

ONE YOUNG WORLD 2017-BOGOTÁ

Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

JOSÉ ANDRÉS DUARTE GARCÍA
Director General
Instituto Distrital de Turismo

GABRIEL EDUARDO MORENO VELOZA
Asesor

Investigación:

MAURICIO HERNÁN ACOSTA
Coordinador

LEIDY CATALINA GONZÁLEZ
Estadística

DEYNA NATHALY CUBILLOS
Economista

En colaboración con:

Buró de Convenciones de Bogotá y Cundinamarca

Contacto:
Instituto Distrital de Turismo
www.bogotaturismo.gov.co

Bogotá, octubre 2017

Resultados Encuesta

One Young World es la cumbre de jóvenes regionales y locales más importante a nivel mundial. Esta iniciativa nace de una entidad sin ánimo de lucro con sede en Reino Unido y reúne anualmente a líderes entre 18 y 30 años de edad, procedentes de 194 países. Dentro de los participantes se encuentran talentosos jóvenes que han desarrollado proyectos de alto impacto, en diferentes sectores, para los países que representan.

Esta cumbre cuenta con la participación de ex jefes de Estado, ganadores de premios Nobel, reconocidos científicos, economistas, CEOs de importantes cadenas multinacionales, entre otros, que están presentes para escuchar y guiar a los más de 1.000 jóvenes que asisten.

La magnitud del evento permite cumplir el sueño y la misión de miles de jóvenes que piensan en la construcción de un nuevo mundo, especialmente para las generaciones futuras, pues es el espacio indicado para que las voces de cada uno de ellos, unidas y desde su pensamiento individual puedan hacer eco, materializando las ideas que pueden hacer posible la transformación del mundo.

En el año 2017, gracias a la postulación que realizó el Bureau de Convenciones de Bogotá y Cundinamarca, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá se hizo posible que la capital fuera la anfitriona de OYW, evento que se realizó del 4 al 7 de octubre. La ciudad, aprovechó esta oportunidad única de recibir a miles de jóvenes asistentes a la cumbre y los reunió en el centro de convenciones Ágora, en donde se dieron a conocer experiencias de otros lugares, culturas y pensamientos que fueron y serán aplicados para la construcción de un nuevo mundo.

La organización de OYW 2017 reconoció que Bogotá promueve una gran cantidad de espacios juveniles y escenarios de participación juvenil por lo que One Young World 2017 permitiría poner en la agenda pública que la juventud de Colombia y Latinoamérica es una población a la que vale la pena seguir invirtiendo.



CONTENIDO

CONTEXTO GENERAL ONE YOUNG WORLD 2017	5
CONCEPTOS BÁSICOS	7
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	8
METODOLOGÍA.....	8
RESULTADOS	9
Residentes.....	11
Caracterización de residentes asistentes a la cumbre.....	11
Turistas.....	12
Caracterización de turistas asistentes a la cumbre.	12
CONCLUSIONES	19
BIBLIOGRAFÍA	21
ANEXO 1. Formulario One Young World 2017	23
ANEXO 2. Coeficientes de variación, principales variables	24

CONTEXTO GENERAL ONE YOUNG WORLD 2017

One Young World nació en el año 2009 con el fin de crear un espacio donde los mensajes de los jóvenes fueran escuchados y amplificados para generar un verdadero cambio en el mundo. Esta idea surgió cuando Kate Robertson y David Jones, quienes hacían parte de la campaña de Kofi Annan para crear conciencia sobre el cambio climático, notaron que las decisiones más importantes del mundo se estaban tomando sin contar con la representación de los jóvenes. La Cumbre aborda las principales problemáticas que se presentan en el mundo, las cuales son categorizadas en las siguientes tipologías: educación, negocios globales, derechos humanos, liderazgo y gobierno, paz y conflicto y desarrollo sostenible.

En la actualidad, OYW es el evento más importante en términos de internacionalización en llegar a Latinoamérica después de los Juegos Olímpicos. El año pasado, en la cumbre en Ottawa, se generaron más de 100 horas de contenido. Desde 2009, más de 591.980 personas en el mundo han recibido capacitaciones y entrenamientos por proyectos desarrollados por embajadores y 14.6 millones de personas han sido impactadas positivamente por iniciativas de los embajadores de OYW. Además, es la organización que más empresas reúne en el mundo.

Para esta versión, París, Belgrado y La Haya, compitieron con Bogotá para ser escogidos como sede en 2017 pero gracias a la gestión que se viene realizando como parte de la estrategia de mercadeo de ciudad para atraer eventos de talla mundial, la capital colombiana fue la primera ciudad en América Latina en albergar el evento de jóvenes líderes más importante del mundo y se encargó de congregar a miles de jóvenes que buscan analizar e impulsar cambios globales en temas como paz y seguridad, medio ambiente, educación, liderazgo y gobierno, y disminución de pobreza.

La cumbre busca seguir con el posicionamiento de Bogotá como un epicentro de grandes eventos de talla mundial. Al respecto, el Secretario de Gobierno, Miguel Uribe, destacó que: "One Young World es una oportunidad para visibilizar la transformación de Bogotá, la ciudad que se está construyendo y lo que va a ser en un futuro. Será, además, el escenario para promover y potenciar nuevos liderazgos de nuestra ciudad" (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017).

Durante los días de realización del evento, el Instituto Distrital de Turismo, a través del Observatorio de Turismo y Observatorio de Desarrollo Económico, lideraron la

Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

caracterización de los asistentes a la Cumbre mediante una encuesta probabilística aplicada en la clausura del evento realizada en el Parque Simón Bolívar, que permitió establecer el tipo de personas que asistieron y su percepción y conocimiento sobre el evento. En este documento se exponen los resultados encontrados en dicho proceso, para brindar cifras confiables a la ciudad sobre el impacto del evento y como fuente para identificar fortalezas y aspectos destacables del mismo.

CONCEPTOS BÁSICOS

Viaje/viajero: El término viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración (Naciones Unidas, 2008, párrafo 2.4).

Visitante: un visitante es 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).

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Objetivo

Caracterizar a los asistentes al One Young World Bogotá 2017.

Objetivos específicos

- Determinar lugares de alojamiento, motivación de viaje y otras actividades realizadas en Bogotá.
- Identificar el nivel de satisfacción de los asistentes, relacionada con la organización del evento.

METODOLOGÍA

Se realizó un estudio con encuestas por muestreo probabilístico y diseño aleatorio simple. El tamaño de muestra fue de 165 encuestas (tamaño de la muestra calculado para la proporción conocida de turistas de $p=0.86$, según registro oficial de asistentes).

El universo y población objetivo fueron los 1.500 asistentes al evento One Young World Bogotá 2017, residentes o no residentes de la ciudad de Bogotá y las unidades estadísticas y de observación fueron los jóvenes asistentes al evento One Young World Bogotá 2017.

Estas encuestas fueron lideradas por el equipo de investigaciones de oferta del Observatorio de Turismo de Bogotá, contando con un coordinador de campo, un supervisor de campo, con apoyo de una estadística, y 10 encuestadores de los cuales 5 eran bilingües, por lo que, trabajaron en parejas con una asignación de 40 encuestas por pareja. El operativo se llevó a cabo el 7 de octubre e inició a las 8:00 p.m. y culminó a las 11:00 p.m.

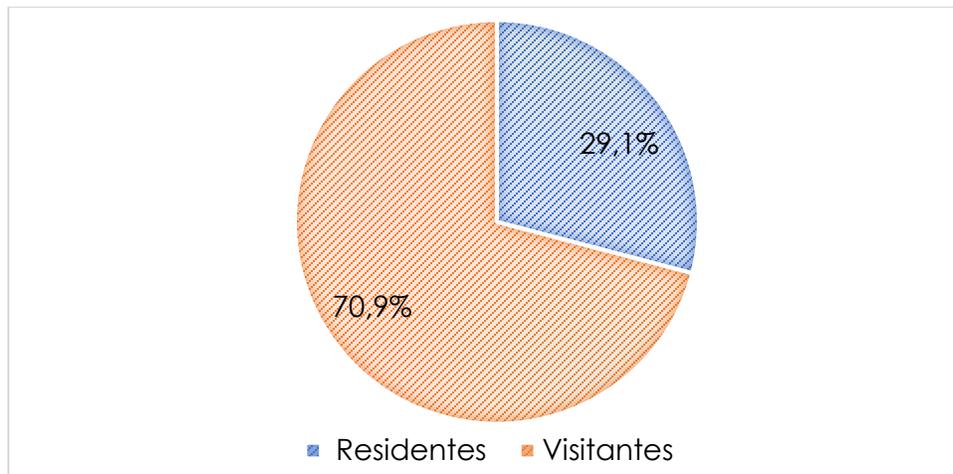
Gran parte del evento se llevó a cabo en Ágora, excepto la apertura, que fue en la plaza de Bolívar y el cierre, que fue en el parque Simón Bolívar. El operativo se realizó en la cena de clausura, teniendo en cuenta que era el momento donde estaban reunidos los 1500 asistentes, que provenían de los diferentes países.

Las encuestas fueron aplicadas a través de un formato impreso en dos idiomas, que incluía 16 preguntas, abordando temas de identificación del perfil del asistente (lugar de residencia, edad y género), características adicionales del visitante (alojamiento, motivación de viaje, actividades realizadas) y temas generales sobre la cumbre (asistencia, calificación, forma de conocimiento, gasto, entre otros). El cuestionario se presenta como anexo.

RESULTADOS

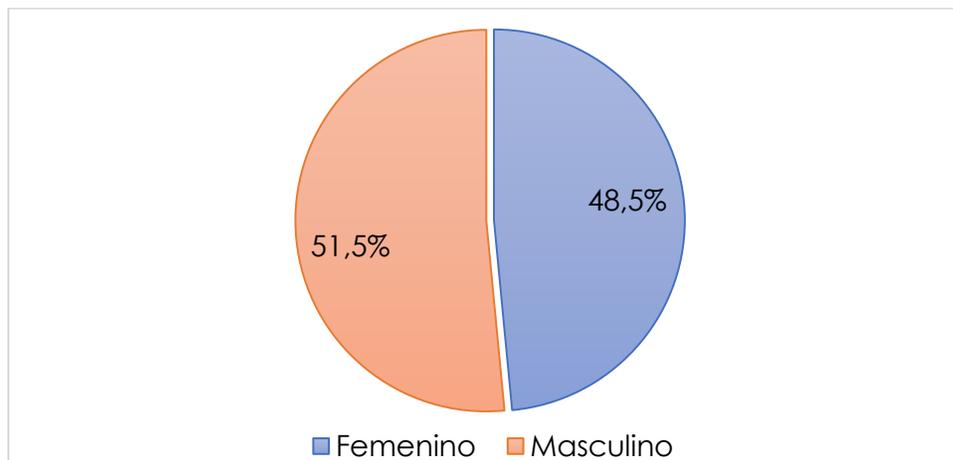
Durante el One Young World 2017, asistieron un total de 1.500 jóvenes, de los cuales 436 (29,1%) residen en la ciudad de Bogotá y 1.064 (70,9%) afirmaron ser visitantes. Según esto se evidencia que el evento fue atendido principalmente por visitantes tanto nacionales como extranjeros que arribaron a la ciudad de Bogotá para asistir al evento.

Gráfico 1. Total asistentes



De los asistentes encuestados, el 51,5% corresponde al género masculino, mientras que el 48,5% al género femenino.

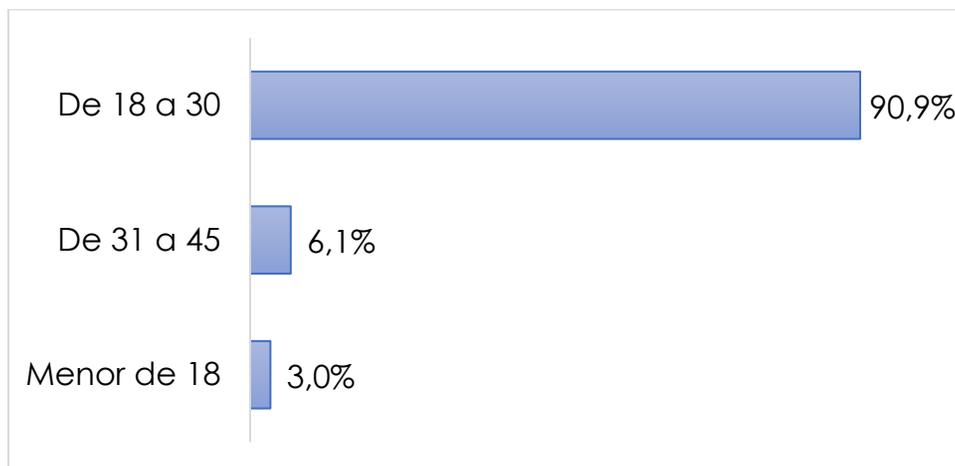
Gráfico 2. Género total asistentes



Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

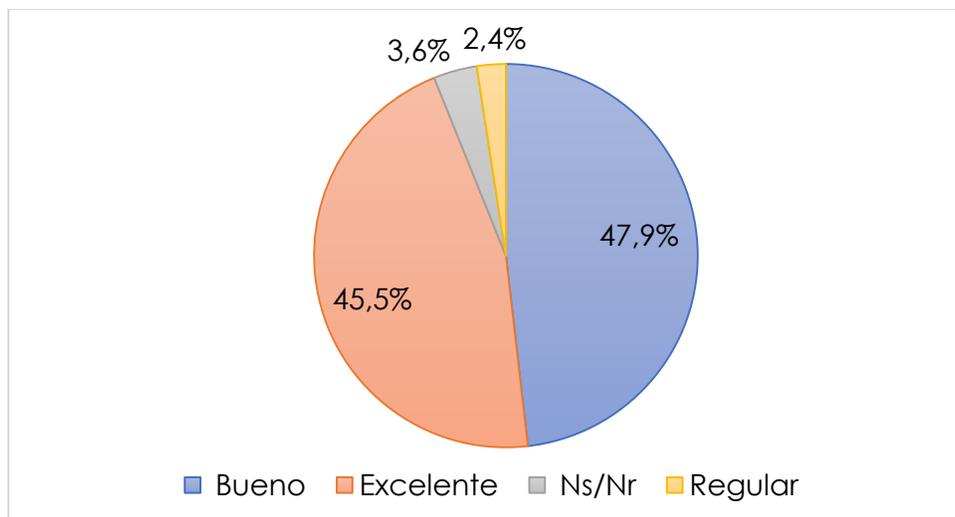
La cumbre recibió asistentes de todas las edades, aunque las personas con rango de edad entre 18 y 30 años tuvieron la mayor participación (90,9%) debido a las características propias y objetivo del evento. Solo el 6,1% de los asistentes correspondía a un rango de edad entre 31 y 45 y el 3,0% a asistentes menores de 18 años.

Gráfico 3. Edad total asistentes



En general, la calificación del evento por parte de los asistentes fue principalmente buena (47,9%) y excelente (45,5%). Sólo el 11,7% lo calificó como regular, lo que demuestra la buena acogida que ha tenido el evento en la ciudad.

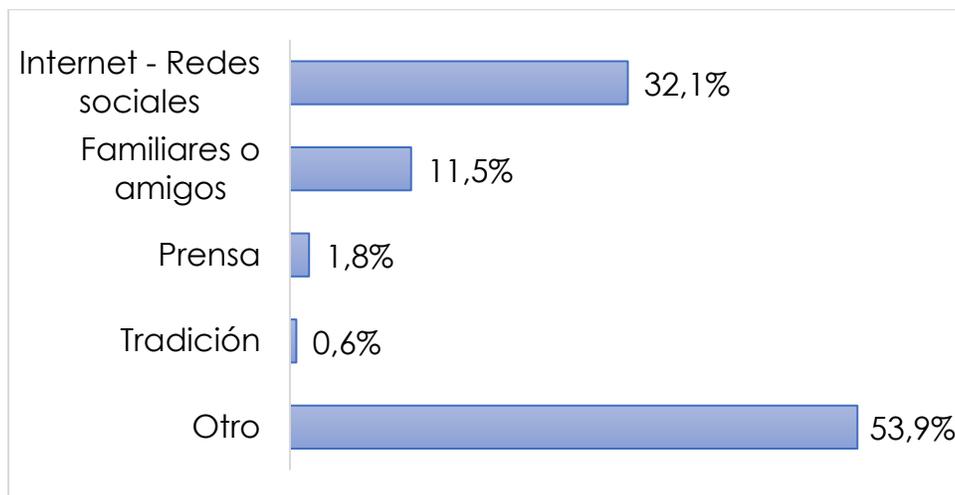
Gráfico 4. Calificación del evento total asistentes



Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

La principal fuente de información y promoción de la cumbre, según los asistentes encuestados, fue internet y redes sociales (32,1%), seguido por familiares o amigos (11,5%), prensa (1,8%) y tradición (0,6%). Sin embargo, es de resaltar que el 53,9% nombró otras fuentes de información como el lugar de trabajo, las universidades y colegios.

Gráfico 5. Fuente de información total asistentes



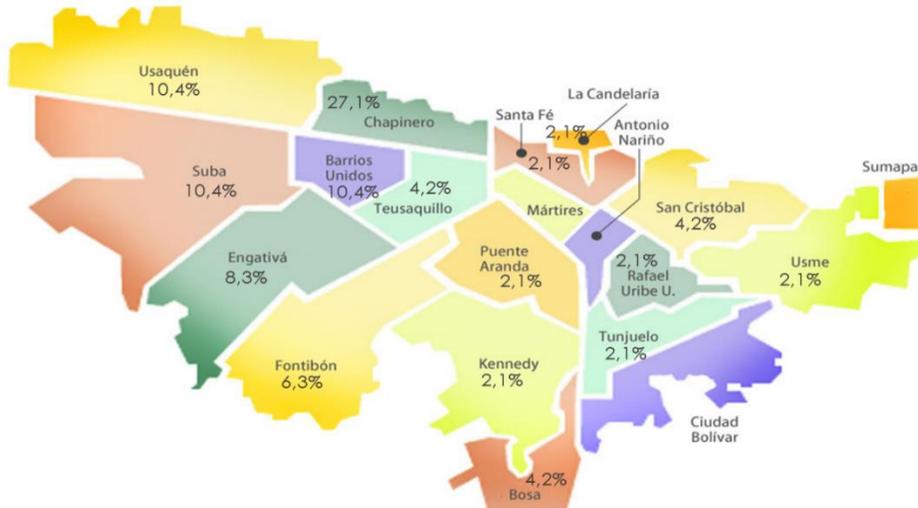
Residentes

Caracterización de residentes asistentes a la cumbre

Al observar el lugar de residencia habitual de los asistentes encuestados que afirmaron ser residentes de la ciudad, se encuentra mayor participación de los residentes provenientes de las localidades de Chapinero (27,1%), Barrios Unidos (10,4%), Suba (10,4%), Usaquén (10,4%), Engativá (8,3%) y Fontibón (6,3%) abarcando cerca del 73% del total de residentes asistentes.

Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Grafico 6. Localidad - residentes



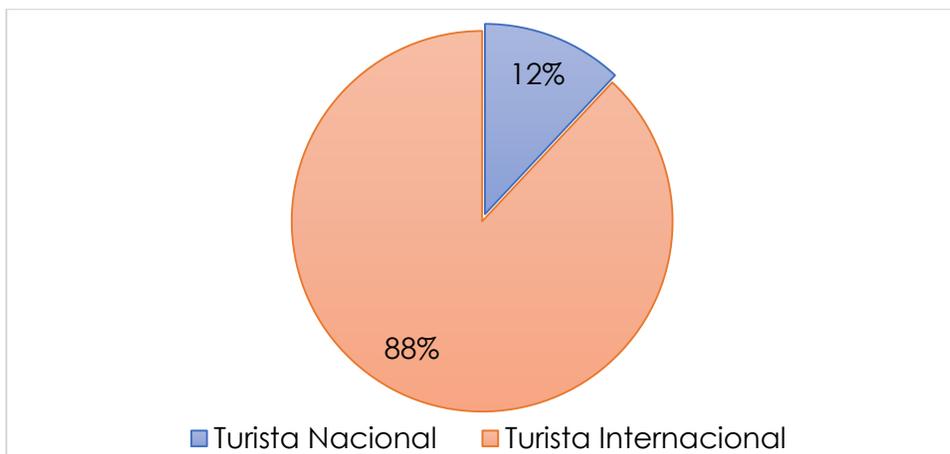
Turistas

Caracterización de turistas asistentes a la cumbre.

El total de los visitantes asistentes a la cumbre (1.064) afirmaron haber pernoctado en la ciudad al menos una noche, por lo que los resultados presentados a continuación se enfocan solo para esta población.

El 88% del total de turistas (937) que asistieron a la cumbre afirmaron que su lugar de residencia habitual es de origen internacional y solo el 12% afirmó ser de origen nacional (127.)

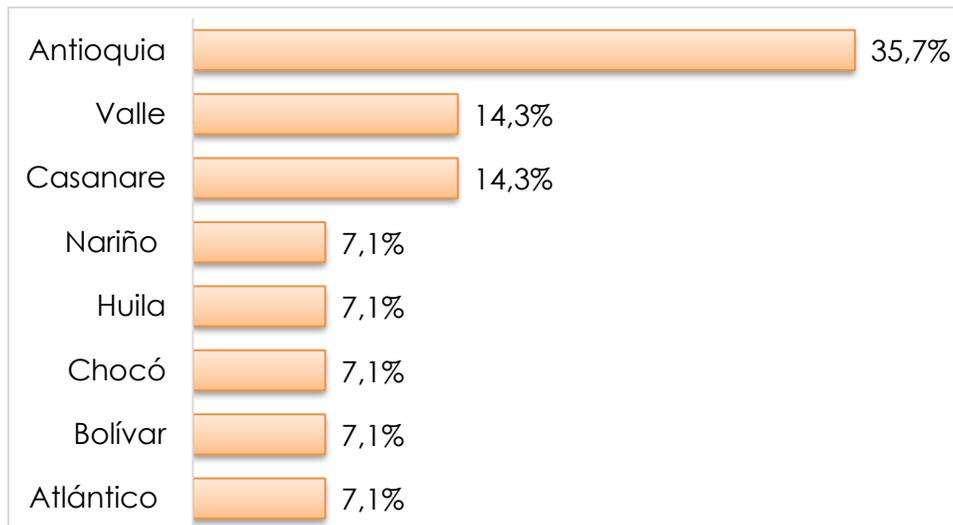
Grafico 7. Total turistas



Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

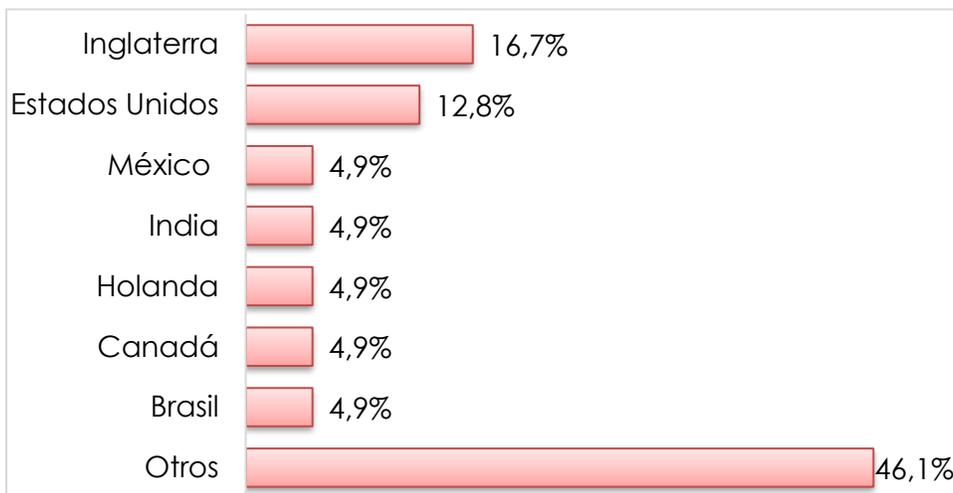
En el caso de los turistas de origen nacional, el 35,7% residen en la región de Antioquia, el 14,3% en Casanare y el 14,3% en Valle. El 35,7% restante residen en las regiones de Atlántico, Bolívar, Chocó, Huila y Nariño, cada una con una participación del 7,1%.

Grafico 8. Región de origen turistas nacionales



En cuanto a los turistas de origen internacional, se observó que los países con mayor participación en la cumbre fueron Inglaterra (16,7%), Estados Unidos (12,8%) y Brasil, Canadá, Holanda, India y México, cada uno con participaciones de 4,9%. Los turistas de estos países representaron cerca del 54% del total de asistentes.

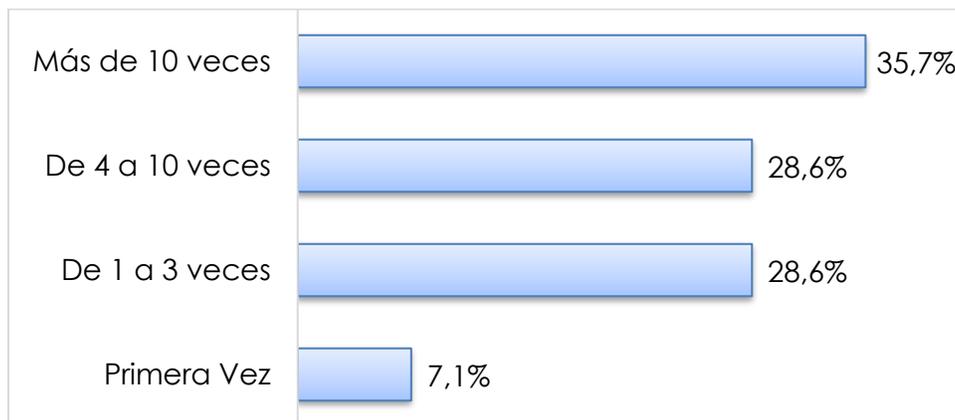
Grafico 9. País de origen turistas internacionales



Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

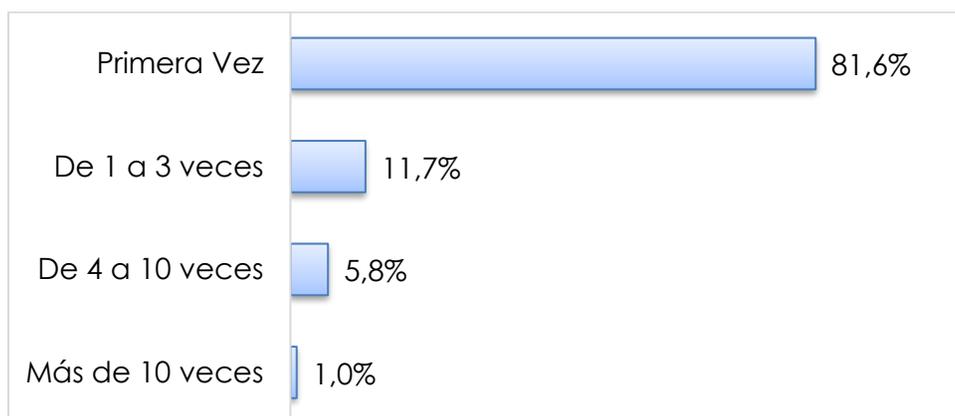
El 35% de los turistas nacionales ha visitado la ciudad más de 10 veces y el 57,1% la ha visitado entre 1 y 10 veces: de 1 a 3 veces (28,6%) y de 4 a 10 veces (28,6%). Para el 7,1% restante era su primera vez en la ciudad.

Grafico 10. Número de visitas a Bogotá turistas nacionales



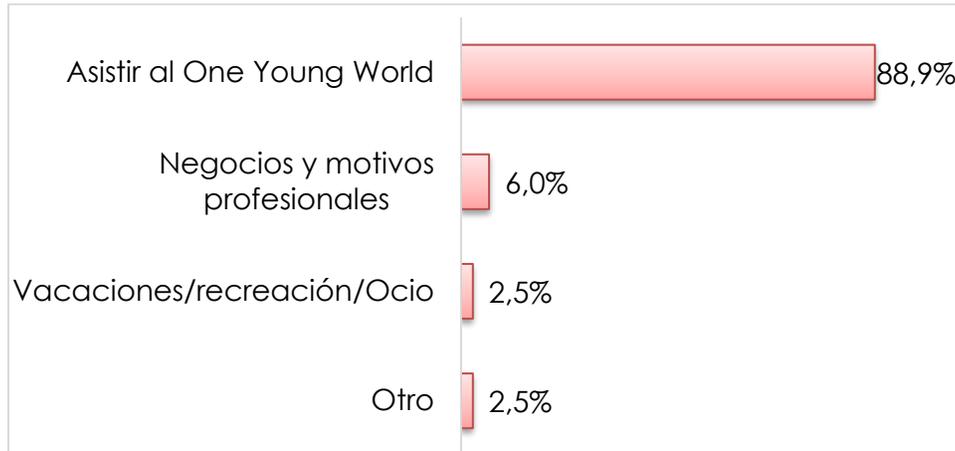
En el caso de los turistas internacionales, una gran mayoría afirmó que era su primera vez en la ciudad de Bogotá (81,6%) y el 11,7% que había visitado la ciudad entre 1 y 3 veces. El 6,8% restante afirmó haber visitado la ciudad entre 4 y 10 veces o más de 10.

Grafico 11. Número de visitas a Bogotá turistas internacionales



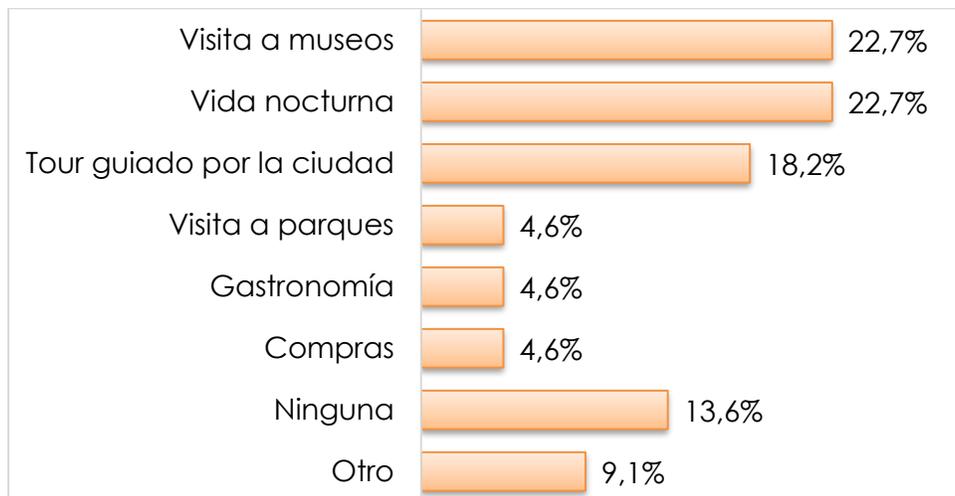
La principal razón o motivo de viaje de los turistas a Bogotá fue asistir al One Young World (88,9%). Los negocios y motivos profesionales (6,0%), las vacaciones, recreación y ocio (2,5%) y otras actividades (2,5) fueron otras razones para el viaje de los turistas a la ciudad.

Grafico 12. Motivo de viaje a Bogotá total turistas



Respecto a otras actividades que realizaron los turistas nacionales durante su estadía en la ciudad fueron principalmente visitas a museos (22,7%), vida nocturna (22,7%), tours guiado por la ciudad (18,2%), visita a parques, gastronomía y compras (4,6%). El 22,7% restante afirmó no haber realizado alguna actividad adicional (13,6%) o haber realizado una actividad diferente (9,1%).

Grafico 13. Otras actividades realizadas en Bogotá turistas nacionales



La vida nocturna (18,4%), visitas a museos (17,5%), tours guiados por la ciudad (16%), gastronomía (15,6%) y compras (8,5%) son en el caso de los turistas internacionales otras actividades que realizaron durante su estadía en la ciudad. El 12,3% realizó

Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

actividades como visitas a parques (4,7%), recorridos de naturaleza (3,3%), paseos en bicicleta (2,4%) y visitas a teatro (1,9%). El 11,8% restante afirmó no haber realizado alguna actividad adicional a haber realizado una actividad diferente.

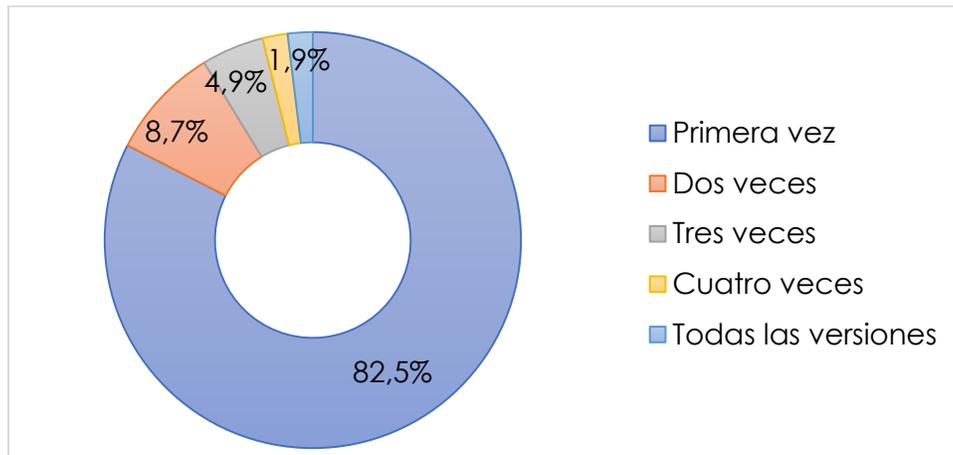
Grafico 14. Otras actividades realizadas en Bogotá turistas internacionales



En general, los turistas asistentes a la cumbre estuvieron en promedio acompañados por 3,4 personas. En este sentido, los turistas nacionales asistieron al evento en promedio con 2,8 personas y los turistas internacionales con 4,1 personas, en promedio.

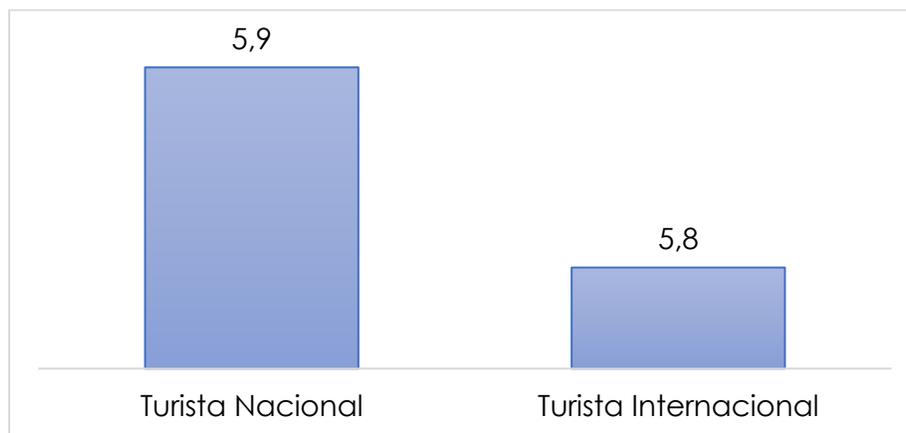
Por otra parte, respecto al número de versiones a las que han asistido, el 100% de los turistas nacionales afirmó que era el OYW 2017 era la primera versión a la que asistía. De igual forma un alto porcentaje de los turistas internacionales (82,5%) afirmó que era la primera versión de la cumbre a la que asistía. El 17,5% restante afirmó haber asistido a dos o más versiones de la cumbre.

Grafico 15. Número de versiones asistidas turistas internacionales



En cuanto al número de noches pernoctadas, en general los turistas durmieron en promedio 5,8 noches. Los turistas nacionales durmieron en promedio 5,9 noches y los turistas internacionales durmieron en promedio 5,8 noches.

Grafico 16. Número promedio de noches pernoctadas



Respecto al lugar de alojamiento, el 71,4% de los turistas nacionales se alojó en, en hoteles y el 28,6% restante en casas de familiares o amigos sin pago establecido. Los hoteles fueron de igual forma, para el caso de los turistas internacionales el principal lugar de alojamiento (92,2%), seguido por casas de familiares o amigos sin pago establecido (3,9%), hostales (1,9%), inmuebles de alquiler (1,0%) y otros (1,0%).

Grafico 17. Lugar de alojamiento turistas internacionales



Finalmente, referente al gasto realizado en general por los turistas que asistieron a la cumbre, excluyendo los gastos en tiquetes o pasajes, este fue en promedio de \$1.019.326 pesos. Los turistas nacionales gastaron en promedio \$327.143 pesos y los turistas internacionales \$1.114.332 pesos.

En total, los asistentes a la cumbre gastaron \$1.074.925.909 de pesos excluyendo gastos de tiquetes o pasajes. Se considera que este gasto representa principalmente las actividades adicionales a las establecidas en la agenda de la cumbre, ya que teniendo en cuenta la organización de la misma, los gastos en hospedaje y alimentación no se ven representados en esta cifra.

CONCLUSIONES

Cumpliendo con el objetivo principal de la cumbre que responde a la construcción de un nuevo mundo, cumpliendo el sueño y la misión de miles de jóvenes talentosos que han desarrollado proyectos de alto impacto es notable que la participación fue principalmente de asistentes que se encontraban en un rango de edad entre los dieciocho y treinta años, tanto hombres como mujeres, que buscaban un espacio adecuado que permitiera establecer conexiones duraderas para la creación de cambios generacionales.

La cumbre recibió miles de asistentes tanto nacionales (residentes y visitantes) como internacionales que permitían el intercambio de ideas en contextos diversos con experiencias diferentes para el debate frente a la formulación y elaboración de soluciones innovadoras para los problemas apremiantes que enfrenta el mundo. En este sentido, se observó que los residentes que asistieron al evento, viven tanto en localidades cercanas como alejadas del lugar de realización de la cumbre, lo que demuestra la buena acogida que tuvo por parte de los jóvenes de la ciudad. No obstante, para eventos de similares características, se recomienda promover mayor asistencia por parte de habitantes de algunas localidades que tuvieron muy poca o ninguna participación como en el caso de La Candelaria, Kennedy, Puente Aranda, Rafael Uribe, Santafé, Tunjuelo, Usme, Mártires y Ciudad Bolívar.

Así mismo, se reconoce que los asistentes de origen nacional o internacional, reconocidos como Embajadores de One Young World, arribaron de varias regiones del país como Antioquia, Valle, Casanare y de un gran número de países como Reino Unido, Estados Unidos, México, India, entre otros. Esto demuestra la gran riqueza cultural e interpretativa con la que contaron cada una de las actividades de la cumbre y con la que se abordaron los diferentes temas y problemáticas establecidas.

Por otra parte, se resalta que el total de asistentes que visitaron Bogotá pernoctaron en la ciudad por lo que son considerados como turistas. En general, la principal motivación de viaje fue asistir al One Young World y paralelamente realizar actividades como visita a museos, actividades nocturnas y tours guiados por la ciudad lo que demuestra el interés por parte de los visitantes de conocer Bogotá y el reconocimiento de la oferta turística y cultural de la ciudad.

Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

En un alto porcentaje los hoteles y las casas de familiares o amigos sin pago establecido fueron los principales lugares de alojamiento utilizados por los asistentes. En el caso de los hoteles, los que recibieron un mayor número de asistentes se encontraban cerca del lugar de realización de la cumbre.

En promedio, los turistas gastaron \$1.019.326 pesos durante su viaje excluyendo tiquetes y pasajes. Los turistas nacionales gastaron en promedio \$327.143 pesos y los turistas internacionales \$1.114.332 pesos. En total, la cumbre dejó un gasto por parte de los asistentes de \$1.074.925.909 de pesos excluyendo de igual forma gastos de tiquetes o pasajes. Este gasto, se considera puede representar principalmente las actividades adicionales a las establecidas en la agenda de la cumbre teniendo en cuenta el tipo de organización del evento, ya que los gastos de los delegados para asistir a una cumbre según ONY “pueden ser financiados por ciudadanos privados, empresas, ONG, instituciones educativas y organismos públicos”.

Si bien el internet y las redes sociales y recomendación por parte de familiares y/o amigos son las formas más reconocidas de promoción de la cumbre, canales como la prensa e información en actividades laborales también podrían movilizar un alto porcentaje de asistentes. La cumbre es un evento que recibió buenas y excelentes calificaciones por la mayoría de los asistentes, lo que demuestra su buena organización y permite que se continúe posicionando como un espacio recomendado para los jóvenes líderes de cada país que buscan transformar o mejorar la realidad de sus sociedades.

Finalmente, algunas de las principales recomendaciones que resultaron de la cumbre y se dieron por parte de los expertos que asistieron, según cada tema desarrollado, se dirigen al emprendimiento de la lucha contra la corrupción; la innovación y las nuevas tecnologías enfocados en la educación y frente a la discriminación y la exclusión; el emprendimiento y desarrollo productivo mediante negocios responsables; el uso de energías limpias para la sustitución del uso de combustibles fósiles y el uso inteligente de redes sociales para el apoyo en la erradicación de la pobreza. Estos temas y sus recomendaciones son contundentes para el mundo y la ciudad de Bogotá en cuanto su reconocimiento y posible implementación permite generar una transformación de los problemas coyunturales y estructurales, redefiniendo las dinámicas sectoriales de la ciudad y promoviendo su imagen positiva a nivel internacional como centro de desarrollo político, económico, social y cultural.

BIBLIOGRAFÍA

- Cámara de Comercio de Bogotá. (18 de octubre de 2017). *Lanzan Cumbre Mundial de Jóvenes, One Young World Bogotá 2017*. Obtenido de: <http://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2017/Mayo/Lanzan-Cumbre-Mundial-de-Jovenes-One-Young-World-Bogota-2017>.
- Instituto Distrital de Turismo. (2017). *Informe trabajo de campo One Young World 2017*. Octubre 2017. Observatorio de Turismo de Bogotá.
- Instituto Distrital de Turismo. (2017). *Encuesta One Young World 2017*. Observatorio de Turismo de Bogotá.
- One Young World Colombia (18 de octubre de 2017). *One Young World Bogotá 2017*. Obtenido de: <http://oywcolombia.com/>



Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

ANEXO 1. Formulario One Young World 2017

 CARACTERIZACION DE LOS ASISTENTES AL ONE YOUNG WORLD 2017		
Encuestador: _____	Crítico: _____	Fecha: _____
Supervisor: _____	Digitador: _____	ID: _____
PRESENTACIÓN		
<p>Buenas noches. Mi nombre es: _____, trabajo con el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá y el Bureau de convenciones en la aplicación de una encuesta caracterización y satisfacción de los asistentes al One Young World, sería tan amable de colaborar, la encuesta dura máximo 2 minutos. La información suministrada es confidencial y sólo será usada con fines estadísticos.</p>		
FILTRO		
1. Género <input type="checkbox"/> 1 a. Masculino <input type="checkbox"/> 2 b. Femenino	4. ¿En qué localidad vive? <input type="checkbox"/> 1 a. Usaquen <input type="checkbox"/> 6 f. Tunjuelito <input type="checkbox"/> 11 k. Suba <input type="checkbox"/> 16 p. Puente Aranda <input type="checkbox"/> 2 b. Chapinero <input type="checkbox"/> 7 g. Bosa <input type="checkbox"/> 12 l. Barrios Unidos <input type="checkbox"/> 17 q. Candelaria <input type="checkbox"/> 3 c. Santafe <input type="checkbox"/> 8 h. Kennedy <input type="checkbox"/> 13 m. Teusaquillo <input type="checkbox"/> 18 r. Rafael Uribe <input type="checkbox"/> 4 d. San Cristóbal <input type="checkbox"/> 9 i. Fontibón <input type="checkbox"/> 14 n. Martires <input type="checkbox"/> 19 s. Ciudad Bolívar <input type="checkbox"/> 5 e. Usme <input type="checkbox"/> 10 j. Engativá <input type="checkbox"/> 15 o. Antonio Nariño <input type="checkbox"/> 20 t. Sumapaz	
2. ¿Cuál es su edad? <input type="checkbox"/> 1 a. Menor de 18 <input type="checkbox"/> 4 d. De 46 a 60 <input type="checkbox"/> 2 b. De 18 a 30 <input type="checkbox"/> 5 e. Mayor a 60 <input type="checkbox"/> 3 c. De 31 a 45 <input type="checkbox"/> 6 f. Ns/Nr		
3. ¿Vive usted en Bogotá? <input type="checkbox"/> 1 a. Si Continúe <input type="checkbox"/> 2 b. No Pase a 5		
CARACTERIZACIÓN		
5. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual? <input type="checkbox"/> 1 a. Nacional <input type="checkbox"/> 2 b. Extranjero País _____ Dpb. _____ Ciudad _____ Ciudad _____	12. ¿Qué otras actividades ha realizado o piensa realizar durante su estadia en Bogotá? <input type="checkbox"/> 1 a. Visita a museos <input type="checkbox"/> 1 g. Teatro <input type="checkbox"/> 1 b. Vida nocturna <input type="checkbox"/> 1 h. Paseo en bicicleta <input type="checkbox"/> 1 c. Gastronomía <input type="checkbox"/> 1 i. Recorridos de naturaleza <input type="checkbox"/> 1 d. Compras <input type="checkbox"/> 1 j. Ninguna <input type="checkbox"/> 1 e. Visita a parques <input type="checkbox"/> 1 k. Otra <input type="checkbox"/> 1 f. Tour guiado por la ciudad ¿Cuál? _____	
6. ¿Cuántas veces ha visitado a Bogotá? <input type="checkbox"/> 1 a. Primera vez <input type="checkbox"/> 3 c. De 4 a 10 veces <input type="checkbox"/> 2 b. De 1 a 3 veces <input type="checkbox"/> 4 d. Más de 10 veces		
7. ¿Cuántas noches se quedó o piensa quedarse en Bogotá? <input type="text"/>	13. ¿Aproximadamente cuánto dinero gastó o piensa gastar en este viaje a Bogotá, excluyendo los gastos en tiquetes o pasajes? <input type="checkbox"/> 1 a. Pesos Cantidad <input type="text"/> <input type="checkbox"/> 2 b. Dólares Cantidad <input type="text"/>	
8. ¿Dónde se alojó o piensa alojarse la mayor parte del tiempo? <input type="checkbox"/> 1 a. Hotel <input type="checkbox"/> 5 e. Casa de familiares o amigos (sin pago) <input type="checkbox"/> 2 b. Hostal <input type="checkbox"/> 6 f. Casa de vacaciones propia <input type="checkbox"/> 3 c. Apartahotel <input type="checkbox"/> 7 g. Habitación rentada en vivienda familiar <input type="checkbox"/> 4 d. Inmueble de alquiler <input type="checkbox"/> 8 h. Otro ¿Cuál? _____	14. ¿Cómo se enteró del evento? <input type="checkbox"/> 1 a. Internet - Redes sociales <input type="checkbox"/> 1 h. Radio <input type="checkbox"/> 1 b. Prensa <input type="checkbox"/> 1 d. Familiares o amigos <input type="checkbox"/> 1 g. Televisión <input type="checkbox"/> 1 i. Otro	
9. ¿Cuál fue la principal razón o motivo de su viaje a Bogotá? <input type="checkbox"/> 1 a. Vacaciones/recreación/Ocio <input type="checkbox"/> 4 d. Negocios y motivos profesionales <input type="checkbox"/> 2 b. Visita a familiares y amigos <input type="checkbox"/> 5 e. Asistir al Feria Internacional del Libro <input type="checkbox"/> 3 c. Educación y formación <input type="checkbox"/> 6 f. Otro. ¿Cuál? _____	15. En general ¿Cómo califica la organización del evento? <input type="checkbox"/> 1 a. Excelente <input type="checkbox"/> 4 d. Malo <input type="checkbox"/> 2 b. Bueno <input type="checkbox"/> 5 e. Muy Malo <input type="checkbox"/> 3 c. Regular <input type="checkbox"/> 6 f. NS/NR	
10. Includiendo esta ¿a cuántas versiones de este evento ha asistido? <input type="checkbox"/> 1 a. Primera vez <input type="checkbox"/> 4 d. Tres veces <input type="checkbox"/> 2 b. Dos veces <input type="checkbox"/> 5 e. Todas las versiones	16. ¿Usted invitaría a amigos o familiares que vivan fuera de la ciudad a este evento? <input type="checkbox"/> 1 a. Si <input type="checkbox"/> 2 b. No	
11. ¿Includiéndolo a usted, con cuántas personas asiste al evento? <input type="text"/>	Observaciones	

ANEXO 2. Coeficientes de variación, principales variables

Asistentes por Subpoblación	Total	Cve
1. Residente	436	11.5
2. No Residente	1064	4.72

Asistentes Turistas por Subpoblación	Total	Cve
1. Turista Nacional	127	23.76
2. Turista Internacional	937	3.23

Turistas por Subpoblación: Noches pernoctadas promedio	Promedio	Cve
1. Turista Nacional	5.92	8.46
2. Turista Internacional	5.77	6.33

Turistas por subpoblación: Gasto promedio en Pesos	Promedio	Cve
1. Turista Nacional	\$327.143	24.94
2. Turista Internacional	\$1.114.332	12.97