipo de productos ofrecidos y, por supuesto, aumentando su expectativa de compra en la feria.

Así mismo, más del 60% de los encuestados no residentes no descarta la posibilidad de hacer compras en la feria.

Sobre el comportamiento en el gasto de consumo de los turistas encuestados, el promedio en relación con el de los excursionistas es menor. Esto puede corresponder a que las personas encuestas que informaron cuanto iban a gastar, tenían pensado realizar compras en la feria y otros gastos relacionados con su asistencia a la feria (gastronomía, compras varias, entre otros).

El promedio de gasto de los turistas nacionales fue de \$351.250 pesos. Para los turistas internacionales fue de \$300.000 pesos. El promedio de gasto en consumo de los turistas nacionales sea mayor que el de los internacionales puede explicarse por dos razones: la primera es que el 100% de los turistas internacionales se hospedaron en la casa de familiares o amigos; es decir,

no pagaron por su hospedaje. Lo anterior afecta el promedio en relación con los turistas nacionales que se hospedaron en hotel.

La segunda razón es por las actividades adicionales que realizaron los turistas durante su visita. Los turistas internacionales encuestados solo reportaron como actividades adicionales las compras; mientras que, el 81,6% de los nacionales reportaron otras actividades como compras, visitas a museos, vida nocturna, gastronomía entre otras relacionadas.

Figura 13. Gasto promedio de los no residentes



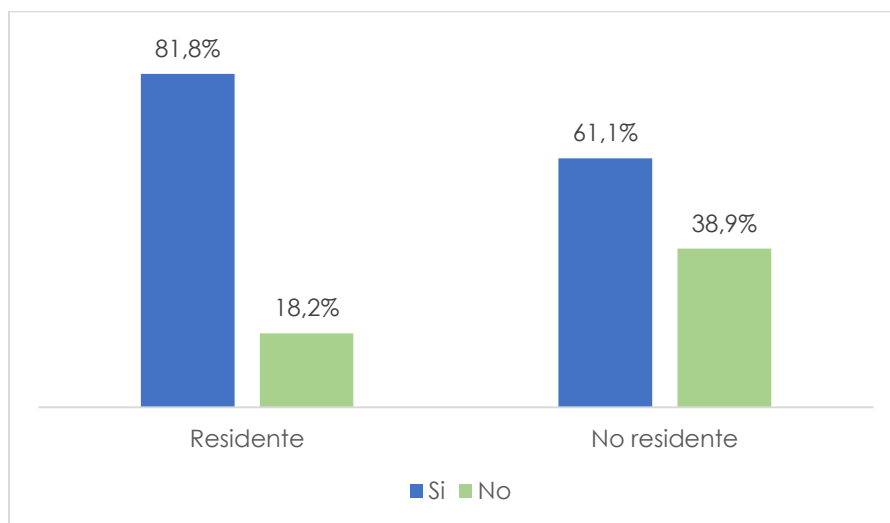
Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DE LOS ASISTENTES

Además de la información y análisis que este documento ofrece sobre la caracterización de las distintas actividades, gastos y demás atributos del viaje de los turistas, también se ofrece información sobre la satisfacción en general de los encuestados al evento ARTBO 2018.

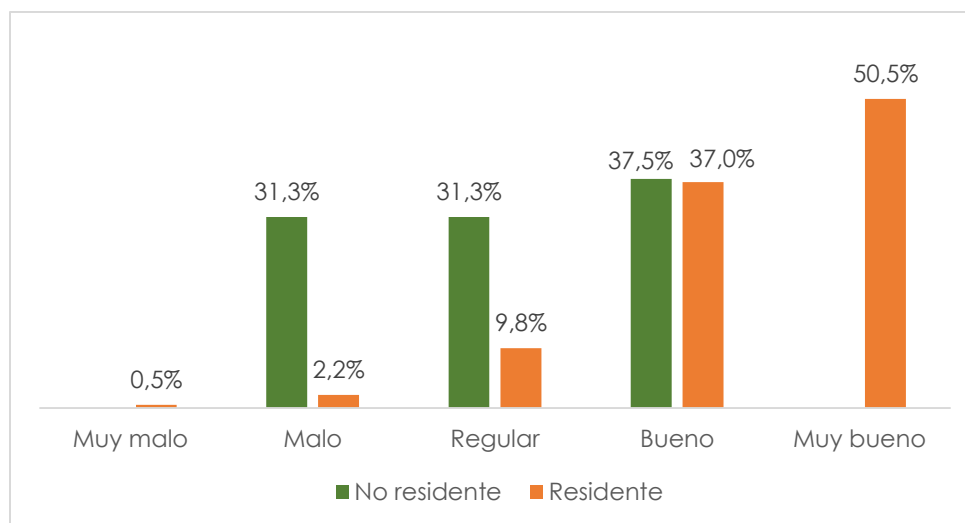
Vale la pena resaltar que más del 50% de los encuestados han asistido a otras versiones anteriores de la ARTBO. Esto evidencia, por un lado, que los encuestados muestran gran interés por el arte que es allí expuesto y lo hace un público conocedor del tema; y por otro lado, la importancia que tiene la feria de arte plástico más importante del país a nivel nacional e internacional.

Figura 14. Asistencia a anteriores versiones de ARTBO



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Figura 15. Calificación general de la feria



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

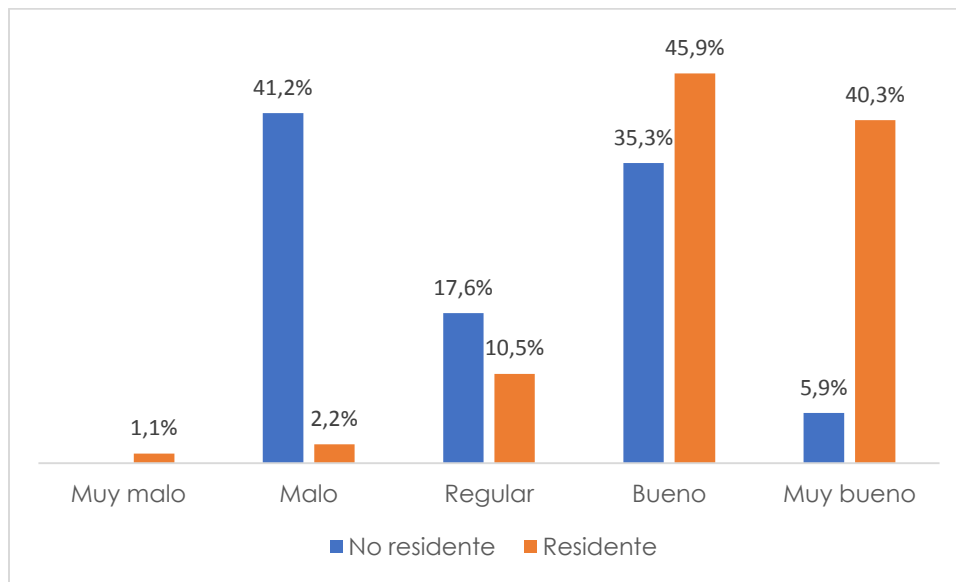
Sobre la calificación general, resalta la otorgada por los residentes. En otras mediciones de eventos que realiza el IDT, las calificaciones generales de los residentes son en la mayoría de los casos más baja que la de los no residentes; por esto, resulta peculiar dicha calificación. En cuanto a los no residentes, la calificación promedio fue de regular.

A continuación, se ofrecen cifras de satisfacción en cuatro grandes temáticas o aspectos fundamentales de la feria. Lo anterior, con el fin de evaluar de forma individual cada aspecto. Estas temáticas están relacionadas con: aspectos de logística y calidad del servicio, el mercado de arte y las plataformas de exposición, la promoción y publicidad del evento, y con la percepción de ciudad de los encuestados.

a. Aspectos relacionados con la logística y calidad del servicio en el evento

En este punto, se evalúa todo lo relacionado con la organización y distribución de las plataformas de exhibición. La calificación promedio otorgada por los residentes en todo lo relacionado con estos aspectos es “buena”. Mientras que, para los no residentes, la calificación promedio fue “regular”.

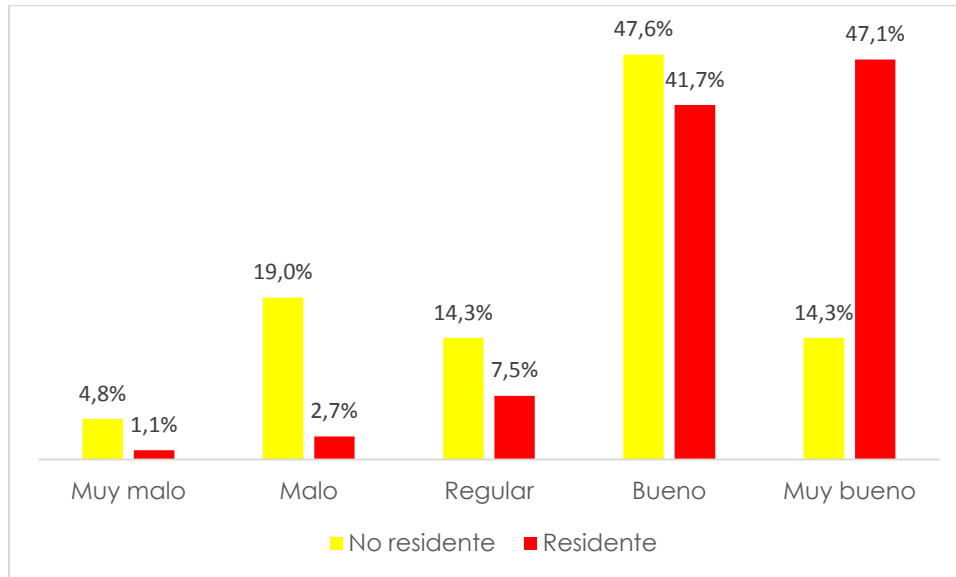
Figura 16. Horarios de la feria



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Sobre los horarios en que la feria tuvo abiertas sus puertas. Recibió una baja calificación por parte de los no residentes. Debido a que los días viernes y sábado, el horario de apertura era a las 10am y de cierre a las 8pm, mientras que el domingo, el horario de apertura era a las 11am y de cierre a las 6pm. Estas tres horas de diferencia afecta a los no residentes debido al costo de oportunidad que supone hacer otras actividades el domingo.

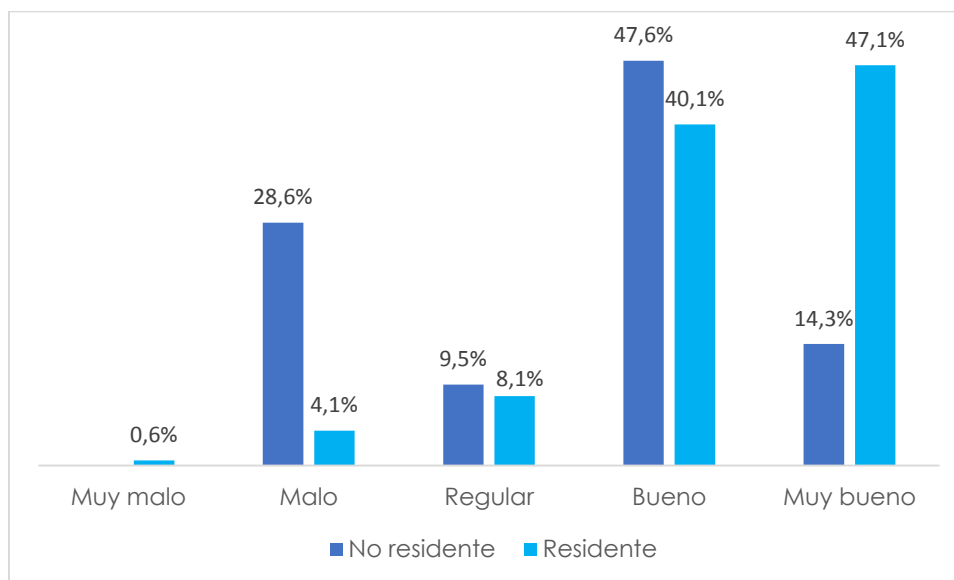
Figura 17. Diseño de los circuitos



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

El diseño de los circuitos recibió muy buenas calificaciones. Explicadas principalmente por las distancias reducidas entre las galerías y exposiciones de cada uno de los circuitos y los tiempos razonables para recorrer cada circuito.

Figura 18. Transporte en los circuitos



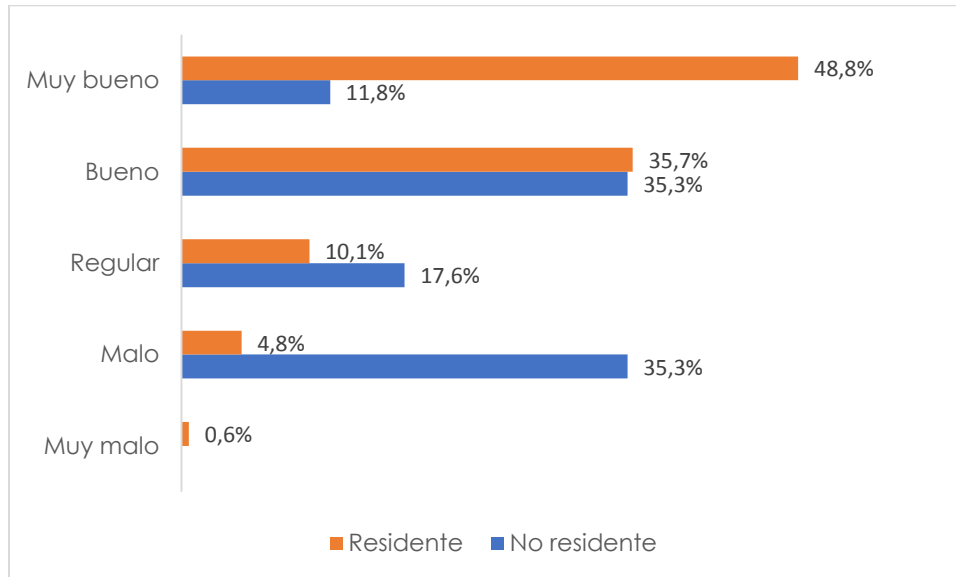
Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Lo anterior está relacionado con la calificación que recibió la oferta de transporte en los circuitos. En tres circuitos diseñados se ofreció servicio de transporte en bus de forma gratuita y el distrito, a través del Instituto Distrital de Recreación y Deportes- IDRDR, dispuso del préstamo gratuito de bicicletas para recorrer los circuitos e incentivar el bici- turismo.

b. Aspectos relacionados con el mercado de arte y las plataformas de exhibición

En este aspecto, se evalúa todo lo relacionado con la oferta de productos y cada uno de los circuitos dispuestos para la feria. La calificación promedio en todo lo relacionado con estos aspectos es buena. En general tuvo mejor calificación los circuitos en sí mismos que los otros tipos de productos y actividades realizadas durante la feria.

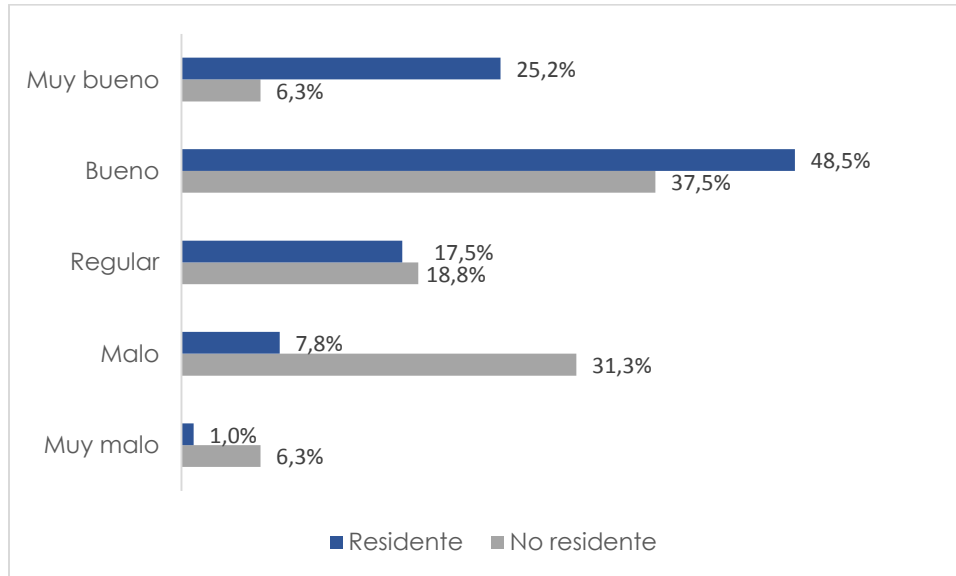
Figura 19. Circuito Chapinero - Norte



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

El circuito Chapinero- Norte fue el mejor calificado de los tres. Estaba formado por dos rutas con un total de 15 sitios de exhibición. Contó con su propia ruta de transporte en bus de forma gratuita y dos puntos para el préstamo de bicicletas del IDR.

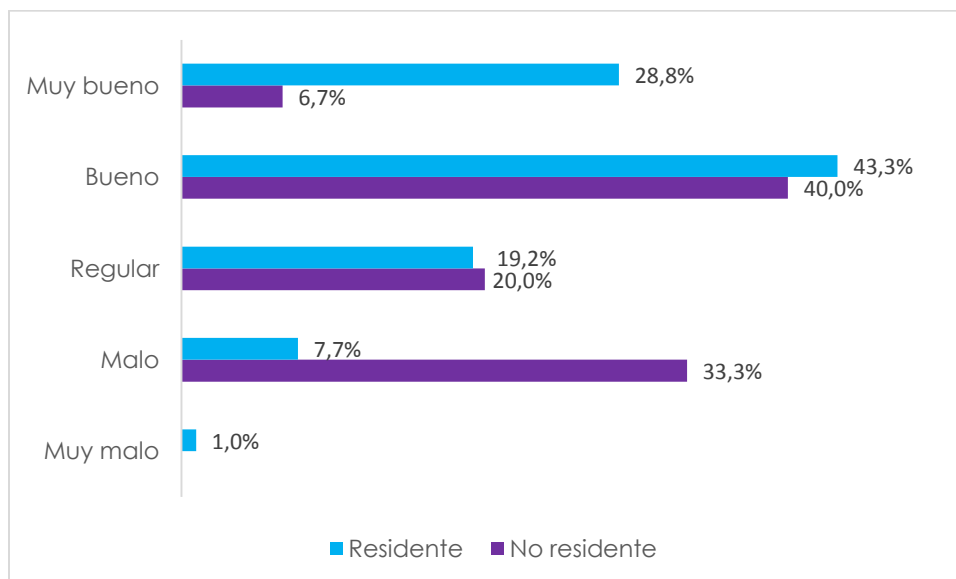
Figura 20. Circuito Macarena- Centro



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

El circuito Macarena- Centro estaba formado por tres rutas y 22 sitios de exposición. Contó con su propia ruta de transporte en bus de forma gratuita y dos puntos para el préstamo de bicicletas del IDRD.

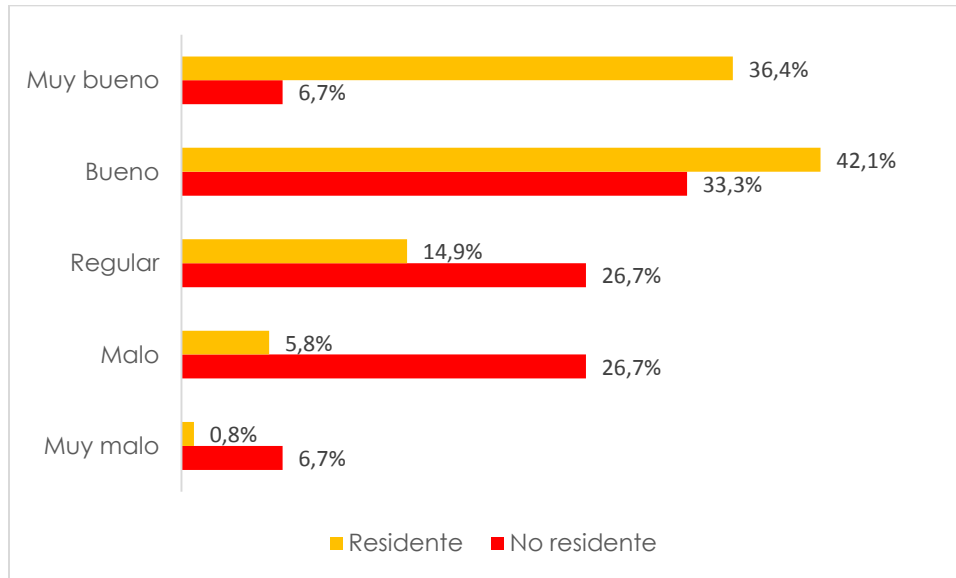
Figura 21. Circuito San Felipe



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

El circuito San Felipe estaba formado por una ruta y 19 sitios de exposición. Contó con su propia ruta de transporte en bus de forma gratuita y un punto para el préstamo de bicicletas del IDR. Fue la ruta más larga de todos los circuitos.

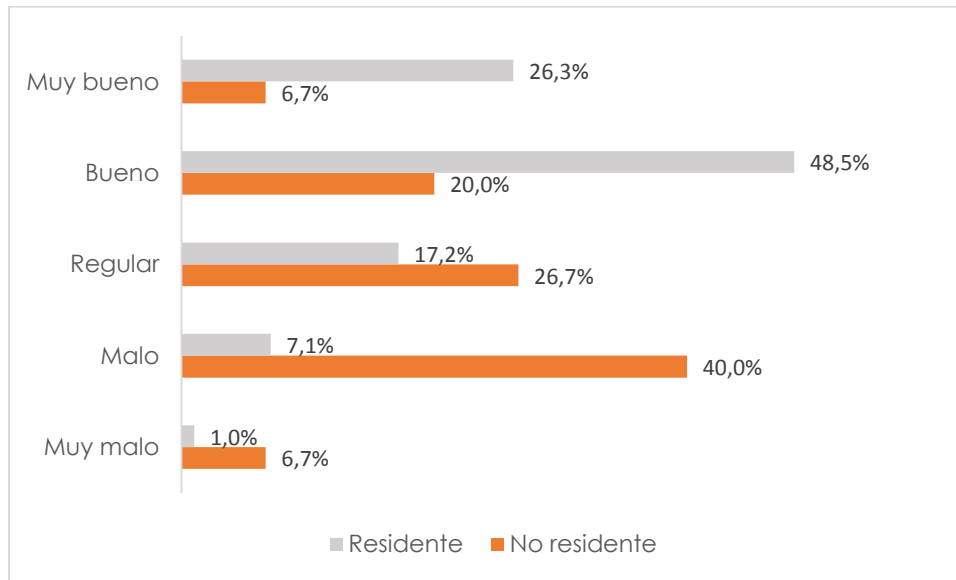
Figura 22. Monumento a los Héroes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

En el Monumento a los héroes se ofrecieron experiencias interactivas que dieron forma y contenido a la exposición. Con una combinación entre arte y tecnología se diseñó una experiencia única para todos los espectadores. En promedio los encuestados calificaron de “buena” la propuesta hecha en ARTBO para el Monumento a los Héroes.

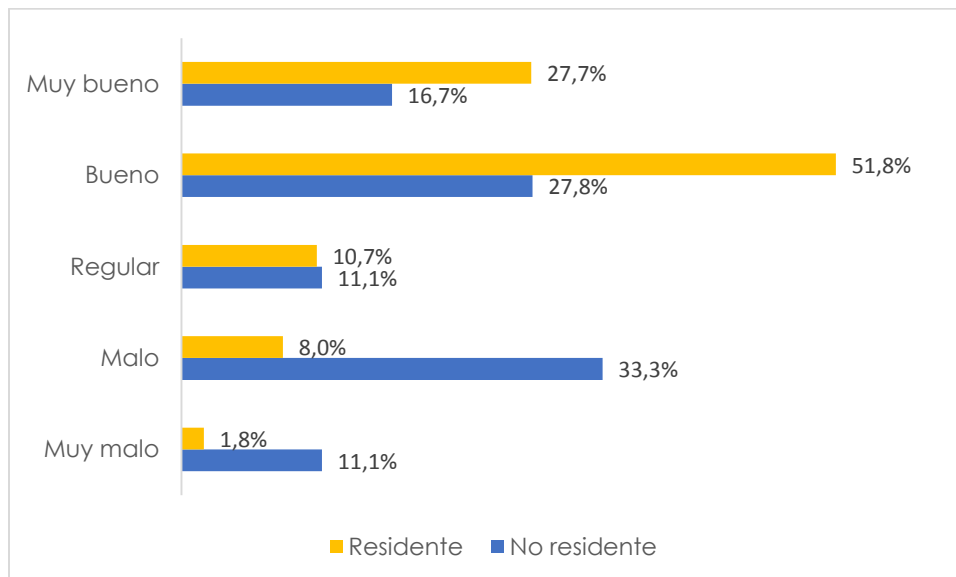
Figura 23. Torre Colpatria



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Entre las dos intervenciones – proyecto de ciudad realizada (Monumento a los Héroes y Torre Colpatria), fue esta última la que recibió mejores calificaciones por las personas encuestadas. Allí se mostraron varias obras a través del sistema de iluminación de fachada de la Torre.

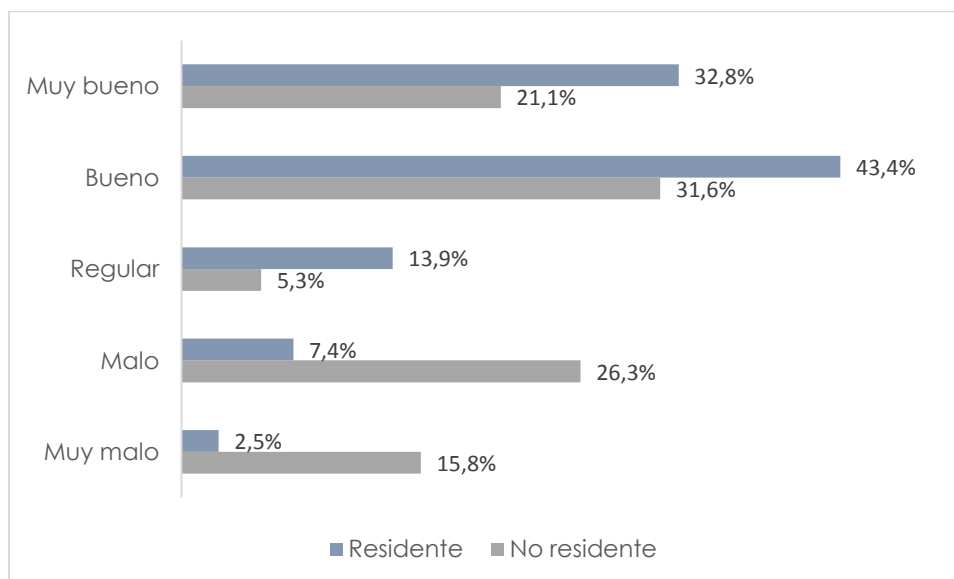
Figura 24. Foro Al filo de las limitaciones



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Respecto al foro *Al filo de las limitaciones*, dirigido por Ana Sokoloff, especialista en arte latinoamericano. En promedio su calificación fue “bueno”, aunque un número significativo de los no residentes (33,3%) lo calificó de “malo”.

Figura 25. Catálogo de nuevos coleccionistas



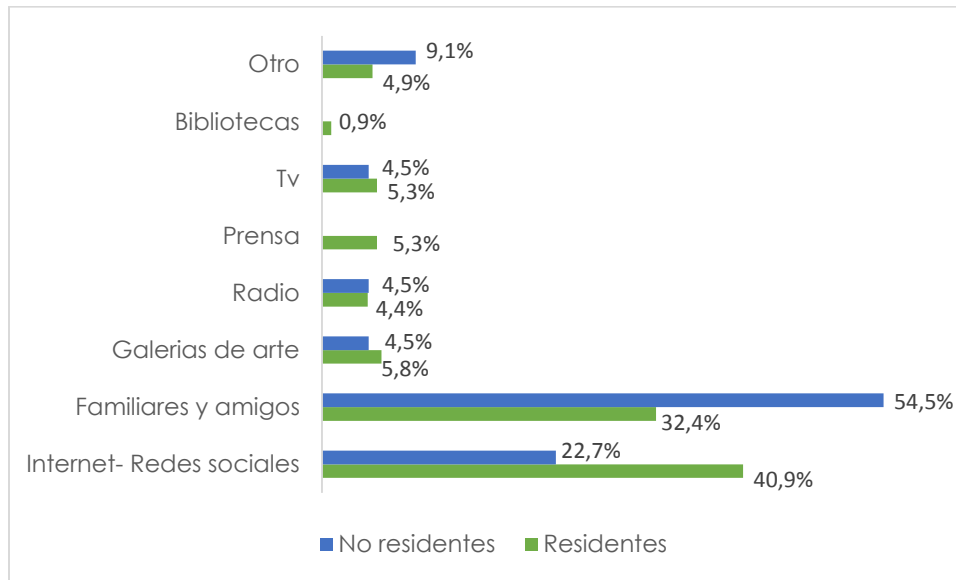
Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

El catálogo de nuevos coleccionistas recopilaba una selección de obras cuyo valor oscilaba entre \$500.000 pesos y \$5.000.000. El propósito de este catálogo era acercar al público al mercado del arte e incentivar la actividad en este mercado. En general tuvo muy buenas calificaciones debido a la calidad de las obras seleccionadas y al precio relativamente accesible de las obras.

c. Aspectos relacionados con la promoción del evento

En este aspecto, se evalúa todo lo relacionado con la promoción y difusión de publicidad sobre la feria. Hay dos factores a resaltar: lo primero, el efecto difusión en los no residentes. Por lo anterior, los asistentes a la feria se enteraron principalmente por familiares y amigos, se entiende que fueron los que se encargaron de hacer la difusión del evento.

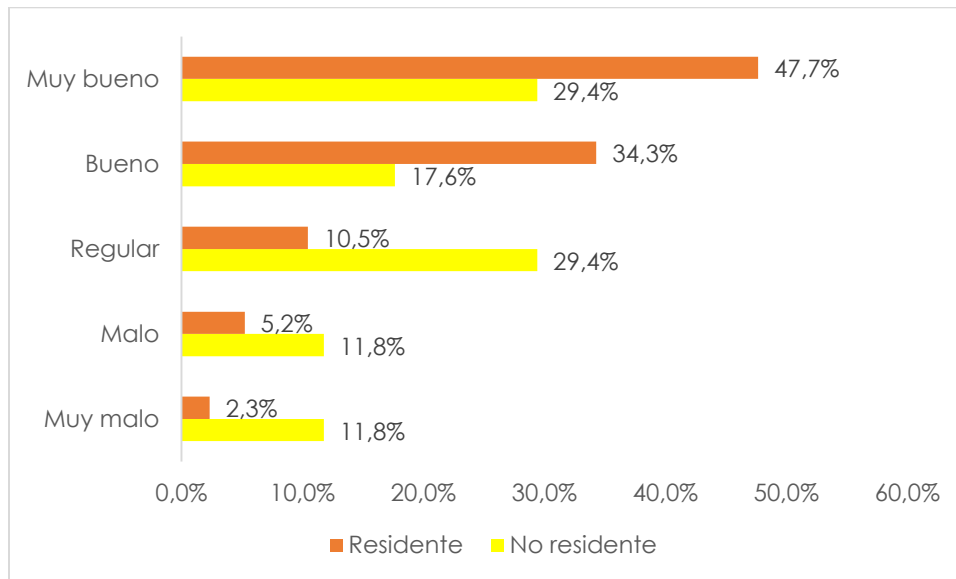
Figura 26. Cómo se enteró de la feria



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

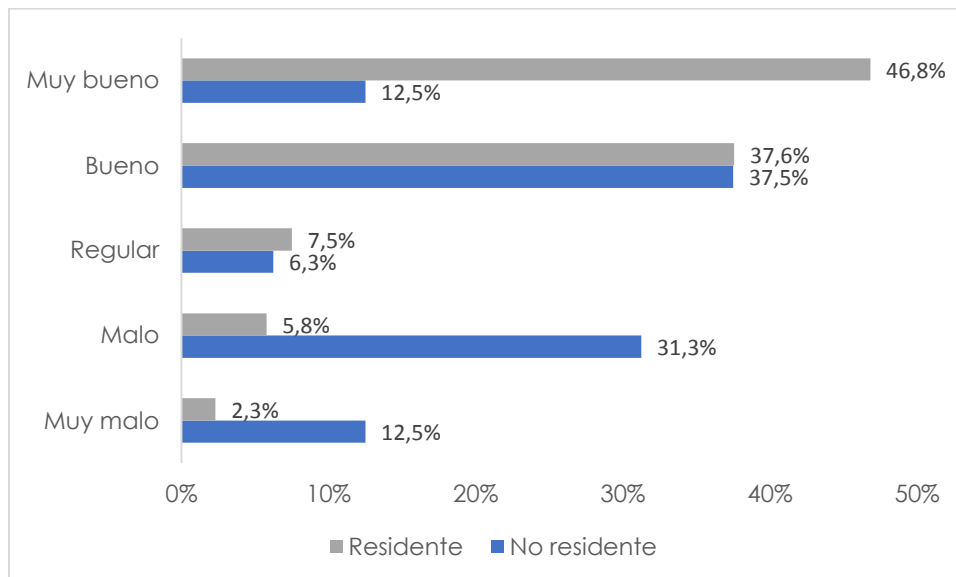
En segundo lugar, resaltar la bondad de las redes sociales y uso de internet para promocionar la feria. Principalmente, fueron los residentes quienes mayor provecho sacaron de las redes sociales y el sitio web de ARTBO para conocer toda la programación, circuitos y aspectos generales de la feria.

Figura 27. Presencia en redes sociales



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Figura 28. Sitio web

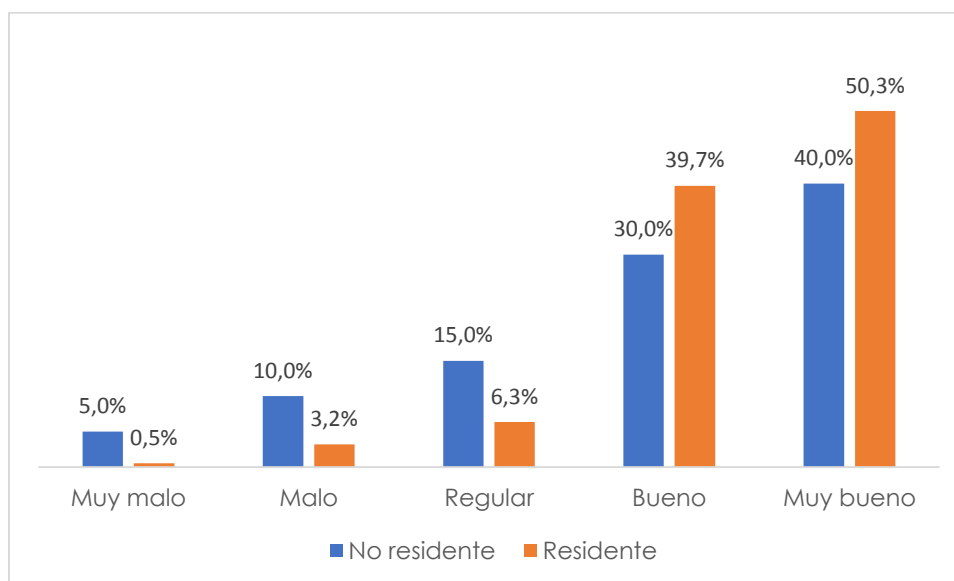


Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

d. Aspectos relacionados con la percepción de ciudad

En este punto, se evalúa todo lo relacionado con distintos aspectos de ciudad y las impresiones que dejó en los encuestados a la feria. En promedio la ciudad tiene una calificación de “bueno”. Esto se debe a la forma en cómo se diseñaron los circuitos, las facilidades de transportes, las rutas y en general la logística de la feria.

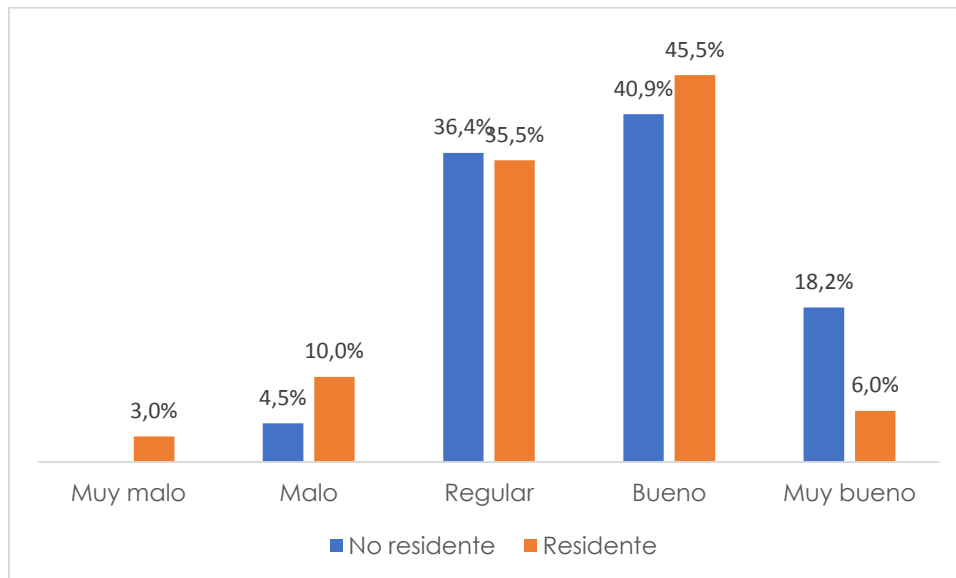
Figura 29. Bogotá destino cultural y de negocios



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Se resalta a la ciudad como un destino propicio para hacer negocios y un destino cultural importante. En promedio la calificación fue de “excelente”. Es poco usual la calificación de los residentes, dado que, en este aspecto, generalmente es calificado por debajo de la calificación de los no residentes. Sin embargo, la ARTBO ha logrado mostrar lo mejor de la ciudad y cambiado, al menos para este evento, la percepción de la ciudad en este aspecto.

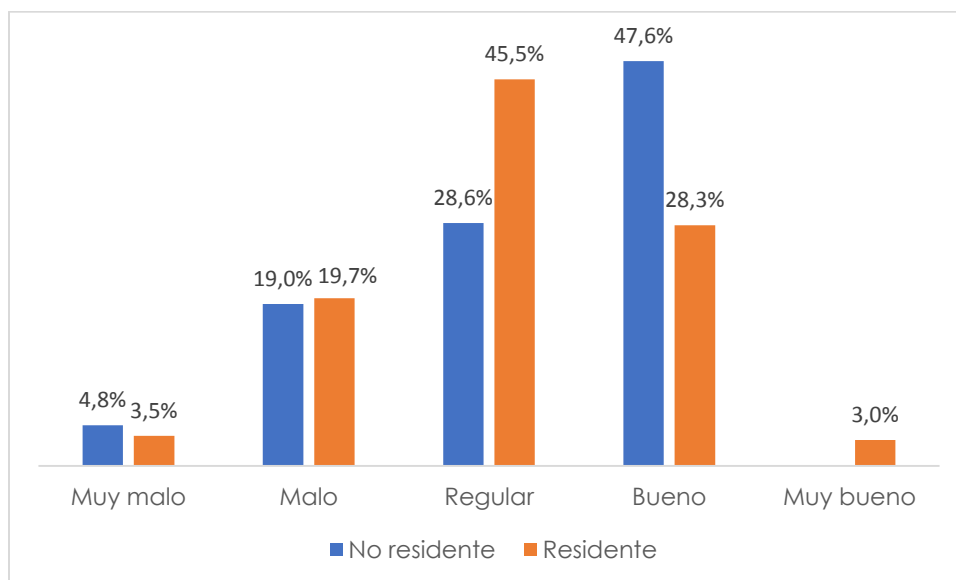
Figura 30. Limpieza en la ciudad



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

En cuanto a la limpieza en la ciudad, la calificación promedio fue de “buena”.

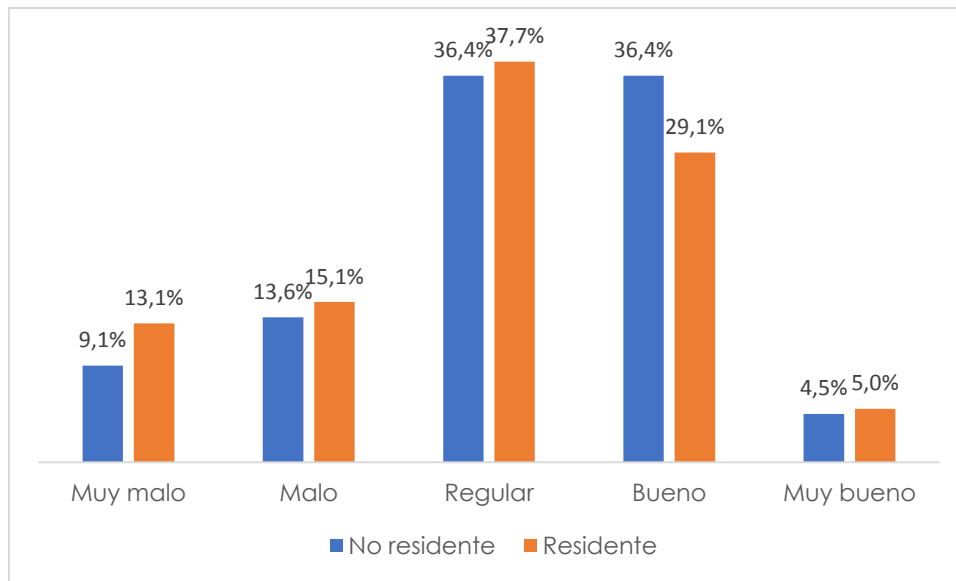
Figura 31. Ventas ambulantes



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

Sobre el manejo de las ventas ambulantes, fueron los no residentes los que mejor calificaron este aspecto. Esto puede ser explicado por la política dirigida a la recuperación del espacio público que ha adelantada la administración distrital.

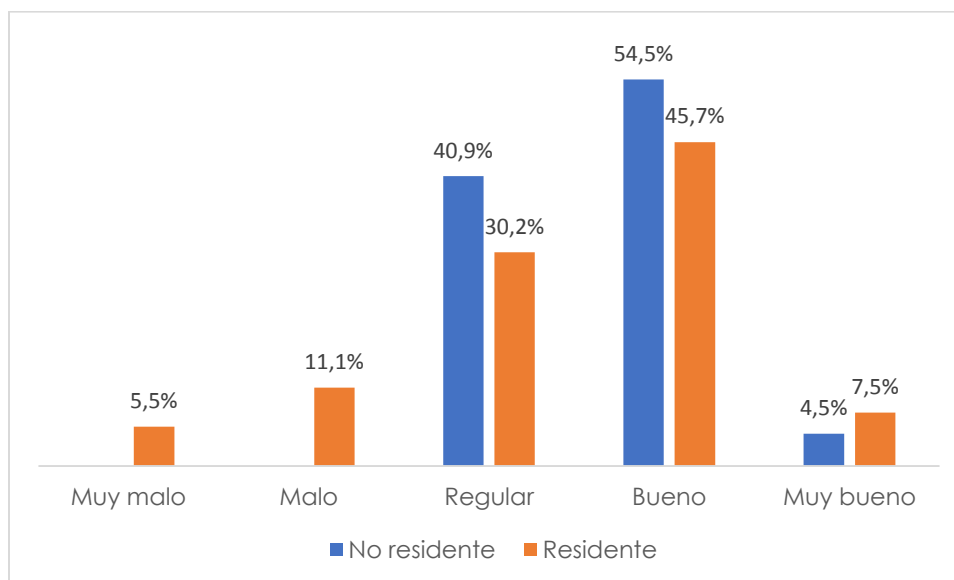
Figura 32. Movilidad



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

En relación con la movilidad en la ciudad, la calificación promedio fue de “regular”. A pesar de todo el dispositivo diseñado en términos de logística para el transporte en cada uno de los circuitos diseñados, la movilidad sigue siendo un problema fundamental en la ciudad.

Figura 33. Cultura ciudadana

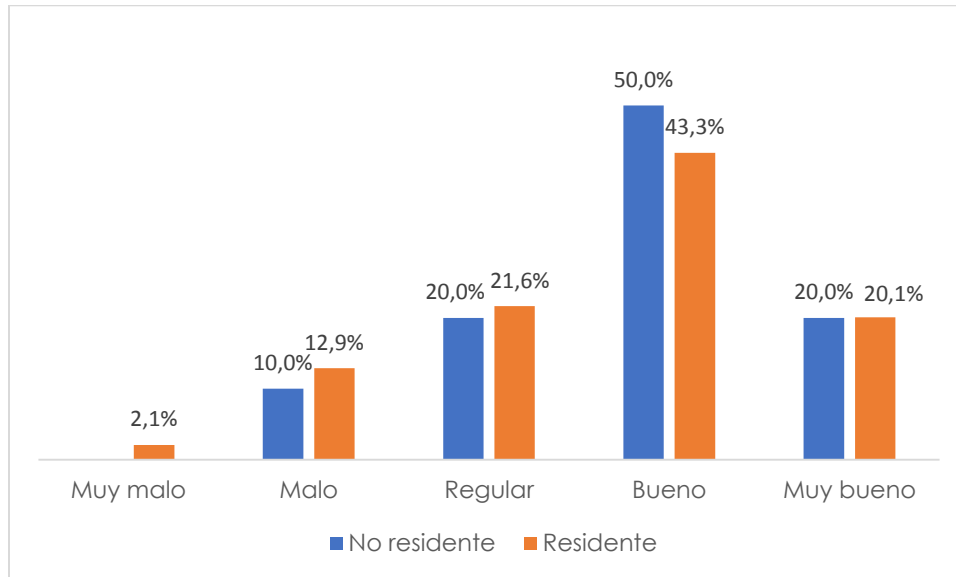


Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

En cuanto a lo relacionado con la cultura ciudadana, la calificación promedio fue de “buena”. Esto puede explicarse por el tipo de evento que ARTBO. Una feria de arte en sí misma exige un comportamiento contemplativo y gran disposición por apreciar el arte exhibido. Por tal razón, este aspecto recibe buena calificación.

Por otro lado, la información turística recibió una calificación promedio de “buena”. Con el apoyo del distrito, ARTBO mostró la faceta turística de la ciudad y evidenció varios de los mejores aspectos de la ciudad: el arte, el bici- turismo, lugares de la ciudad reconocidos por su atractivo y una cultura de arte y turismo.

Figura 34. Información turística



Fuente: Instituto Distrital de Turismo-IDT, 2018

CONCLUSIONES

- En general, las personas encuestadas fueron principalmente residentes de la ciudad de Bogotá.
- Había una expectativa positiva de compra durante la feria en los encuestados.
- Al menos el 50% de los encuestados había asistido a versiones anteriores de la feria.
- Hubo una gran recepción por los encuestados por el diseño de los circuitos y los medios de transporte ofrecidos para las distintas rutas.
- Los turistas se hospedaron principalmente en la casa de familiares y amigos.
- En general, la disposición de los turistas por hacer otro tipo de actividades era alta. Principalmente para hacer compras, recorridos en la ciudad, disfrutar de la vida nocturna, gastronomía, entre otros.
- El promedio de gasto en cada subpoblación estaba por encima de los \$300.000 pesos.
- El efecto difusión entre las personas y de internet (redes sociales y sitio web) es fundamental para hacer promoción del evento.
- Según las cifras de satisfacción, el ARTBO logró cumplir con las expectativas de los encuestados.