

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE ESPECTÁCULOS EN VIVO COMO  
ALTERNATIVA DE TURISMO EN LA LOCALIDAD DE TEUSAQUILLO.

BARRIOS SANCHEZ ANA MARIA

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA  
FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA  
PROGRAMA HOTELERÍA Y TURISMO  
BOGOTÁ D.C  
2017

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE ESPECTÁCULOS EN VIVO COMO  
ALTERNATIVA DE TURISMO EN LA LOCALIDAD DE TEUSAQUILLO.

BARRIOS SANCHEZ ANA MARIA

Trabajo de grado para optar el título de Profesional en Hotelería y Turismo

Asesorado por

Giovanna Carolina Cárdenas

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA  
FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA  
PROGRAMA HOTELERÍA Y TURISMO  
BOGOTÁ D.C

2017

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Bogotá, Junio 01 de 2017

## **Dedicatoria**

Hoy finalizo uno de los sueños más importantes que he tenido en mi vida, hoy culmino mi carrera universitaria, la que con gran esfuerzo inicié hace 5 años, lo que me hace creer que la vida está llena de oportunidades y nunca debemos dejar de soñar, debemos ser muy persistentes en nuestros sueños; ya que como dicen por ahí “el que persevera alcanza”.

Le dedico este logro a Dios por todas las bendiciones que me ha dado en la vida, y esta es una de ellas, también por permitirme compartir este momento tan importante con mi familia y por llenarme de fuerza para vencer todos los obstáculos que se han interpuesto a lo largo de estos últimos 5 años.

Sin dudarle un solo momento este logro se lo dedico enteramente a mis padres, por ser mi compañía incondicional y mi ejemplo a seguir, sin ellos estar aquí donde estoy ahora no hubiese sido posible.

Ana María Barrios Sánchez

## Agradecimientos

Siempre he tenido muy claro que en la vida las cosas pasan por algo y Dios tiene millones de cosas destinadas para nosotros; es así como hoy después de 5 años de haber empezado mi carrera profesional le doy las gracias a él porque me permitió estudiar lo que siempre me ha apasionado y que ahora más que mi carrera será mi vocación.

Debo admitir que el desarrollo de este proyecto no fue para nada fácil, al iniciar, varias dudas surgían respecto a ¿Qué iba hacer? ¿Con quién iba a trabajar? ¿Cuánto tiempo iba a demorar? Entre otras más, finalmente tomé la decisión de trabajar en este proyecto de manera individual porque quería saber que tan lejos podía llegar y demostrarme a mí misma que si soy capaz de hacer bien las cosas que me propongo.

Le agradezco inmensamente a mis padres Clara Inés y José Joaquín porque me han demostrado en todas las maneras posibles que luchando arduamente por nuestros sueños las cosas se pueden lograr.

A la profesora Carolina Cárdenas (mi tutora) por coordinar todo el proceso de trabajo de grado, y estar pendiente del proceso desde el inicio hasta el final, con el fin de que todo saliera de la mejor manera posible.

A mis compañeros(as) de clase porque gracias a ellos hoy puedo decir que mi paso por la Universidad fue un experiencia muy gratificante y enriquecedora.

A mis amigos cercanos (Stefania Mesa y Alexander Ramírez) que me han motivado para la realización de este proyecto, inyectándome siempre con su buena energía.

Ana María Barrios Sánchez

## Resumen

El presente trabajo investigativo analiza la oferta y demanda de espectáculos en vivo llevados a cabo en la localidad de Teusaquillo, considerada la localidad cultural de Bogotá. Usted podrá encontrar información relacionada a los festivales al parque y conciertos con invitados internacionales; a su vez se analiza el comportamiento que estos eventos tienen en el turismo de la ciudad.

La música es considerada como fuente importante para el crecimiento económico y desarrollo del turismo en países como Argentina, España, Estados Unidos e Inglaterra; es así como aparece una nueva denominación llamada “Turismo musical”; esta tipología es relativamente nueva en Colombia y está enmarcada dentro del turismo cultural; que bien trabajado puede tener gran fuerza para promover el turismo nacional e internacional.

Finalmente, se encontrará una guía informativa para el festival Rock al Parque 2017 y un paquete turístico para el concierto de Ed Sheeran en Bogotá; esto con el fin de que más personas tengan conocimiento de los espectáculos que se desarrollan en la ciudad.

### **Abstract**

The present research analyzes the supply and demand of live shows carried out in the town of Teusaquillo, considered the cultural town of Bogota. You can find information related to the park festivals and concerts with international guests; at the same time, the behavior of these events in the tourism of the city.

Music is considered an important source for economic growth and tourism development in countries such as the United States, England, Argentina and Spain; this is how a new denomination called "Musical tourism" appears; this typology is relatively new in Colombia and is framed within cultural tourism; which well worked can have great force to promote national and international tourism.

Finally, you will find an informative guide for the festival Rock to the Park 2017 and a tourist package for the concert of Ed Sheeran in Bogota; this in order that more people have knowledge of the shows that are developed in the city.

## Contenido

<b>Introducción .....</b>	<b>12</b>
<b>Planteamiento del problema .....</b>	<b>13</b>
Descripción del problema .....	13
Justificación.....	14
<b>Marco de referencia.....</b>	<b>15</b>
Marco teórico.....	15
<b>Clasificación de las industrias creativas según la UNCTAD.....</b>	<b>17</b>
Marco conceptual .....	19
<b>Artes escénicas.....</b>	<b>19</b>
<b>Industria musical. ....</b>	<b>21</b>
<b>Bogotá es considerada la ciudad de la música. ....</b>	<b>22</b>
<b>Clúster de música de Bogotá.....</b>	<b>15</b>
<b>Economía de la música en Bogotá. ....</b>	<b>16</b>
<b>Producción y circulación de música en vivo: eventos en Bogotá. ....</b>	<b>17</b>
<b>Producción y circulación de música en vivo: Eventos por tipo y aforo.....</b>	<b>18</b>
<b>Consumo: Musica en vivo.....</b>	<b>18</b>
<b>Actividades económicas y su relación con la música.....</b>	<b>19</b>
<b>Producción y circulación de música y música en vivo: Información general de PULEP.....</b>	<b>20</b>
<b>Turismo musical.....</b>	<b>20</b>
Tendencias y productos turísticos internacionales con relación a espectáculos masivos .....	22
<b>Inglaterra.....</b>	<b>22</b>
<b>Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts.....</b>	<b>23</b>
<b>Mapa del rock.....</b>	<b>23</b>
<b>Argentina.....</b>	<b>24</b>
<b>Ruta del tango. ....</b>	<b>25</b>
<b>Tango BA, festival y mundial.....</b>	<b>25</b>
<b>España.....</b>	<b>26</b>
<b>Primavera sound y sonar.....</b>	<b>26</b>
<b>Estados Unidos.....</b>	<b>27</b>
<b>Festival South by South west, Austin.....</b>	<b>27</b>
Marco histórico .....	28
Marco político .....	29



Ley del espectáculo público de las artes escénicas. ....	29
Plan de desarrollo “Bogotá mejor para todos 2016-2020”. ....	31
Plan sectorial de Turismo “Turismo para la construcción de la paz 2014-2018”. ....	32
<b>Metodología</b> .....	33
<b>Muestreo.</b> ....	34
<b>Universo de estudio.</b> ....	34
<b>Determinación del tamaño adecuado de las muestras.</b> ....	35
<b>Elementos que harán parte de la muestra.</b> ....	36
<b>Capítulo I</b> .....	37
Espectáculos en vivo .....	37
Tipología de los eventos .....	39
Características de los espectáculos en vivo .....	40
Generalidades de Teusaquillo.....	42
<b>Teusaquillo Cultural.</b> .....	46
<b>Plan local de cultura 2012- 2021 localidad de Teusaquillo.</b> .....	47
<b>Teusaquillo Turística.</b> .....	48
Espectáculos en vivo en la Localidad .....	54
Oferta turística .....	56
Núcleo turístico de los espectáculos en vivo. ....	57
<b>Recursos turísticos.</b> .....	57
<b>Rock al parque.</b> .....	60
<b>Hip Hop al parque.</b> .....	62
<b>Colombia al parque.</b> .....	64
<b>Jazz al parque.</b> .....	66
<b>Salsa al parque.</b> .....	68
<b>Justin Bieber en Colombia.</b> .....	70
<b>Korn en Colombia.</b> .....	72
<b>Infraestructura.</b> .....	74
<b>Parque metropolitano Simón Bolívar.</b> .....	76
<b>Corferias.</b> .....	77
<b>Coliseo cubierto el campin.</b> .....	78
<b>Estadio Nemesio Camacho El Campin.</b> .....	79
<b>Teatro ditirambo.</b> .....	80
<b>Teatro Cádiz.</b> .....	81
<b>Teatro Nacional Fanny Mikey.</b> .....	82
<b>Teatro Arlequín.</b> .....	83

<b>Auditorio León de Greiff</b> .....	84
<b>Prestadores de servicios turísticos</b> .....	85
<b>Agencias de viajes</b> .....	85
<b>Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional</b> .....	85
<b>Empresas de transporte terrestre automotor</b> .....	85
<b>Empresas de tiempo compartido y multipropiedad</b> .....	86
<b>Empresas captadoras de ahorro para viajes y servicios turísticos</b> .....	86
<b>Establecimientos de alojamiento</b> .....	86
<b>Establecimientos de gastronomía y similares</b> .....	87
<b>Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones</b> .....	87
<b>Guías de turismo</b> .....	87
<b>Capítulo II</b> .....	90
Recursos turísticos.....	90
<b>Clasificación y tipología de los recursos turísticos</b> .....	91
Análisis del potencial turístico de los recursos turísticos.....	94
Conciertos con mayor potencialidad turística.....	97
<b>Análisis estadístico de las muestras concierto de Justin Bieber 2017</b> .....	97
<b>Interpretación de los resultados</b> .....	98
<b>Asistentes a eventos de ciudad festival Rock al parque 2015</b> .....	111
<b>Resultados de la investigación</b> .....	113
<b>La Conciertos potencialmente turísticos en Bogotá</b> .....	117
La música como atractivo turístico.....	120
<b>Capítulo III</b> .....	124
Planificación turística.....	124
Objetivos de la planificación turística.....	125
Etapas de la planificación estratégica y desarrollo del turismo.....	126
Niveles de planificación y desarrollo del turismo.....	126
Proceso de la planificación turística.....	127
<b>Formulación</b> .....	127
Implementación.....	130
<b>Contenido de la guía turística “Festival Rock al Parque 2017”</b> .....	130
Guía informativa Festival Rock al Parque 2017.....	132
<b>Producto turístico para el concierto de Ed Sheeran en Bogotá</b> .....	160
<b>Presupuesto para el paquete turístico “Ed Sheeran en concierto”</b> .....	179
Evaluación de las estrategias.....	180

<b>Conclusiones</b> .....	182
<b>Recomendaciones</b> .....	183
<b>Referencias</b> .....	184
<b>Índice de gráficos</b> .....	188
<b>Índice de tablas</b> .....	189
<b>Índice de imágenes</b> .....	190
<b>Anexos</b> .....	191
Formato ficha de caracterización.....	191
Formato, ficha descriptiva de recursos turísticos.....	192
Formato encuesta .....	193
Tablas de tabulación encuesta.....	195

### **Objetivo general**

Realizar un análisis de los espectáculos en vivo como alternativa turística para la Localidad de Teusaquillo.

### **Objetivos específicos**

1. Realizar un diagnóstico de los espectáculos en vivo de Teusaquillo en la escena cultural de la localidad.
2. Identificar los eventos de mayor relevancia que se constituyan en recursos turísticos potenciales.
3. Diseñar una propuesta estratégica para la Localidad de Teusaquillo como alternativa turística cultural.

## **Introducción**

Este proyecto tiene como finalidad un análisis de los espectáculos en vivo en la localidad de Teusaquillo, teniendo en cuenta la oferta y la demanda que se tiene en el sector siendo uno de los espacios más amplios en la ciudad para llevar a cabo este tipo de actividades culturales.

Las industrias musicales se han potenciado con el paso de los años en la ciudad aportando en diferentes sectores como lo es la economía, turismo y el intercambio de culturas. A través del tiempo ha sido visible el gran impacto que estos eventos le han traído a la ciudad y la gran participación que han tenido con público nacional e internacional; ha sido un gran aporte cultural y económico por lo tanto el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y el Ministerio de Cultura han venido trabajando de la mano para crear un sector organizado y llevar a cabo este tipo de actividades culturales en la ciudad.

La localidad de Teusaquillo también nombrada como la localidad cultural de Bogotá es la participe de llevar acabo algunos de los más importantes festivales en la ciudad, debido a los amplios terrenos donde se hacen los conciertos, como lo es; el Parque Simón Bolívar donde se realiza rock al parque, jazz al parque, hip hop al parque, entre otros, Estadio Nemesio Camacho El Campin, Coliseo Cubierto el Campin y Corferias, son los lugares que más sobresalen para realizar dicho tipo de espectáculos.

## **Planteamiento del problema**

¿Cómo los espectáculos en vivo se convierten en atractivo turístico para la localidad de Teusaquillo?

### **Descripción del problema**

Las industrias musicales son consideradas nuevas industrias en Bogotá enmarcadas dentro de las industrias culturales y creativas, tanto así que importantes entidades público y privadas han trabajado en conjunto para el fortalecimiento de estas; con el tiempo lo que se busca con estos eventos es que sean fuente generadora de empleo y sean un aporte cultural y económico para la ciudad. Para esta investigación se tendrá en cuenta especialmente la localidad de Teusaquillo ya que es reconocida por tener los espacios adecuados para llevar a cabo las actividades musicales, contando con estadios, plazoletas de eventos y teatros de alta gama, así mismo cabe resaltar la importancia de que estos espacios estén bien adaptados para el desarrollo de los conciertos de lo contrario esto no sería posible.

El turismo en Bogotá se ha potencializado en los últimos años, tanto así que la capital de la república hoy en día es la ciudad turística número 1 del país, Bogotá se caracteriza especialmente por trabajar un turismo enfocado a los negocios, aun así cabe destacar que la cultura también hace parte de la apuesta que la ciudad tiene para sus visitantes, es por esto que se ve en los espectáculos en vivo una alternativa importante para potencializar este tipo de turismo, por lo mismo se requiere que los eventos cuenten con una planeación y una logística desarrollada de manera correcta para la comodidad y satisfacción del turista.

## **Justificación**

Este trabajo se realiza con el fin de demostrar que los eventos musicales en la localidad de Teusaquillo son potencial turístico, aunque actualmente sean considerados como recursos más no como atractivos, es por esto que durante toda esta investigación se demuestra cómo se pueden convertir dichos eventos en importantes atractivos para atraer más turistas a la ciudad y en especialmente a la localidad. Se debe tener en cuenta que hoy en día la música es fuente de ingresos importante no solo para la ciudad sino para el país, entonces porque no trabajar estos espectáculos como un nuevo producto turístico para la ciudad cuando se tienen los recursos para hacerlo posible.

La convocatoria a este tipo de eventos cada vez es más grande por eso también se quiere lograr que este tipo de espacios sean más organizados, fáciles y cómodos para aquellos que quieren ser partícipes, por lo tanto los paquetes de productos turísticos son una opción bastante asequible para las personas interesadas tanto en ofrecer servicios como adquirirlos; generando así que la ciudad sea la primera en turismo musical.

Para la creación de un producto turístico es necesario saber si el sector lo permite, por este motivo este trabajo consiste en realizar un análisis de la oferta y la demanda con el fin de conocer si es factible desarrollar este tipo de mercado en la localidad de Teusaquillo. Hoy en día el turismo cultural se constituye como un segmento en expansión, convirtiéndose en un importante protagonista del patrimonio intangible de la ciudad, los festivales y conciertos no solo se conciben como actuaciones también conllevan una serie de actividades complementarias que fomentan la socialización y el encuentro de personas con interés en común, es así como los espectáculos en vivo dejan de ser un instrumento de carácter cultural para pasar a desarrollarse como una estrategia de desarrollo local y urbano donde el objetivo principal es satisfacer las necesidades recreativas y culturales y dinamizar el sector turístico.

## Marco de referencia

### Marco teórico

Las industrias culturales y creativas, en las últimas décadas se han destacado en Latino América debido a su extensa participación ya que ha tenido un impacto positivo y sobresale el crecimiento económico y cultural. Sobre los años 80 el extranjero mantenía el monopolio en este ámbito y a lo largo de los años se ha llevado a cabo lo regional como prioridad para mantener la cultura dando valorización a todos los eventos locales, así mismo para alcanzar un desarrollo sostenible en cada país.

En Colombia se está llevando a cabo una competitividad frente a las industrias culturales en el sector público y privado ya que se quiere llegar a acuerdos y lineamientos políticos para este tipo de actividades. El Ministerio de Cultura viene trabajando con las diferentes personas vinculadas a las industrias musicales y creativas como emprendedores, para así mismo crear procesos metodológicos lo cual permita generar impacto social con un fortalecimiento cultural e identidad; dichos procesos pretenden llevar a cabo una sostenibilidad económica para el país consolidando las industrias creativas y culturales como apoyo económico para este. (Ministerio de Cultura, s.f).

Bogotá fue la ciudad principal de mercado para las industrias culturales, MICSUR<sup>1</sup>, está conformado por varios países de sur américa, el objetivo principal del certamen fue desarrollar y fortalecer la base cultural en las industrias creativas y culturales ya que ha generado un gran impacto especialmente en Colombia.

El ministerio de cultura en Colombia ha sido una de las primeras entidades en trabajar para lograr un intercambio cultural tanto en productos como servicios tales como: diseño, artes escénicas, audiovisual, música, editorial y video juegos. La primera edición del evento sur americano se realizó en Mar de Plata, Argentina con la asistencia de los representantes de cada país como: Ecuador, Chile, Paraguay, Perú y Venezuela. (El País.com.co, 2014)

Según el Informe de Economía Creativa de la UNESCO<sup>2</sup>, “el comercio mundial de bienes y servicios creativos alcanzó la cifra récord de US\$ 624 mil millones en 2011”, demostrando que

---

<sup>1</sup> Mercado de Industrias Culturales del Sur

<sup>2</sup>La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura



en general el comercio mundial de productos creativos se ha duplicado de forma sostenida entre los años 2002 y 2011.

Es por esto que Suramérica detectó en el mercado de Industrias Culturales del Sur una gran oportunidad para el crecimiento y desarrollo económico de los diez países que lo integran, y que en su primera versión contó con la participación de más de 3000 empresarios culturales del sur”(El País.com.co, 2014)

El concepto de industrias culturales se ha modificado con el paso de los años debido a los grandes cambios que se han dado en aspectos tecnológicos y el rol de los medios de comunicación en la sociedad, dichos cambios han generado que la cultura se incorpore más en procesos de producción, cadenas productivas y avances a gran escala en distintos mercados. (Rodríguez, 2014)

“Hoy en día las Industrias Culturales y Creativas se pueden definir como los sectores cuya actividad organizada tiene como objetivo la producción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”. (Rodríguez, 2014)

Las industrias creativas pueden llegar a tener múltiples significados, pero en general se entienden como aquellas que tienen su origen en la creatividad, las habilidades y el talento. Siendo estas fuentes potencializadoras de la economía del país generando riqueza, creación de empleo y de explotación de propiedad intelectual.

Con el fin de profundizar en el impacto de las industrias se han elaborado estudios que permiten conocer más a fondo el sector creativo, resultados que destacan la importante participación cultural con un 1.7 % del PIB<sup>3</sup> nacional. Desde esta perspectiva se ha desarrollado el concepto de ciudad creativa destacando ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Manizales. Tanto las industrias creativas como las industrias culturales están dirigidas a favorecer la competitividad de las ciudades, es por esto que el desarrollo de una actividad de carácter creativo es base para el desarrollo de la ciudad. (Tobon, 2016, págs. 50-52).

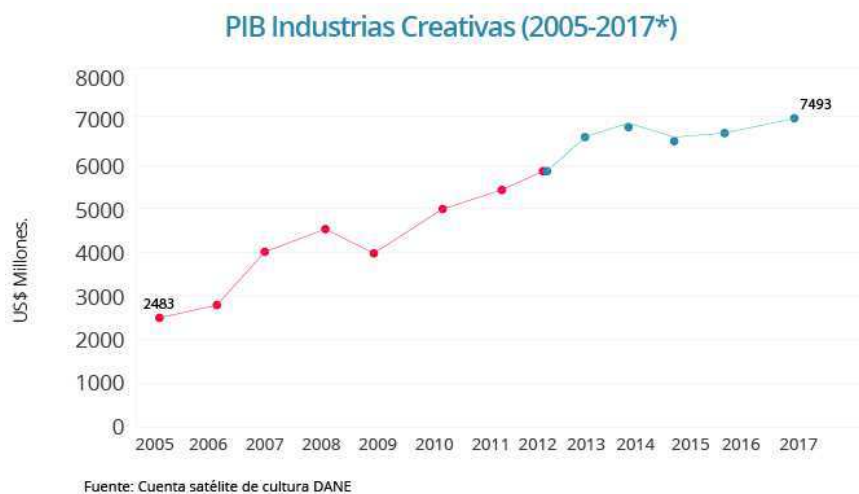
Las industrias creativas se caracterizan por contener una amplia gama de actividades, que van desde la producción y distribución de periódicos, la realización artística y la creación

---

<sup>3</sup> Producto Interno Bruto

audiovisual. Estas industrias son importantes para la economía colombiana y cada vez más tienen un mayor crecimiento tal como se demuestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 1. PIB Industrias Creativas (2005-2017)



Fuente: “InvestInBogota”  
<http://es.investinbogota.org/invierta-en-bogota/en-que-invertir-en-bogota/industrias-creativas-bogota>

En el gráfico anterior se puede observar como al pasar los años (parte horizontal) vs aporte económico en US dólares (parte vertical) las industrias creativas han estado en continuo crecimiento en Colombia, se infiere que esto es un aspecto positivo para la industria del turismo porque contribuye al fortalecimiento de nuevos productos turísticos.

### **Clasificación de las industrias creativas según la UNCTAD<sup>4</sup>.**

Las industrias creativas se basan en el desarrollo de actividades enfocadas en el marco de la creatividad como fuerte artístico siendo estas desarrolladas a través de la propiedad intelectual. Por ejemplo; las actividades culturales como las artes escénicas o artes visuales hacen parte de las “actividades tradicionales”; la publicidad y actividades relacionadas con medios de

<sup>4</sup> Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

información hacen parte de las “actividades de ejecución”. (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD, 2010)

La UNCTAD clasifica a las industrias creativas y culturales en 4 grupos:

- Patrimonio Cultural
- Artes
- Medios de comunicación
- Creaciones funcionales

Tabla 1 Clasificación de las industrias creativas según la UNCTAD

<b>CLASIFICACION DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
<b>Según el patrimonio cultural</b>	Expresiones culturales	-Festivales y celebraciones
	Sitios culturales	-Sitios arqueológicos -Museos -Bibliotecas -Exposiciones
<b>Según las artes</b>	Artes visuales	-Fotografía -Antigüedades -Pintura -Escultura
	Artes escénicas	-Música en vivo -Teatro -Danza -Opera -Circo -Títeres
<b>Según los medios</b>	Edición y medios impresos	-Libros -Prensa -Otras publicaciones
	Diseño	-Interiores -Moda -Joyería -Juguetes -Grafico

	Audiovisuales	-Cine -Televisión -Radio
	Medios nuevos	-Programas informáticos -Juegos de consola -Contenidos creativos digitalizados
<b>Según las creaciones funcionales</b>	Servicios creativos	-Arquitectura -Publicitarios -I+D creativos culturales y recreativos

Fuente: Elaboración propia. Información tomada de (UNCTAD, 2010, pág. 35)

## Marco conceptual

### Artes escénicas.

Según lo expuesto por la (UNESCO, s.f) las artes del espectáculo son aquellas actividades que están inmersas en la música, la danza o el teatro y otras formas de expresión, como por ejemplo; rituales, acontecimientos festivos y las tradiciones orales. Las cuales son reflejadas por la creatividad humana y en muchos casos hacen parte del patrimonio cultural inmaterial. Se resalta que la música es el arte del espectáculo con mayor recepción universal; debido a que lo encontramos en todas las sociedades siendo un factor influyente en todos los espacios de participación de las personas, por ejemplo; bodas, funerales, ritos, fiestas etc. La música se ha vuelto un icono de identificación cultural sin importar etnia, raza o religión.

Por otra parte, encontramos que las representaciones teatrales tradicionales son una combinación del canto, la danza y la música; estas artes son elementos fundamentales de la promoción cultural destinada a atraer turistas y suelen formar parte de los espectáculos ofrecidos en los viajes organizados de las agencias turísticas. Con relación a la danza, se define como una serie de movimientos corporales que van acompañados de música y suelen expresar un sentimiento o estado de ánimo.

Las artes de espectáculos contribuyen al crecimiento económico debido a que atrae más visitantes, aumenta los ingresos de una comunidad. (UNESCO, s.f).

La expresión cultural es un factor importante cuando se acoge a las comunidades y se incentivan para que se genere diversidad en los diferentes espectáculos que se quieren plasmar, es identificar el “patrimonio cultural inmaterial” donde el público forma a las personas y al mismo tiempo van generando conocimientos frente a la recursividad que se le puede brindar a los diferentes espacios generando sensibilización e innovación frente a los espectáculos y la formación cultural de las tradiciones que se respetan y las diversas propuestas modernas que conlleva.

Teniendo en cuenta el artículo “Una mirada al estudio de tendencias de la industria musical en Colombia” (Rosal, 2015), Colombia se encuentra en un muy buen momento con respecto a la realización de eventos musicales, estas fueron las conclusiones extraídas por el señor Rosal en base a el anuncio de bandas como Coldplay y Rolling Stone en el país. Como apoyo a lo anteriormente dicho se han extraídos datos por el Observatorio de Cultura y Económica donde indica que la venta de servicios de producción y prestación de espectáculos en vivo entre el 2005 y 2010 reveló un incremento del 28%. (Rosal, 2015)

El Ministerio de Cultura junto con el DANE<sup>5</sup> indicó que el rubro de servicios de producción y prestación de servicios de espectáculos en vivo también incluye las artes escénicas, sin embargo cabe aclarar que del 100% el 80% de los ingresos corresponden a los espectáculos en vivo. Rosal señala que si bien esta industria que ha crecido fuertemente en los últimos años también señala que la infraestructura es una gran barrera para el desarrollo adecuado de la industria musical, ya que los lugares establecidos para dichos espectáculos no cumplen las expectativas para el organizador lo que genera costos adicionales. (Rosal, 2015)

Es importante resaltar que el principal generador de ingresos en la industria musical son los espectáculos en vivo que para el año 2011 presentó el 33% del total del recaudo por derechos de autor. Teniendo en cuenta estas cifras, se rescata que Colombia está tomando fuerza frente al impacto cultural y económico realizando eventos musicales, así mismo identificando una de las falencias principales como la infraestructura para llevarlo a cabo; se logra identificar que aunque

---

<sup>5</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística

su índice es de tan solo el 28 % a partir de esto se ha generado turismo alcanzando que la comunidad se sienta atraída para ser partícipe de dichos espacios creando integración e interés a nivel cultural animando las presentaciones en vivo dándole prioridad a la industria musical sin dejar atrás las artes escénicas. Por este motivo se focaliza la ciudad de Bogotá teniendo en cuenta que es la ciudad creativa de la música según lo planteado por la UNESCO, resaltando la diversidad cultural generando interés al público de asistir, invertir y fomentar los espacios culturales de la mano con las industrias musicales dándole credibilidad. (Rosal, 2015).

### **Industria musical.**

Según lo expuesto en el artículo “Crece el número de empresas de la música en Bogotá” publicado por la Cámara de Comercio, se busca hacer de Bogotá uno de los principales centros de la música en lo que respecta América Latina en el 2025, para el desarrollo de esta propuesta se crea la idea de un Clúster de la Música, el cual tiene como objetivo principal crear estrategias de apoyo a las industrias creativas y culturales del país. Esta institución reveló que entre el 2013 y 2014 el número de empresas matriculadas en la CCB en actividades relacionadas con la música creció 13% al pasar de 493 a 557 empresas” (Industrias Musicales , 2015)

La variedad de géneros musicales, la geografía espacial, la facilidad de fusiones con música de otras partes, hacen de Colombia un atractivo importante para el desarrollo de la industria; actualmente en el festival de Viña del Mar en Chile, en el Jazz Festival en Aruba y en el de Calle Ocho en Miami, se refleja la gran participación que hay de artistas colombianos. (Sandoval, 2014)

El mercado musical se encuentra en un camino de recuperación luego de más de diez años de decrecimiento continuo, así lo señaló PwC<sup>6</sup> con su último reporte de IFPI<sup>7</sup>, también se logra evidenciar que esta industria está siendo diversificada, de las cuales dos sectores han ganado gran participación; mercado de música digital de la música grabada y la música en vivo.

---

<sup>6</sup> PricewaterhouseCoopers: Es la firma de servicios profesionales más grande del mundo, prestando servicios de auditoría, consultoría y asesoramiento legal y fiscal a las principales compañías, instituciones y gobiernos a nivel global.

<sup>7</sup> Federación Internacional de la Industria Fonográfica - Digital music report.

El sector de música en vivo seguirá en crecimiento y será la mayor fuente de ingresos de la industria musical, generando USD 30.9 billones en 2017, frente a los USD 26.5 billones en 2012. (Castellanos & Machicado, 2015).

### **Bogotá es considerada la ciudad de la música.**

El 7 de marzo del 2012 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura –UNESCO, anunció la designación de Bogotá como “Ciudad de la Música” y miembro de la Red de Ciudades Creativas de la organización. (InvestInBogotá, 2012). La capital colombiana se convierte en la quinta ciudad de la música de la red, junto a Sevilla (España), Bolonia (Italia), Glasgow (Escocia) y Gante (Bélgica), gracias que cumple con todos los criterios y características de una ciudad competitiva. (InvestInBogotá, 2012).

Pero ¿Qué significa ser ciudad creativa de la UNESCO? La red UNESCO de Ciudades Creativas del Mundo fue creada en octubre de 2004 con el fin de vincular a ciudades que poseen una tradición creativa en los campos de:

- Literatura
- Cine
- Música
- Artes populares
- Diseño
- Arte digital, y
- Gastronomía.

Las ciudades son las que hacen la solicitud de admisión a la red con el fin de compartir conocimientos, saberes, experiencia y habilidades en el campo al que desea ingresar. El objetivo es mejorar las capacidades a nivel local y hacer de la creatividad un factor clave para el desarrollo económico y social mediante la promoción de los productos culturales en el mercado nacional e internacional. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2014)

Bogotá hizo su postulación a la UNESCO en Mayo de 2010; siguiendo el protocolo establecido con la intención de ser parte de la Red en el área de la música, entidades tanto públicas como privadas (la Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte, la Orquesta Filarmónica de Bogotá, la Cámara de Comercio de Bogotá y la Agencia Invest in Bogotá) trabajaron en

conjunto para que la candidatura fuera exitosa. La OFB<sup>8</sup> desarrolló una amplia investigación que demostró la diversidad musical de la ciudad, posteriormente se creó un portafolio que fue presentado a la UNESCO en su reunión anual de la Red de ciudades creativas, en Seúl, Corea, en noviembre de 2011. Un año después (2012) la directora general de la UNESCO, Irina Bokova, confirmó a Bogotá como la “Ciudad UNESCO de la música” gracias a su crecimiento musical y dinamismo como escenario central de la creación musical en América Latina. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2014).

A continuación se presentan algunos de los criterios tenidos en cuenta por la UNESCO para reconocer a Bogotá como la ciudad creativa de la música.

- La diversidad musical como factor de desarrollo social y económico, en el 2010 se identificaron 530 empresas pertenecientes al sector de la música, generando más de 1.000 empleos directos que representan el 7.5% del empleo formal de la economía creativa local. Festivales, conciertos de talla internacional y centros de pedagogía demuestran que la escena musical en la ciudad tiene un gran impacto.
- Los festivales al parque, movilizaron cerca de 4.888.086 personas entre los años 1995 y 2011; festivales creados por la Administración Distrital para la circulación de la música: Estos eventos han generado toda una red de festivales locales representados en la diversidad cultural y géneros musicales; propicios para la convivencia, la cohesión social, expresión cultural y recreación. La Encuesta Bienal de Culturas 2009 constató que la música es la expresión artística preferida por los bogotanos con un resultado del 75,47%.
- Uno de los criterios más importantes para que Bogotá fuese elegida como ciudad de la música es que es una ciudad musicalmente diversa ya que cuenta con agrupaciones de todo tipo de género, desde la OFB hasta agrupaciones urbanas que promueven nuevos sonidos. Su proyección internacional está demostrando que Bogotá suena diferente: Bogotá es un lugar donde se conservan y valoran los sonidos de Colombia y América Latina, pero donde también hay renovación y creación en el ambiente.

---

<sup>8</sup> Orquesta Filarmónica de Bogotá



Fuente: (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2014)

Es así como Bogotá le apuesta a la música como fuente generadora de empleo y clave para la economía, la administración formula e implementa el plan distrital de música como respuesta a la designación por parte de la UNESCO, cuyo objetivo es el fortalecimiento y organización de la industria musical con la participación de entidades como la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Secretaría de Educación, Secretaría de Desarrollo Económico, IDARTES<sup>9</sup>, OFB, Fundación Gilberto Álzate Avendaño, el Teatro Jorge Eliécer Gaitán, el Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo, la Fundación Batuta, el Instituto Distrital de Turismo, la Dirección Distrital de Relaciones Internacionales, el Ministerio de Relaciones Exteriores, la Comisión Colombiana de Cooperación con la Unesco, la Radio Nacional de Colombia, DC Radio, el Consejo Distrital de Música, la Cámara de Comercio de Bogotá e Invest in Bogotá; algunas de estas entidades postularon la ciudad en 2010 y todas vienen trabajando en fortalecer el campo musical de la capital. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2014)

Estas son algunas de propuestas a trabajar en el marco de Bogotá Ciudad Creativa de la Música:

- Construcción del Plan Distrital de Música.
- Conformación del Sistema Distrital de Formación Musical
- Fortalecimiento de los Circuitos Musicales Locales
- Creación y fortalecimiento de escenarios para la música.

La Alcaldía Mayor de Bogotá mediante el programa Bogotá ciudad creativa de la música, plantea tres líneas de trabajo:

- La formación musical, focalizada en niños y jóvenes y complementada con la dotación de instrumentos musicales.
- El fortalecimiento de los circuitos musicales locales a través de eventos gratuitos como comerciales en salas, bares, hoteles, espacios públicos, de modo a que se fortalezcan avenidas musicales ya existentes y se generen más espacios en las localidades y zonas periféricas de la ciudad.

---

<sup>9</sup> Instituto de las Artes – IDARTES

- La creación y fortalecimiento de escenarios para la música, que incluye la adecuación y establecimiento de nuevos mega escenarios para consolidar la presencia de Bogotá en los circuitos musicales internacionales de todos los géneros.

Se cuenta con una inversión aproximada de \$175 millones en el cuatrienio<sup>10</sup>, mediante la implementación de esto se espera que Bogotá sea reconocida internacionalmente por su diversidad musical, su sonido diferente y su calidad musical. (InvestInBogotá, 2012).

Adriana Suarez, directora ejecutiva de Invest in Bogotá, “Reconoce el dinamismo de las industrias creativas, generando un impacto positivo para la inversión y la posibilidad de consolidar intercambios en el mercado internacional, incluyendo la realización de espectáculos de gran envergadura que la proyecten como una ciudad global”. (InvestInBogotá, 2012)

### **Clúster de música de Bogotá.**

El CEDE<sup>11</sup> realizó para la cámara de comercio de Bogotá, la caracterización del sector de industrias creativas y culturales en Bogotá y Cundinamarca, donde se revela que los esfuerzos para la competitividad del sector han tomado gran posición en relación a la creación del conocimiento, la creación de contenidos creativos y la producción de la tecnología (Centro de estudios sobre desarrollo económico (CEDE) , 2010, pág. 12) estos son factores competitivos estratégicos que determinan la necesidad de innovación de las empresas.

La gran cantidad de subsectores que integran a las industrias creativas deriva en una fuerte tendencia a la formación de clúster, debido en su mayor parte a la necesidad de los productores de trabajar en una red geolocalizada (UNCTAD, 2010, pág. 118).

Expertos en el tema aseguran que hay dos maneras para lograr la innovación en las industrias creativas, la primera de ellas es concentrar el hecho de que las empresas del sector se benefician de cualquier intervención que se haga sobre lo tangible (European Commission, 2012, pág. 7) y la segunda tiene relación a la necesidad de realizar investigación que permitan conocer más del sector con el fin de fortalecer la innovación. (European Commission, 2012, pág. 8). En este

---

<sup>10</sup> Periodo de 4 años.

<sup>11</sup> Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico

sentido es importante la creación de clústers y espacios de interacción para que los esfuerzos en investigación sean menos riesgosos.

Es así como la Cámara de Comercio de Bogotá toma por iniciativa la creación del Clúster de música de Bogotá donde el objetivo principal es convertir la ciudad en el principal centro de negocios de la música en América Latina en el 2025 (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015) con una amplia y efectiva red de circulación local y programas que favorezcan la inversión regional e internacional, a través de una oferta especializada, con esta nueva iniciativa, la CCB contribuye a que Bogotá siga consolidándose como la ciudad creativa de la música, según lo declaró la UNESCO en 2012, para incrementar la productividad y la competitividad en el sector.

El clúster de la música está integrada por intérpretes, artistas, managers, autores, sellos disqueros, productores musicales, festivales, medios especializados, entidades del gobierno, sociedades de gestión colectiva, productores de evento y la academia. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.) Este sector es una de las apuestas en las que se han venido trabajando junto con entidades públicas y privadas, y en la línea con los esfuerzos de Política Industrial Moderna bajo el marco del Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e innovación. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.).

La propuesta de valor del clúster de música, es posicionar a Bogotá como la “Music City” de Latinoamérica haciendo de ella un importante centro musical y de negocios de la música, en el cual especializará fundamentalmente en la música en vivo, eventos de ciudad y desarrollo de una Bogotá nocturna siendo este motor de desarrollo económico, social y cultural de la ciudad. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.)

### **Economía de la música en Bogotá.**

Teniendo en cuenta el estudio sobre la economía de la música realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá junto con la Secretaria de Cultura y Deporte, cuyo fin fue mostrar el comportamiento de la música en la ciudad y el país. Estudio focalizado en tres aspectos relevantes los cuales son: La creación artística, la grabación de la música para su distribución y los espectáculos en vivo. Los resultados arrojados por esta investigación demuestran que los ingresos de la industria musical durante el 2015 llegaron a los COP 84.310 millones, lo que represento un 76% de los ingresos de espectáculos públicos en Bogotá. Así mismo se determinó

que los recaudos de la realización de música en vivo crecieron de COP 8.058 a COP 14.627 millones entre 2005 y 2014. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015)

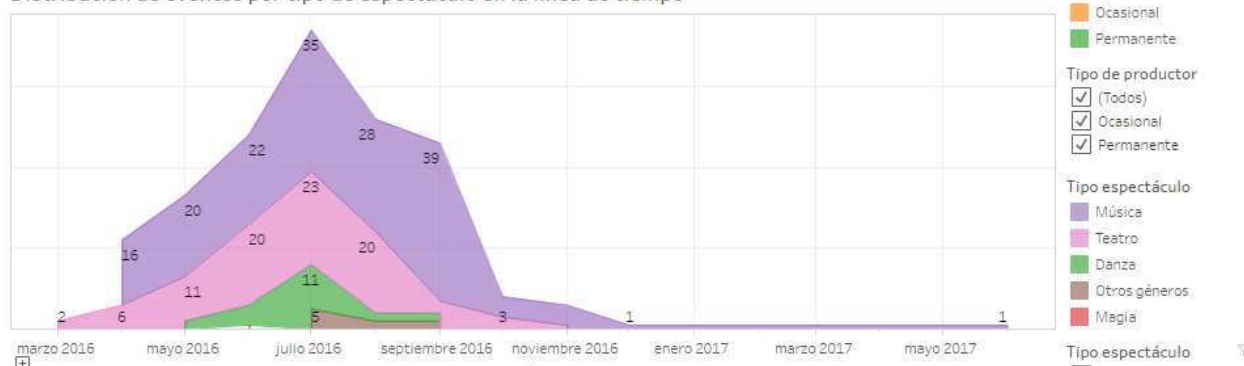
Estudiar la economía de la música en Bogotá hace parte de una agenda que busca fortalecer la música y las industrias creativas del país; trabajando en conjunto el sector público y privado, así mismo se espera que se consolide como un observatorio de la música en Bogotá, esta medición es la primera realizada en Colombia y Latinoamérica, donde solo ciudades de talla internacional como Texas (Estados Unidos) o Toronto (Canadá) lo desarrollaron por el gran movimiento económico que genera el sector, precisó Marco Linas, vicepresidente de competitividad para la CCB. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015).

Según el estudio entre el 2012 y 2015 se realizaron 2.303 espectáculos musicales en Bogotá, lo que representa el 47,3% de los ingresos de esta actividad en el país.

### Producción y circulación de música en vivo: eventos en Bogotá.

Gráfico 2 PULEP Caracterización de los eventos por tipo de espectáculo público de las artes escénicas y tipo de productor (2015-2016 Mayo)

Distribución de eventos por tipo de espectáculo en la línea de tiempo

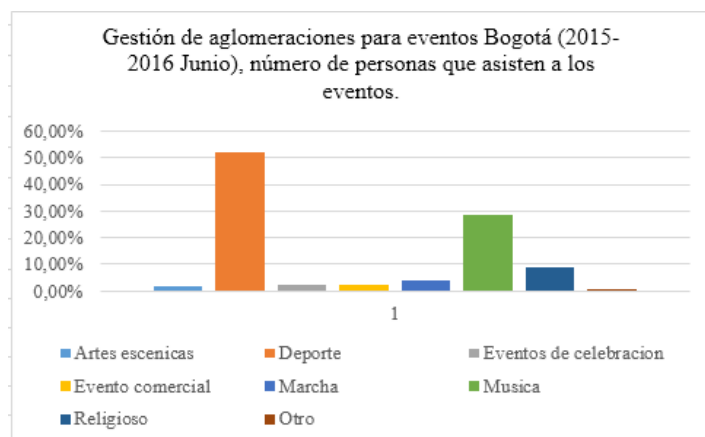


Fuente: "Cámara de Comercio de Bogotá"

<http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Musica/Sobre-el-Cluster/Economia-de-la-musica-en-Bogota/Produccion-y-circulacion-de-musica-en-vivo-eventos-en-Colombia>

## Producción y circulación de música en vivo: Eventos por tipo y aforo % de Aforo .

Gráfico 3 SUGA: Gestión de aglomeraciones para eventos Bogotá (2015-2016 Junio), número de personas que asisten a los eventos.

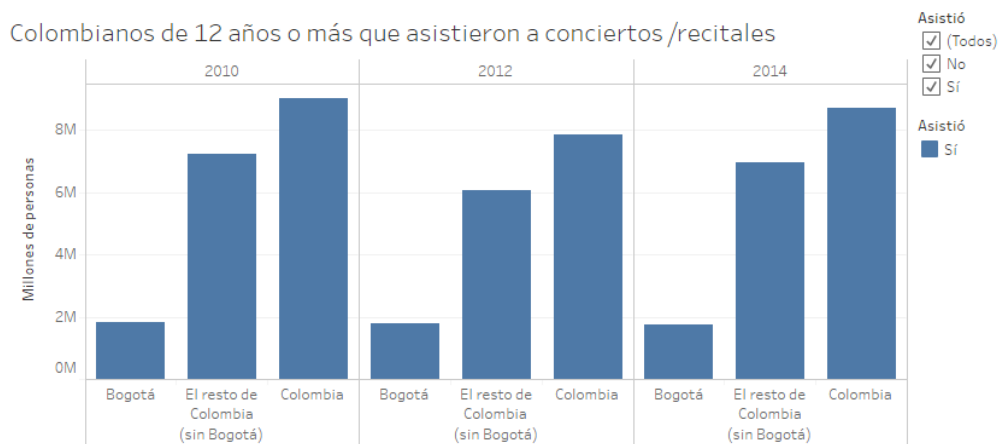


- Artes escénicas : 1.86%
- Deporte: 51.75%
- Eventos de celebración: 2.54%
- Eventos comerciales: 2.53%
- Marcha: 3.91%
- Música: 28.41%
- Religioso: 8.87%
- Otros: 0.13%

Fuente: Propia (Datos tomados de la siguiente página de Internet)  
<http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Musica/Sobre-el-Cluster/Economia-de-la-musica-en-Bogota/Produccion-y-circulacion-de-musica-en-vivo-eventos-por-tipo-y-aforo>

## Consumo: Música en vivo.

Gráfico 4 Información sobre consumo de música en vivo en Colombia (2010-2012-2014) Encuesta de consumo cultural nacional (DANE)

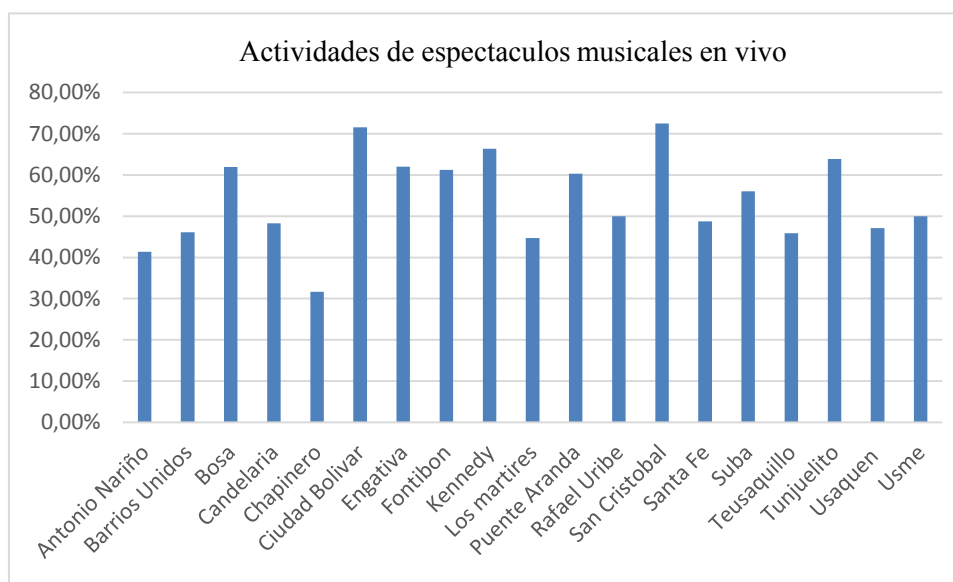


Fuente: "Cámara de Comercio de Bogotá"  
<http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Musica/Sobre-el-Cluster/Economia-de-la-musica-en-Bogota/Consumo-musica-en-vivo>

En el año 2010 los colombianos que si asistieron a eventos en Bogotá fueron 1.810.177 donde se recaudaron \$85.593.058.834 pesos por boletas de conciertos y recitales; en el 2012 asistieron a eventos 1.770.749 personas y se pagaron \$75.149.501.280 pesos por boletas de conciertos y recitales; en el 2014 fueron 1.734.651 donde se pagaron \$94.461.228.394 pesos por boletas de conciertos y recitales.

### **Actividades económicas y su relación con la música.**

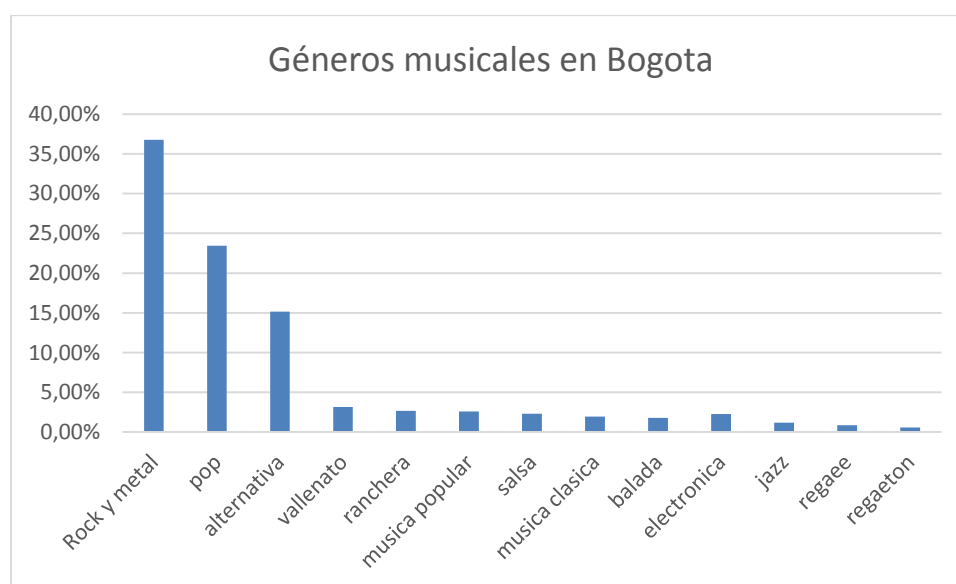
Gráfico 5 Empresas del sector de la música por actividad económica según CIU (2013-2015), número de empresas registradas por actividad en Bogotá.



*Fuente: Propia (Datos tomados de la siguiente página de Internet)*  
<http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Musica/Sobre-el-Cluster/Economia-de-la-musica-en-Bogota/Actividades-economicas-y-su-relacion-con-la-musica>

## Producción y circulación de música y música en vivo: Información general de PULEP.

Gráfico 6 Concentración de géneros musicales en Bogotá



*Fuente: Propia (Datos tomados de la siguiente página de Internet)*  
<http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Musica/Sobre-el-Cluster/Economia-de-la-musica-en-Bogota/Produccion-y-circulacion-de-musica-en-vivo-Informacion-general-del-PULEP>

### Turismo musical.

Teniendo en cuenta lo expuesto por Marta Magadan Díaz y Jesús Rivas García en su libro turismo y tendencias, en España la música tiene gran importancia a nivel social, económico y cultural, más aun cuando esta hace un aporte económico importante al turismo.

PROMOMUSICAE (Productores de música en España) resalta según el libro blanco de la música que la música en España en 2003 generó 4.565.9 millones de Euros, lo que significa 0.8% del PIB.

El turismo musical se enmarca dentro de la estrategia de diversificación y especialización del turismo cultural, en ciudades como París, Viena, Londres o Nueva York han utilizado la música como sus valores turísticos más destacados. La música se ha convertido en un mecanismo de promoción de ciertas zonas; un claro ejemplo del turismo musical es el festival de Salzburgo en Austria (es un importante festival de música y teatro que se celebra desde 1920 en Salzburgo, la ciudad natal de Wolfgang Amadeus Mozart.), evento que genera cerca de 45 millones de euros en cada edición y es cita para los amantes de la música clásica y barroca. En estas ciudades la oferta del turismo musical esta tan consolidada que se ofrecen paquetes turísticos para el evento muchas veces combinados con otras ofertas, como rutas músico culturales y gastronómicas.

El turismo para melómanos<sup>12</sup> ha crecido y tienen un amplio futuro tanto así que las agencias de viajes y tour operadores trabajan actualmente en este tipo de turismo. El género musical es parte influyente en el tipo de paquete que se ofrece, por ejemplo para los amantes de la música clásica, los clientes suelen ser personas mayores a 50 años, cultas y con un poder adquisitivo alto. Ocurre lo contrario con festivales de rock y música alternativa, donde el turista que asiste a este tipo de festivales suele ser joven y con un poder adquisitivo bajo, buscar un viaje económico

Hay países europeos, como es el caso de Austria en los que se ha conseguido definir un nicho de mercado muy especializado en turismo musical, de gran movilidad y capacidad de gasto. De manera que los acontecimientos musicales, así mismo, pueden servir de base para el desarrollo de marca turística.

El turismo musical, aunque es joven en España es uno de los segmentos de negocio que más ha crecido durante los últimos tiempos en el sector de los viajes especializados. Actualmente varias comunidades autónomas ya incluyen entre sus políticas turísticas el desarrollo de festivales para atraer al consumidor. (Díaz & García, 2015, págs. 45-50)

---

<sup>12</sup> Persona que siente pasión y entusiasmo por la música



## **Tendencias y productos turísticos internacionales con relación a espectáculos masivos**

En la actualidad el turismo musical se ha convertido en un auge para la economía de un país, este consiste en aquella visita que se realiza con un propósito especial un “espectáculo musical” o visitar lugares que fueron fuente de inspiración para una letra, un intérprete e incluso un tipo de música.

A continuación se darán a conocer los tipos de turismo musical trabajados en diferentes países como lo son: Argentina, España, Estados Unidos e Inglaterra.

### **Inglaterra.**

UK music es la organización que representa los intereses colectivos de las empresas comerciales de artistas, músicos, cantautores y compositores, este ente es el encargado de hacer la medición de la música en el Reino Unido, donde en su reporte “*Measuring Music 2016 report*” (esta es la cuarta edición del informe) destaca la contribución económica de la música a la economía del país. En 2014 cerca de 9.5 millones de personas viajaron para asistir a festivales musicales y conciertos, donde 550.000 turistas procedían del extranjero, Londres atrajo a 3.3 millones de turistas musicales, ingresando USD 1.043.000 al país. (UK Music, 2016)

La música proporciona una visión vital a la contribución económica de la industria del Reino Unido. La música es una parte central de la creatividad para una economía sólida y creciente, el desafío para el país en este momento es asegurar unas condiciones óptimas para un futuro, mediante el establecimiento de políticas que permitan el fortalecimiento de la industria y la libertad de comercio.(UK Music, 2016).

Andy Heat, presidente de la UK music resalta que la industria de la música en vivo atrae cerca de 30 millones de fans, lo que representa un aumento del 16% del turismo para el país, haciendo de este uno de los principales destinos musicales del mundo.(Department for culture media & spot, 2016)

Wish you were here estudia el impacto de la música en vivo en la economía y el turismo, donde se destacan las siguientes cifras:

- 27.7 millones (Total audiencia de música en vivo en el Reino Unido en 2015)

- 3.7 Millones (Asistencia total a festivales en 2015)
- 24 Millones de (Asistencia total a conciertos en 2015)
- 3.7 billones de libra esterlina (Gasto total directo e indirecto generado por el turismo musical en el Reino Unido)
- 38% (Proporción de público que son turistas musicales)
- 16% (Aumento en el número de turistas musicales extranjeros que visitaron el Reino Unido entre 2011-2015)
- 3.2 Millones (Turistas musicales que asistieron a eventos musicales en vivo en Londres en 2015)
- 39.034 (Número de empleos de tiempo completo generados por el turismo musical)

### ***Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts.***



*Imagen 1 Glastonbury Festival*  
[http://cdn.glastonburyfestivals.co.uk/wp-content/themes/glasto/assets/gfx/glastonbury\\_festival\\_generic.png](http://cdn.glastonburyfestivals.co.uk/wp-content/themes/glasto/assets/gfx/glastonbury_festival_generic.png)

Por sus siglas en español Festival de Glastonbury de las Artes escénicas contemporáneas, es considerado el festival de música y arte más grande del mundo, festival que se ha convertido en fuente de turismo donde aporta más de 4.700 millones de dólares a la economía. Se realiza el último fin de semana de Junio, Glastonbury ha logrado

crear su propio mundo de diversión que se actualiza cada año con nuevos artistas y actividades. El primer festival fue realizado en el año 1970 con una audiencia de 1.500 personas.

### ***Mapa del rock.***

. Inglaterra le apuesta al turismo del rock con la creación de un “mapa del rock” la idea de este mapa es promocionar los sitios más emblemáticos del rock del país durante los años 70. A través de este los turistas pueden disfrutar de casi 200 lugares emblemáticos como la residencia de Jimi Hendrix, la cuna del punk británico o los estudios de Abbey Road (famosa por la foto de los

Beatles en su paso de cebra). Este permite a los turistas acercarse más a la cultura del rock mediante festivales y templos de música.

La ciudad de Liverpool acoge uno de los atractivos turísticos más importantes con relación a la música, no hay mejor ciudad para conocer el legado de los Fab Four ni un mejor hotel que el Hard Days Night (hotel inspirado en la banda británica The Beatles), los turistas pueden disfrutar de la historia del rock and roll en la ruta de los Beatles.



*Imagen 2 "The Cavern Pub"*  
<http://www.thewotme.com/2014/12/ruta-de-los-beatles-en-liverpool/>

Mathew Street, es la calle más famosa de toda la ciudad al estar cargada de mucha magia, historia y música, en este lugar está ubicada The Cavern Pub (lugar donde se hicieron famosos los Beatles) allí se encuentra la estatua de John Lennon apoyado en la pared del club.

### **Argentina.**

En los últimos años Argentina ha logrado avanzar en materia de la industria musical, gracias a que los productores musicales encargados de organizar festivales, shows y fiestas, la han elegido para sus proyectos.

La historia, la música, el arte, la cultura entre otras cosas hacen de Argentina uno de los destinos más apetecidos en Latinoamérica, reflejando cultura de vanguardia y tradición. Uno de los atractivos más importantes que posee es al ritmo musical, destacando el Tango como el género más emblemático, seguido está el folklore que es muy cambiante con relación a rítmicas e instrumentos y bailes típicos, según las empresas del sector, en los últimos dos años se ha incrementado un 82% los viajeros que asisten a eventos en el extranjero desde cualquier parte del mundo. (Pulso Turístico, Turismo + Sostenibilidad, 2015)

### ***Ruta del tango.***

Si bien suele decirse que el tango es la música más popular de Argentina desde la década de los 40 y 50 gracias a que su capital Buenos Aires estaba llena de discotecas con orquestas en vivo, anfiteatros, centros culturales, programas de radio y televisión y obras de teatro basadas en este género musical. Buenos Aires ofrece múltiples espacios que permiten tener un contacto directo con esta cultura. Shows de bandas consagradas y grupos nuevos, bailarines profesionales, coreógrafos, letristas, compositores hacen del tango un atractivo musical para la capital del país.



*Imagen 3 La ruta del tango*  
<http://festivales.buenosaires.gob.ar/uploads/admin/fotos/60cb5d1d743f0a6e4ae29c721e068f47b38dc300.jpg>

Los orígenes del tango se remontan a principios del siglo XX, cuando al Río de La Plata llegaron los inmigrantes europeos, seis estilos musicales principales dejaron su huella en el tango: la habanera cubana, el candombe, el tango andaluz, la milonga, la mazurca y la polka europea. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), 2009).

El recorrido por la capital de la música porteña, permite a millones de turistas acercarse a esta flamante cultura. La ruta del tango comprende shows y coreografías precisas, es por esto que la UNESCO declaró el tango como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad desde el 2009.

### ***Tango BA, festival y mundial.***

Durante el mes de Agosto es celebrado el festival de tango de mayor repercusión internacional, se realiza en la ciudad de Buenos Aires, Argentina teniendo una duración de 13 días donde miles de bailarines y público de todo el mundo llegan a la



*Imagen 4 Tango, Buenos Aires*  
[https://turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/field/image/tango9802\\_16.jpg](https://turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/field/image/tango9802_16.jpg)

ciudad para ser partícipes de más de 200 actividades que se ofrecen en el festival, tales como, recitales, exhibiciones, clases, espectáculos e incluso una feria de productos, al final del festival se disputa una competencia de baile que dictamina quienes son los nuevos campeones mundiales de tango, clasificados en sus dos categorías (Tango de pista y Tango de Escenario), donde se garantiza un espectáculo único y emocionante no solo a los participantes sino también a la comunidad y a los turistas, desde 2008, compositores, intérpretes, investigadores, recopiladores y especialistas participan de más de 50 producciones especiales. (Sitio Oficial de Turismo de Argentina, s.f.).

## **España.**

### ***Primavera sound y sonar.***

Es un festival de música celebrado cada año durante el mes de Mayo y Junio en la ciudad de Barcelona, la edición número 1 tuvo lugar en el 2001 en el pueblo español. Este festival se rige como una cita musical de referencia, teniendo en cuenta lo descrito en la página oficial el impacto económico del evento llega cerca de los 95 millones de euros gracias a alto potencial turístico.

Los barcelonenses valoran de una manera muy positiva el festival, debido a que atrae artistas de talla internacional, la oferta musical es variada e incluye un gran número de actividades gratuitas. Este festival crece de una forma progresiva, donde en su última edición se realizaron 348 conciertos con un total de 191.800 lo que genero un crecimiento del 12% con relación al 2013. (Primavers Sound , 2015).

El festival fue nombrado como el evento musical más importante del año según el Observatorio de cultura de España en 2013.

Los resultados del estudio indican además que la ciudadanía considera que Primavera Sound funciona como motor económico debido principalmente a su alto potencial turístico y a su capacidad generadora de empleo. (Primavers Sound , 2015).



*Imagen 5 Primavera Sound Festival*  
[http://s1.ticketm.net/ing/tat/dam/a/6e8/5f067f4b-c0f8-47fb-a966-10973f0756e8\\_239361\\_CUSTOM.jpg](http://s1.ticketm.net/ing/tat/dam/a/6e8/5f067f4b-c0f8-47fb-a966-10973f0756e8_239361_CUSTOM.jpg)

## Estados Unidos.

### *Festival South by South west, Austin.*

La creación de organismos gubernamentales, planes estratégicos y de desarrollo, inversión local hacen que la música se encuentre en el ranking 10 de las principales actividades económicas para la ciudad. La creatividad es un factor clave para la generación de riquezas y transformación de la ciudad, es así como la escena musical se ha convertido en un factor determinante para la transformación de Austin, Texas. (Martinez & Pacheco, 2016, pág. 7).

La ciudad es catalogada como “la capital mundial de la música en vivo”; teniendo como oferta principal dentro de sus productos turísticos “la música” tal como el festival South by South West. Entre el 2005 y 2010 el sector del turismo generó empleos donde uno de cada cinco empleos se relacionaba con el subsector del turismo musical, es así como la actividad musical hace parte del “Development Department” del gobierno de Texas creando un programa llamado “Music & entertainment Division” donde su objetivo primordial es la construcción de una comunidad activada enmarcada en la música. (Martinez & Pacheco, 2016, pág. 12)



El Festival de Música SXSW es uno de los más grandes e influyentes eventos de la industria musical mundial del año, que tiene lugar cada mes de marzo en Austin, Texas la capital de música en vivo del mundo.

*Imagen South by South West Music Festival*  
<http://www.dodmagazine.es/wp-content/uploads/2015/11/sxsw-music-festival-2016.png>

Cada año, el Festival de Música de SXSW alberga una mezcla completa de artistas flamantes, nuevos y famosos, internacionales y legendarios que se presentan en bares, clubes, parques,

iglesias, hoteles y en cualquier otro lugar que se pueda imaginar en Austin, Texas. El público puede disfrutar de una gran variedad de estilos musicales en SXSW. En la edición de 2016, más de 67 países estaban representados entre los más de 2.200 artistas intérpretes o ejecutantes (South by South West Music Festival, 2016)

### **Marco histórico**

La aparición del término “Industrias Culturales” se remonta a la escuela de Frankfurt, a mediados del siglo XX, cuando los filósofos Adorno y Horkheimer introducen el concepto, este concepto se realizó a partir de querer realizar una crítica frente al cambio de las personas con la modernidad que se estaba presentando en el momento, en la década de los 60 se evidencia un gran impacto en los países más avanzados donde se implementa la radio, la televisión, la industria editorial y la fonográfica. Aunque han pasado varios años desde aquella época la UNESCO informa que el crecimiento de este ámbito a nivel mundial entre los años 1980 y 1998 fue del 300% por lo tanto en algunos países del mundo se dice que ha sido una industria que ha generado dinamismo económico; Estados Unidos es uno de los países con más influencia en el sector, 5 países más en Latinoamérica se han visto beneficiados debido a los incrementos económicos que han sido bastante representativos. Latino América ha empezado a darle prioridad a las industrias culturales como sostenibilidad económica, se han desarrollado políticas culturales, mediante la creación de ministerios de cultura y agencias de circulación, este es un proceso que lleva poco tiempo enlazando los países pero ha logrado vincular los sectores más tradicionales y quizás los que más se tienen en común, por el momento como lo son: fonográfica, editorial, audio visual y medios de comunicación.

Focalizando las industrias culturales en Colombia se evidenció que los primeros subsectores que aparecen son la animación digital y los videos juegos que logran brindar innovación en el sector. Los emprendedores de las industrias culturales llevan diferentes demandas tanto externas como internas donde su oferta era la televisión, la radio y la prensa con diferentes derivaciones como revistas, formación artística y editoriales independientes.

En 2009 el Ministerio de Cultura crea el grupo de emprendimiento cultural mediante la resolución número 2603, con esto se inicia la formalización de este y se empieza a reflejar el apoyo del sector público y privado brindando formación profesional para las personas en áreas de gestión cultural con el apoyo de entidades como el SENA, las cámaras de comercio, cajas de

compensación y algunas universidades. Debido a que en Colombia las industrias culturales llevan relativamente poco tiempo, poco a poco se han ido complementando con otras actividades como lo son el teatro, espectáculos en vivo, festivales, fotografía, circo entre otros; cumpliendo los mismos objetivos por los cuales se consolidó este proceso en Colombia que es el intercambio cultural, sostenibilidad y rentabilidad para el país. (Velez, 2013)

## **Marco político**

### **Ley del espectáculo público de las artes escénicas.**

La realización de espectáculos en vivo en Colombia es regida bajo la ley 1493 del 26 de diciembre de 2011, la cual dispone las medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas.

Según lo expuesto en el artículo 3 “Definiciones” se da por entendido que los espectáculos públicos de las artes escénicas, son aquellas representaciones artísticas en vivo como el teatro, danza, música, circo, magia, entre otras que son creadas a partir de la imaginación y conocimiento del ser humano.

Los productores de espectáculos de las artes escénicas, pueden ser entidades tanto públicas como privadas, personas naturales o jurídicas cuya principal función es la organización de un espectáculo en vivo.

Servicios artísticos de los espectáculos públicos de las artes escénicas, son aquellas actividades en el que la base fundamental es la creatividad y el arte.

Productores permanentes, son aquellas entidades en donde la realización de eventos públicos de una manera habitual se convierte en la razón de ser de su empresa.

Productores ocasionales, son quienes trabajan en la industria musical eventual o esporádicamente y deben pagar la contribución parafiscal una vez se dé por finalizado el espectáculo.

Son denominados escenarios habilitados aquellos lugares que tienen la infraestructura adecuada que permiten la realización habitual de espectáculos públicos.



Estas definiciones comprenden las siguientes dimensiones:

1. Expresión artística y cultural.
2. Reunión de personas en un determinado sitio.
3. Espacio de entretenimiento, encuentro y convivencia ciudadana.

El congreso de la república de Colombia dicta los principios básicos de la ley donde es establecido que el estado se encargará de impulsar y fomentar procesos, proyectos y actividades culturales respetando la diversidad de la nación, ampliando y adecuando una infraestructura artística y cultural que permita la interacción de la cultura nacional con la cultura universal. El Estado tendrá como objetivo fundamental de su política cultural la preservación del Patrimonio Cultural de la Nación, el apoyo y el estímulo a las personas, comunidades e instituciones que desarrollen o promuevan las expresiones artísticas y culturales en los ámbitos locales, regionales y nacionales.

El objetivo de la ley es reconocer, formalizar, fomentar y regular la industria del espectáculo público de las artes escénicas logrando una mayor inversión local con el fin de diversificar la oferta de bienes y servicios, ampliando el acceso a la población, aumentando la competitividad haciendo de estas una base fundamental para la construcción de la base social y los procesos de identidad cultural del país.

El capítulo II de la presente ley hace referencia a la deducción por inversiones del impuesto sobre la renta del 100% a las inversiones en materia de infraestructura nueva o en la adecuación de escenarios habilitados existentes, destinados específicamente a la realización de espectáculos en público.

Los extranjeros no residentes que presten servicios de espectáculos en vivo de artes escénicas, aportaran el 8% del impuesto de renta que será retenido únicamente por el responsable de la actividad artística.

Están excluidos del IVA los espectáculos públicos de las artes escénicas, así como los servicios artísticos prestados para la realización de los espectáculos públicos de las artes escénicas. (República de Colombia - Gobierno Nacional, 2011).

La presente ley consta de 8 capítulos y 37 artículos donde se presentan las regulaciones que deben llevarse a cabo en la realización de espectáculos de artes escénicas.

### **Plan de desarrollo “Bogotá mejor para todos 2016-2020”.**

Para el desarrollo de esta investigación se tendrán en cuenta los planes y proyectos de los entes gubernamentales, de esta manera habrá una mayor coherencia entre lo que se pretende hacer con los lineamientos existentes.

Es así como en este apartado se hará referencia al plan de desarrollado que trabaja actualmente la Alcaldía Mayor de Bogotá que tiene por objetivo propiciar el pleno desarrollo de los habitantes a través del dinamismo y crecimiento de la ciudad.

La estrategia del Plan se estructura en tres (3) pilares y cuatro (4) ejes transversales, consistentes con el Programa de Gobierno, y que a su vez contienen las políticas generales y sectoriales.

Los Pilares son:

- Igualdad en calidad de vida
- Democracia Urbana
- Construcción de Comunidad.

Los Ejes Transversales son:

- Nuevo ordenamiento territorial
- Desarrollo económico basado en el conocimiento
- Sostenibilidad ambiental basada en la eficiencia energética
- Gobierno legítimo, fortalecimiento local y eficiencia.

Consolidar el turismo como factor de desarrollo, confianza y felicidad para Bogotá, es uno de los proyectos planteados en este plan de desarrollo, apostándole al turismo como alternativa para el crecimiento económico y sostenible, a través del fortalecimiento del sector, innovación, recuperación de atractivos turísticos, promoción y mercadeo de tal manera que se logre posicionarse como un destino reconocido a nivel nacional e internacional.

El Turismo internacional para Bogotá, representa un gran porcentaje de participación, de acuerdo con cifras de Migración Colombia la ciudad recibió en 2015 más de 1,1 millones de

viajeros extranjeros, un 13% más que en 2014. Cifra que ubica a Bogotá como el primer destino turístico del país, siendo el turismo de negocios el segmento de mayor relevancia en la ciudad, Bogotá se encuentra en la séptima posición en la realización de eventos y convenciones según la ICCA<sup>13</sup>; además de esto se resalta que los eventos internacionales más conocidos como Rock al Parque y la Feria del Libro, atraen un promedio de 10% de turistas. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2016, pág. 303)

Las estrategias planteadas por la Alcaldía para llegar a cumplir el objetivo de consolidar a Bogotá como una ciudad turística a nivel nacional e internacional están enmarcadas a través del desarrollo de ventajas competitivas y comparativas de tal manera que permitan aprovechar las nuevas tendencias del sector, dirigidas hacia la promoción del turismo de negocios, el turismo cultural, turismo de naturaleza y el turismo de salud y bienestar, estos son los productos turísticos asociados a la oferta y demanda turística de Bogotá.

Además se buscará el aprovechamiento de nuevas oportunidades que se generen a partir de las tendencias del mercado, tales como el turismo urbano, gastronómico, rural y comunitario, y las derivadas de las temporadas y ocasiones que atraen turismo a la ciudad como los grandes eventos, festivales o la navidad. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2016).

### **Plan sectorial de Turismo “Turismo para la construcción de la paz 2014-2018”.**

En 1995 dentro del Plan Nacional de Desarrollo aprobado por la Ley 188, en el artículo 20, se estableció que todas aquellas acciones encaminadas al sector turismo deben generar condiciones favorables para la sociedad, la cultura y el ambiente del país. De acuerdo a lo dispuesto en el Artículo 7 del Decreto 2785 de 2006, le corresponde al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo “coordinar la elaboración del Plan Sectorial de Turismo, de acuerdo con los artículos 1, 2, 16, 29, 30 y 33 de la Ley 300 de 1996 y demás normas que la modifiquen”. (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2016, pág. 9)

El plan sectorial de turismo es trabajado a nivel nacional, fue creado con el fin de posicionar a Colombia como un destino turístico sostenible y sustentable, la función de la planificación turística enfrenta el reto de generar bienes y servicios diferenciados e innovadores, apostándole

---

<sup>13</sup> Asociación Internacional de Congresos y Convenciones.

al turismo que genere beneficios económicos en la comunidad receptora permitiendo a las mismas conservar, transmitir y compartir sus costumbres y tradiciones.

Tal como es indicado anteriormente el reto para hacer de Colombia un destino turístico a nivel mundial es crear bienes y servicios diferenciados e innovadores, para que esto sea posible es importante que cada región, departamento, ciudad o municipio trabaje bajo estos lineamientos de tal manera que se logre cumplir el objetivo establecido previamente. Al finalizar esta investigación se conocerá si la realización de espectáculos en vivo en la ciudad de Bogotá más específicamente en la localidad de Teusaquillo contribuye al desarrollo turístico de la ciudad, generando nuevos productos turísticos focalizados en la música y los conciertos.

### **Metodología**

La metodología para la realización del presente trabajo será la siguiente:

1. En primer lugar, se consultará toda la información secundaria relacionada con el tema es decir esta será extraída de (libros, informes y estadísticas), esto será útil para la construcción de la primera parte del trabajo, el cual será, marco histórico y marco teórico, con el fin de concretar y analizar la oferta y demanda de espectáculos en vivo en la localidad de Teusaquillo.
2. El análisis de la oferta se hará en base a los datos que será facilitados por gremios relacionados al turismo tales como, COTELCO<sup>14</sup>, ANATO<sup>15</sup>, CITUR<sup>16</sup>, o entidades del estado como Cámara de Comercio de Bogotá, Secretaria de turismo de Bogotá organizaciones internacionales como, OMT<sup>17</sup>, UNESCO<sup>18</sup>, WTTC<sup>19</sup>, OCDE<sup>20</sup>
3. El análisis de los asistentes a conciertos se realizará mediante encuestas en la segunda semana de abril donde se harán un concierto de talla internacional en la ciudad de Bogotá, localidad de Teusaquillo.

---

<sup>14</sup> Asociación Hotelera y Turística de Colombia

<sup>15</sup> Asociación colombiana de Agencias de Viajes y Turismo

<sup>16</sup> Centro de información turística

<sup>17</sup> Organización Mundial del Turismo

<sup>18</sup> United Nations , Educational, Scientific and Cultural Organization

<sup>19</sup> World Travel and Tourism Council, por su significado en Español, Consejo Mundial de Viajes y Turismo

<sup>20</sup> Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

4. Una vez analizada la oferta y la demanda de espectáculos en vivo, se hará la propuesta de y finalmente se harán las conclusiones y recomendaciones del trabajo.

Para analizar el impacto que tiene el concierto de Justin Bieber se realizará encuestas el día 12 de Abril en el Estadio el Campin. (Localidad de Teusaquillo).

### **Muestreo.**

El muestreo es un proceso que sirve para determinar en cálculo promedio cual es el comportamiento de una población dependiendo lo que se vaya a estudiar, teniendo en cuenta lo expuesto por (Martinez, 2006, pág. 174) es importante tener en cuenta las etapas del proceso de muestreo las cuales son:

1. Identificación o delimitación del universo
2. Determinación del tamaño adecuado de la muestra
3. Selección de los elementos que harán parte de la muestra
4. Análisis estadístico de las muestras
5. Inferencia (métodos y técnicas) de los resultados hacia la población
6. Interpretación de los resultados

### **Universo de estudio.**

El universo o población son los elementos bien definidos y con una característica en común, es vital tener en cuenta las necesidades propias de la investigación. Existen universos finitos cuando el número de la población es menor o igual a 100.000 o universos infinitos cuando la población es mayor a 100.000. Este puede considerarse también si es un universo homogéneo (los elementos que lo conforman tienen características muy parecidas) o heterogéneo (los elementos tienen características que los diferencian el uno del otro) (Martinez, 2006, pág. 174)

El universo de estudio se determinó que serán los turistas nacionales o internacionales, la población residente no se tuvo en cuenta para esta investigación, así mismo es importante resaltar que la población a trabajar en esta investigación será finita ya que no supera los 100.000 asistentes, también clasifica como un universo heterogéneo.

### **Determinación del tamaño adecuado de las muestras.**

La muestra es la recopilación de elementos extraídos de la población, la siguiente fórmula se utilizará para determinar el tamaño correcto de la muestra. (Martinez, 2006, pág. 176)

Población finita:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Dónde:

**n** = Muestra: Es el número representativo del grupo de personas que se quieren estudiar (población) y, por tanto, el número de encuestas que debemos realizar, o el número de personas que se deben encuestar.

**N**= Población: Es el grupo de personas que se van a estudiar es decir el público objetivo

**Z**= Nivel de confianza: Mide la confiabilidad de los resultados. El porcentaje a trabajar será del 95% (1.96) o de 90% (1.65). Mientras mayor sea el nivel de confianza, mayor confiabilidad tendrán los resultados.

**e**= Grado de error: Mide el porcentaje de error que puede haber en los resultados. Lo usual es utilizar un grado de error de 5% o de 10%. Mientras menor margen de error, mayor validez tendrán los resultados.

**p** = Probabilidad de ocurrencia: Probabilidad de que ocurra el evento. Lo usual es utilizar una probabilidad de ocurrencia del 50%.

$q$  = Probabilidad de no ocurrencia: Probabilidad de que no ocurra el evento. Lo usual es utilizar una probabilidad de no ocurrencia del 50%. La suma de “p” más “q” siempre debe dar 100%.

Aplicación:

- $N = 42.000$
- $Z = 95\%$  nivel de confianza (1.96)
- $e = 5\%$  grado error (0.05)
- $p = 50\%$  (0.5)
- $q = 50\%$  (0.5)

Al realizar la aplicación de la ecuación con los datos dados anteriormente dados se obtiene como resultado 380 encuestas.

### **Elementos que harán parte de la muestra.**

Los dos tipos fundamentales de selección son los siguientes:

- Selección no probabilística: Es conocida como la selección de juicio, en donde hay ciertos aspectos propios del investigador como los siguientes:
  - Facilidad de acceso a la información
  - Cercanía de las fuentes de información.
  - Por comodidad, al tener conocimiento en el área que se está investigando.

Tomado de (Martinez, 2006, pág. 179)
- Selección probabilista: Es llamada así porque los elementos seleccionados son determinados mediante el azar donde cada uno de ellos tiene la misma probabilidad de ser elegido, sin importar la situación o ubicación dentro de la población. Dentro de esta selección son utilizadas tres técnicas básicas que permiten obtener mucho mejor la información:
  - Aleatoria simple-lotería
  - Aleatoria simple-sistematizada

- Aleatoria simple-números aleatorios

Tomado de (Martinez, 2006, pág. 180)

Se llega a la conclusión que el método de muestreo a utilizar en esta investigación será la técnica de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la accesibilidad para el investigador.

## **Capítulo I**

### **Diagnóstico de los espectáculos en vivo de Teusaquillo en la escena cultural de la localidad**

La cultura es un componente esencial en un viaje turístico, la experiencia de viajar ha sido y seguirá siendo uno de los factores que enriquecen el conocimiento humano; conocer otras culturas, otra lengua, probar comida autóctona, escuchar música característica de la región, entre otras cosas hacen que cada vez más existan nuevas motivaciones al viajar.

La música es una expresión cultural que se refleja a través del canto, la danza, el teatro, rituales, tradiciones orales y es así como hoy en día ocupa un lugar importante en la vida cultural de una sociedad, la incursión de nuevos géneros musicales hace que este elemento cree nuevas alternativas para dinamizar la industria, es por ello, que en este capítulo se hará un diagnóstico de los espectáculos en vivo de la localidad de Teusaquillo siendo esta considerada como la localidad cultural de la ciudad de Bogotá.

### **Espectáculos en vivo**

De acuerdo a lo establecido en el artículo 3 de la ley 1493 de 2011, los espectáculos en vivo son representaciones en vivo en teatro, danza, música, circo, magia y todas sus posibles prácticas derivadas o creadas a partir de la imaginación, sensibilidad y conocimiento del ser humano que congregan la gente por fuera del ámbito doméstico.

No se consideran parte de los espectáculos de las artes escénicas los cinematográficos, así como la filmación de obras audiovisuales en espacios públicos o en zonas de uso público, corridas de toros, deportivos, ferias artesanales, desfiles de modas, reinados, atracciones



mecánicas, peleas de gallos, de perros, circos con animales, carreras hípicas, ni desfiles en sitios públicos.

Según lo expuesto por la (UNESCO, s.f) la música es considerada el espectáculo más universal que hay en todas las sociedades, siendo esta parte integrante de otros espectáculos y ámbitos del patrimonio cultural inmaterial.

Hoy en día la música ejerce un papel muy importante en el intercambio cultural y creativo, es por esto que la música, la danza y el teatro forman parte de las artes escénicas que contribuyen a reavivar el turismo y el patrimonio cultural inmaterial.

Es importante resaltar que la realización de un espectáculo lleva consigo ciertas características, tales como la capacidad e infraestructura, el objetivo de participar en las actividades, propósito, duración, tiempo y contenido, personas a cargo (responsables), logística organizacional, supervisión por entidades gubernamentales, entre otros.

Los espectáculos masivos pueden clasificarse en:

- a) Encuentros y espectáculos deportivos.
- b) Eventos religiosos.
- c) Congregación política.
- d) Conciertos y presentaciones musicales.
- e) Ferias y festivales.
- f) Congresos, simposios, seminarios o similares.
- g) Obras de teatros.
- h) Exhibiciones de desfiles de modas, artísticas, gastronómicas y culturales.
- i) Atracciones y entretenimiento (Parques de atracciones, circos o similares).
- j) Carnavales y eventos tradicionales.
- k) Desfiles deportivos, cívicos-militar.
- l) Eventos culturales, etc.

Fuente: (Albar, 2014)

Para definir un evento es necesario contar con los siguientes aspectos:

1. Definición del evento: Si es de carácter cultural, deportivo, social, académico o profesional.
2. Promotor del evento: Es la empresa u organización que organiza el evento.

3. Público objetivo: Es el segmento de mercado al que va dirigido el evento.
4. Promoción del evento: Es toda la comunicación necesaria para dar a conocer el evento
5. Presupuesto del evento: Es la previsión de capital necesario para la organización y desarrollo del evento.

Fuente: (Albar, 2014, pág. 177)

En los eventos de carácter social o incluso cultural participan dos tipos de agentes, el primero es el organizador y en segunda posición se encuentran los asistentes.

La convocatoria que se realiza para cada uno de los eventos es importante para llevarlos a cabo, por lo tanto, teniendo en cuenta la diferencia de gustos e intereses de las personas, se realizan diferentes tipos de eventos para capturar y atraer la participación de todos logrando mantener el intercambio cultural.

### Tipología de los eventos

Los eventos son organizados por un motivo en particular ya sea de carácter, político, empresarial, académico, comercial, deportivo y social. Una vez definidos el tipo de eventos es importante que tipo de producto o servicio se ofrecerá a los asistentes. Es así como los eventos se pueden clasificar según su finalidad.

Tabla 2 Eventos según su finalidad

<b>Tipo de evento</b>	<b>Tipo de producto/servicio</b>
Institucionales	Tomas de posesión Firmas de documentos Celebraciones institucionales
Comerciales	Lanzamientos y presentaciones de productos Ferias y exposiciones comerciales Viajes de incentivo Reuniones de negocios
Culturales	Presentación de libros y discos Recitales Conciertos Exposiciones temporales de arte
Religiosos	Bodas Bautizos Primeras comuniones

Gastronómicos	Aperturas de restaurantes Jornadas gastronómicas Comidas de trabajo Degustaciones
Académicos	Seminarios Simpiosis Coloquios Jornadas Entrega de diplomas
Familiares	Aniversarios Cumpleaños Reuniones anuales Fiestas
Deportivos	Competiciones Torneos Campeonatos Entrega de medallas y premios
Macro reuniones	Conferencias Convenciones Congresos
Intercambio de ideas	Mesa redonda Paneles Foros Debates

Elaboración propia: Información tomada de (Albar, 2014, pág. 183)

Todo evento a realizar tiene una planeación frente al tema de interés, público, lugar entre otras cosas, a continuación se resaltan algunas características que se tienen en cuenta al momento de llevarlos a cabo.

### Características de los espectáculos en vivo

Tabla 3 Características de los espectáculos

Determinante	Concepto	Característica
Por la limitación de ingreso	Hace referencia al medio y costo de la entrada	-Acceso libre y sin boleto y sin fin de lucro -Sin fin de lucro pero con boleto para el ingreso -Con fin lucrativo
	Privado	-Es para cierto grupo de

Por el carácter de la reunión	Publico	personas -Cualquier persona puede participar en el evento
Por la duración aproximada en el pre ingreso	Consiste en el tiempo de horas desde que llega el primer asistente y se ubica en la parte extrema para hacer fila de entrada hasta el inicio del ingreso.	Hasta 3 horas De 4 a 8 horas De 9 a 15 horas Mayor a 15 horas
Por la duración del ingreso	Consiste en el tiempo del ingreso del público en horas	Hasta 1 hora De 2 a 3 horas De 4 a 7 horas
Por la dinámica colectiva	Consiste en el tipo de recreación general de la masa o público reunido	-Euforia (Grupo con liberación de energía alta). -Agresiva -Tranquila o calmada -Fanática (grupo que se rige por sus principio y normas, grupo conocido y conformado)
Por la movilidad	Consiste en si el evento se desplaza o es fijo en un lugar determinado.	-Estacionario -Móvil
Por el tipo de publico	De acuerdo con los rangos de edad del público asistente	-Niños -Adolescentes -Adultos -Adultos mayores
Por las razones o sectores del publico	Consiste en la ubicación del público dentro del lugar del evento	-1,2 o más de 3 razones
Por la jornada	Consiste en indicar si el evento es de noche, día o la mezcra de los dos	-Día -Noche
Por el entorno del lugar del evento	Consiste en describir e medio físico del lugar donde se va a realizar el evento.	-Comercial -Residencial -Despoblado
Por las características de la sede o lugar del evento	Consiste en definir las características estructurales de la sede	-Con techo -Al aire libre
Por el aforo esperado	Hace referencia a la cantidad de público proyectado para asistir al evento	Hasta 3.000 De 3.001 a 5.000 De 5.001 a 15.000 De 15.001 a 30.000

		De 30.001 a 50.000 Más de 50.000
Por la duración del evento	Estimar el tiempo de la presentación en horas o días	Hasta 3 horas De 4 a 8 horas Mayor a 8 horas 1 día o mas
Por la concentración de personas	Se refiere a la forma en que las personas por área determinada disfrutan del evento	General VIP Palcos

Elaboración propia: Información tomada de (Fundacion Iberoamericana de Seguridad Social y Salud Ocupacional)

Anteriormente se plantearon las principales características de los espectáculos en vivo a nivel general, a continuación, se hará énfasis en la localidad de Teusaquillo, como principal generador de este tipo de eventos.

### Generalidades de Teusaquillo

Tabla 4 Generalidades localidad de Teusaquillo

Ámbito	Descripción
	<p>Los inicios de la localidad de Teusaquillo se remontan a comienzos del siglo XX, entre los años 20 y 30, periodo en el se vieron reflejados grandes cambios en la ciudad de Bogotá.</p> <p>La palabra Teusaquillo proviene de un poblado indígena, bien provisto de leña y agua ubicado alrededor de la residencia de recreo del Zipa de Hunza. La localidad fue nombrada así como símbolo a este lugar indígena.</p> <p>A partir del año 1927 se inició el desarrollo urbanístico (concepto de barrio residencial, construido en entornos de espacios abiertos, calles abiertas y antejardines que rompían con los esquemas coloniales y neoclásicos de la época.</p> <p>Los arquitectos chilenos Julio Casanova y Raul Manhein iniciaron</p>

<b>Historia</b>	<p>las construcciones con la arquitectura moderna en donde predominaron las casas cerradas de dos plantas al estilo inglés.</p> <p>La localidad data del año 1927 durante un fuerte periodo de modernización que vivía tanto en Colombia como en América Latina. Estos procesos de modernización se importaron de Europa y Estados Unidos dentro de una carrera por llevar a las naciones latinoamericanas dentro de este proyecto de ciudad y del cual Teusaquillo se convirtió en receptor directo de los modelos urbanísticos y arquitectónicos de la época. (Secretaría de Hacienda, Departamento Administrativo de Planeación, 2004)</p>
<b>Población</b>	137.641 <sup>21</sup>
<b>Conformada</b>	Teusaquillo está conformada por seis UPZ <sup>22</sup> (Galerías, Teusaquillo, Parque Simón Bolívar, La Esmeralda, Quinta Paredes y Ciudad Salitre Oriental).
<b>Red de carreteras</b>	<p>La localidad número 13 de Bogotá está ubicada en el centro geográfico de la ciudad; consta con cerca de 1.421 hectáreas divididas en 31 barrios y 6 UPZ. Sus límites son al oriente la Av. Caracas; al sur la calle 26 y la Av. De las Américas; al occidente la Carrera 68 y al norte la Calle 63. Tiene una población aproximada de 137.641 habitantes distribuidos en las siguientes UPZ: Galerías, Teusaquillo, Simón Bolívar, Quinta Paredes y Ciudad Salitre Oriental y La Esmeralda. (Alcaldía Mayor de Bogotá, s.f.)</p>
	<p>Cuenta con rutas de servicio público de buses, busetas, colectivos y Transmilenio que conectan a la localidad con toda la ciudad. Cuenta con dos grandes puentes en la calle 63 en el cruce con la carrera 30 y el otro en el cruce con Avenida Carrera 68 que continua hacia Engativá. Es separada de la localidad de Barrios Unidos y la Biblioteca Virgilio Barco y el Complejo Acuático de escenarios</p>

<sup>21</sup> A 2007 Alcaldía Mayor de Bogotá

<sup>22</sup> Unidades de Planeamiento Zonal.

<b>Transporte</b>	<p>como el Parque Simón Bolívar o el palacio de los deportes.</p> <p>También cuenta con 5 kilómetros de red de ciclorutas, el tren de la Sabana atraviesa la localidad la cercanía con la biblioteca, opera el transporte turístico los fines de semana y de carga de lunes a viernes.</p> <p>Transmilenio se encuentra en la avenida Caracas (línea A) la avenida NQS (línea E) y la avenida el Dorado (línea K). En la localidad se encuentran estaciones como Calle 26, Profamilia, Avenida 39, Calle 45, Marly, Calle 57 y Calle 63; en la parte oriental se encuentran las estaciones de avenida el Dorado, Universidad Nacional, El campin, Universidad Antonio Nariño y Coliseo, hacia la zona centro las estaciones Centro Memoria, Plaza de la democracia, Ciudad Universitaria, Quinta Paredes, Gobernación, CAN y salitre – El Greco.</p>
<b>Cultura</b>	<p>Según Lo expuesto por el Consejo Local de Cultura Teusaquillo es considerada la “Localidad Cultural de Bogotá” gracias a que cuenta con una amplia oferta cultural soportada en gran medida por la variedad de organizaciones de diverso orden, así como por su patrimonio histórico, arquitectónico, ambiental y urbanístico.</p> <p>Ha sido una de las localidades más importantes de la ciudad no solo por su tradición histórica en la construcción de ciudad sino también por su capacidad de albergar diversa cantidad de espacios vitales para los bogotanos.</p>

Fuente: Elaboración propia, con información tomada de (Instituto Distrital de Turismo, s.f.) (Secretaria de recreación y deporte, s.f.) (Secretaria Distrital de Planeacion , 2011)

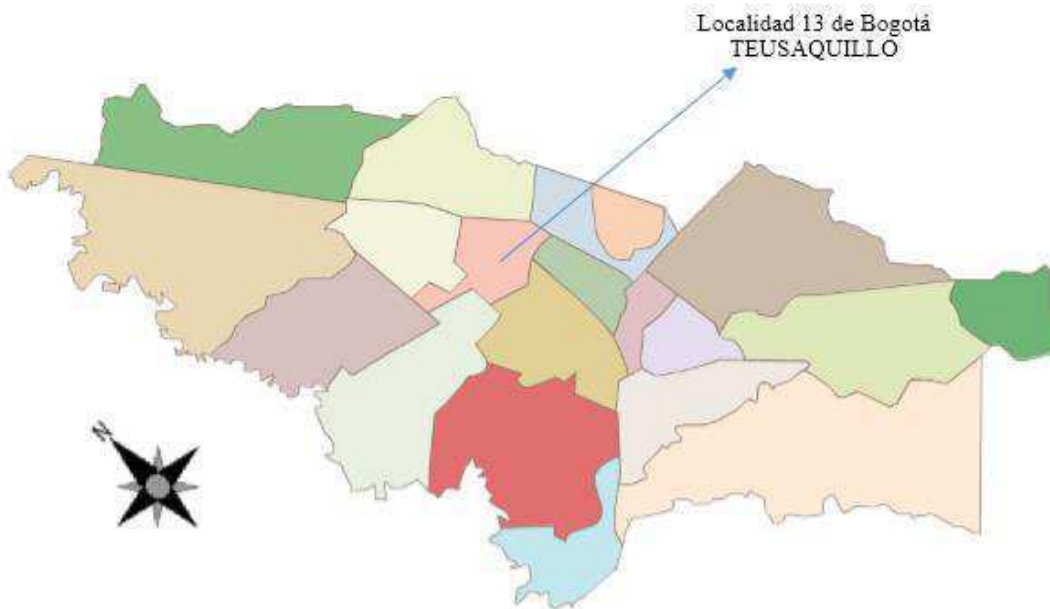
A continuación se presentan las principales características, económicas, empresariales y sociales, de la localidad de Teusaquillo, en comparación con las otras 19 localidades de Bogotá.

- La localidad de Teusaquillo representa el 1.7% del área total de la ciudad.
- Es la décimo tercera (13) localidad.
- En Teusaquillo predomina la clase media el 86,6% de los predios son de estrato cuatro y el 11.4% de estrato tres

- La localidad Teusaquillo tiene 137.641 mil habitantes (2,3% del total de la ciudad).
- El promedio de las personas por hogar (2,8) es inferior al de la ciudad.
- En Teusaquillo, el porcentaje de analfabetismo (0,8%) es inferior al de Bogotá (2,2).
- Índice de condiciones de vida (96,1%) es más alto que el de Bogotá (89,4%)
- Teusaquillo es la localidad de Bogotá con el menor número de personas con necesidades básicas insatisfechas (NBI) 313, El 1,1% de la población está clasificada nivel 1 y 2 del SISBEN.
- El 85,4%, de la población de Teusaquillo está afiliada al sistema de salud y es la tercera localidad en cobertura de seguridad social en salud en Bogotá.
- La tasa bruta de mortalidad fue de 58,1 muertes por cada 10.000 habitantes.
- La infraestructura vial de Teusaquillo representa el 5,1% de la malla vial de la ciudad, que equivalen a 742 kilómetros carril vial, por lo que ocupa el undécimo puesto entre las localidades de Bogotá.
- Teusaquillo tienen el decimoquinto presupuesto de inversión local de las 20 localidades de Bogotá (2,7%).
- En Teusaquillo se localizan 31 de los 2.344 barrios de Bogotá y seis unidades de planeación zonal.
- En Teusaquillo se localizan 10.928 empresas de Bogotá equivalentes al 5%. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el 77% sector de servicios, 14% la industria y el 6% la construcción.
- En la localidad hay una alta presencia de microempresarios. Del total de empresa, 9.409 son microempresas que representan el 86% de la localidad y el 5% de Bogotá
- Los sectores económicos en los que se encuentra el mayor número de empresas de la localidad Teusaquillo son: Comercio y reparación de vehículos (33%), servicios inmobiliarios y de alquiler (16%), industria (14%) restaurantes y hoteles (10%) y transporte, almacenamiento y comunicaciones (7%).
- El 54% de las empresas de la localidad Teusaquillo son personas naturales y el 46% personas jurídicas.
- El 12% de las empresas de la localidad realizan operaciones de comercio exterior.



Fuente: (Cámara de Comercio de Bogotá, 2007) (Secretaria Distrital de Planeacion , 2011)



*Imagen 6 Localidad de 13 de Bogotá "Teusaquillo"*  
<http://www.bogota.gov.co/localidades/mapa>

### **Teusaquillo Cultural.**

Teusaquillo tiene una relevancia especial, tanto por su tradición y patrimonio como por albergar la mayoría de grandes escenarios culturales, deportivos, institucionales, políticos, universitarios y de entretenimiento de la capital, donde se mezclan saberes, prácticas artísticas y encuentros diversos que reflejan la variedad de la ciudadanía. Teusaquillo, es una localidad cosmopolita que evidencia el orgullo de una capital que abre espacios artísticos y culturales.

Teusaquillo tiene un ambiente natural que conecta el arte y el paisaje con inmensos parques y zonas verdes, una ciudad universitaria, (es la localidad con mayor tasa de cobertura de educación superior, según la encuesta de calidad de vida de Bogotá del DANE, lo que hace de nuestra población un colectivo social que tiene a la cultura como

principio de vida) teatros, galerías, librerías, bibliotecas y centros históricos que se han convertido en el lugar perfecto para numerosos turistas nacionales e internacionales, haciendo de esta localidad un orgullo cultural de Bogotá, donde se podrán encontrar aproximadamente 1.632 bienes de interés cultural con obras arquitectónicas tales como la Biblioteca Virgilio Barco, el Museo de la Arquitectura, la Universidad Nacional, el Park Way, la Iglesia de Santa Marta, la Iglesia de Santa Teresita, el Centro Cultural Islámico, el Estadio Nemesio Camacho “El Campín”, el Parque Metropolitano Simón Bolívar y el Eje de la Calle 53, que en distintas temporadas comerciales pone a la venta productos artesanales.

Además de los bienes culturales y patrimoniales que posee la localidad, es importante resaltar un gran movimiento cultural bastante abundante, entre los que se destacan artistas intelectuales y músicos. Los diversos espacios existentes fortalecen y dinamiza la participación e inclusión de la comunidad en la cultura y en la generación de nuevos espacios y propuestas tales como el grafiti, la bici, grupos musicales que se toman plazas para agrandar y divertir al ciudadano. (Miño, 2015)

Esta localidad cuenta con grandes espacios de expresión que permiten la presentación de espectáculos artísticos y expresiones culturales, en su gran mayoría estos son espacios en área urbana y su oferta está dirigida a públicos de diferentes sitios de la ciudad que se desplazan para asistir a las presentaciones.

### ***Plan local de cultura 2012- 2021 localidad de Teusaquillo.***

El Plan Distrital de Cultura 2012-2021 marcará el rumbo cultural, artístico y patrimonial de la capital. Se espera que con la implementación del Plan, en el 2021 Bogotá sea reconocida como una ciudad que valora la cultura como plataforma social de los procesos constructivos y creativos del desarrollo y como una sociedad democrática, donde se transforman imaginarios y patrones culturales, se apropian y respetan las diversas prácticas culturales, artísticas y del patrimonio cultural de sus habitantes, y se generan condiciones para el ejercicio efectivo de los derechos culturales.

Es así como el plan de cultura de Teusaquillo juega un papel importante en la dinámica de la construcción de la plataforma cultural y una Bogotá incluyente, donde pretende ampliar el panorama del sector teniendo en cuenta que hoy en día se cuenta con el Sector Cultura Recreación y Deporte, el cual formula e implementa participativa y concertadamente las políticas culturales de la ciudad y sus localidades. Teusaquillo ha sido una de las primeras localidades del Distrito que contó con un documento de Políticas Culturales Locales, del cual se tiene referencia fue creado por el Consejo Local de Cultura del año 1995.

VISION. En el 2021 Teusaquillo es una localidad que reconoce la cultura como componente estratégico del desarrollo sostenible y del ejercicio de la democracia, donde se transforman imaginarios y patrones culturales, se apropian y respetan las diversas prácticas culturales, artísticas y del patrimonio cultural de sus habitantes, y se generan condiciones para el ejercicio efectivo de los derechos culturales.

El objetivo principal en la creación de este plan de cultura para la localidad es fortalecer y visibilizar a Teusaquillo como una localidad culturalmente Activa por medio de la articulación del sector cultural, artístico y patrimonial, que contribuya al desarrollo territorial y a un posicionamiento en el marco de una Localidad Turística nacional e internacionalmente. (Secretaría de Cultura, 2011)

### **Teusaquillo Turística.**

La Ley 300 1996 (Ley general del turismo) en el artículo 26, numeral 6, define el turismo metropolitano como "el turismo especializado que se realiza en los grandes centros urbanos, con fines culturales, educativos y recreativos, que dé lugar a la conservación del patrimonio histórico y cultural; a creación de espacios públicos de esparcimiento comunitario que propendan por el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales urbanos". En este orden se dice que Teusaquillo hace parte del turismo metropolitano puesto que está conformado por diversas modalidades de turismo, lo que la hace una localidad lo suficientemente representativa de las dinámicas socioculturales de Bogotá. (Congreso de la República de Colombia , 1996).

Tabla 5 Tipologías de la actividad turística en Teusaquillo

Fuente: Elaboración propia, información tomada de (Carbonell & Vélez, 25 de Noviembre, 2010)

TIPOLOGIAS DE LA ACTIVIDAD TURISTCA EN TEUSAQUILLO	
Tipo de turismo	Características
Turismo cultural	La ruta de las artes escénicas La ruta de los conciertos y eventos Las rutas del patrimonio arquitectónico La ruta de los museos La ruta por las galerías de arte colombiano
Turismo gastronómico	La ruta de las repostería La ruta de los cafés Sector del Park way Centro comercial Gran Estación
Turismo de negocios	Corferias Centros comerciales y Calle 53
Turismo de rumba	Distrito 27
Turismo religioso	La ruta de los milagros
Turismo recreativo y deportivo	Ciclo ruta El campin Parque Simón Bolívar

- Turismo cultural: la ruta de las artes escénicas

Teusaquillo es una localidad que cuenta con gran cantidad de escenarios aptos para eventos artísticos y teatrales, donde se realizan cursos de arte para todas las edades y festivales de artes escénicas de diferentes tipos, lo cual podría permitir la realización de eventos de gran representatividad en el



Imagen 7 Teatro Nacional Bogotá

<http://www.bogotatravelguide.com/Imagenes/teatro-nacional-fanny-mickey-bogota-01.jpg>

plano urbano y nacional. Establecimientos vinculados: Casa del Teatro Nacional, Casa Ensemble Libélula Dorada, Ditirambo Teatro, Teatro Arlequín, Acto Latino, Teatro de marionetas Jaime Manzur, Casa de la Historia de Diana Uribe. (Carbonell & Vélez, 25 de Noviembre, 2010).

○ Turismo cultural: los conciertos y eventos



*Imagen 8 Parque Simón Bolívar*  
[http://correrbien.com/noticias/reportesdeeventos/2014/reportemediabogota2014/Foto37\\_IMAGEN-14212560-2.jpg](http://correrbien.com/noticias/reportesdeeventos/2014/reportemediabogota2014/Foto37_IMAGEN-14212560-2.jpg)

eventos en la ciudad; lo cual crea una de las grandes potencialidades de Teusaquillo para generar actividades turísticas vinculadas a este fenómeno sociocultural. (Carbonell & Vélez, 25 de Noviembre, 2010)

Espacios urbanos tales como Estadio El Campin, Coliseo El Campin, Palacio de los Deportes (Barrios Unidos), Plaza de Eventos del Parque Simón Bolívar, Plaza del Centro Comercial Gran Estación, Sala de conciertos del auditorio León de Greiff de la Universidad Nacional, hace que Teusaquillo tome un papel importante en la fortalecimiento de la cultura de conciertos y

○ Turismo cultural y patrimonial: la ruta de los museos

Los interesantes museos que alberga la localidad lo hacen un atractivo para los turistas con intereses en historia y arquitectura. Tales como: la Casa Museo Jorge Eliécer Gaitán; el Museo de Artes, el Museo de Historia Natural, el Museo de la Medicina y el Museo de la Ciencia y el Juego de la Universidad Nacional;



*Imagen 9 Casa museo Jorge Eliécer Gaitán*  
[http://agenciadenoticias.unal.edu.co/uploads/pics/AgenciaUN\\_0927\\_1\\_39.jpg](http://agenciadenoticias.unal.edu.co/uploads/pics/AgenciaUN_0927_1_39.jpg)



el Museo de Museos de Colsubsidio; el Museo Histórico de la Fundación Mariano Ospina Pérez, y el Museo Macumba. (Carbonell & Vélez, 25 de Noviembre, 2010)

○ Turismo gastronómico: la ruta de la repostería

El sector de la restauración no se queda atrás en la localidad de Teusaquillo, la tradición que llevan muchos establecimientos los convierten en un gran potencial para la ruta de la repostería. Además, la calidad de sus productos los hace merecedores de un reconocimiento especial en el ámbito de la gastronomía local. El hecho de que muchos de estos establecimientos se encuentren en un espacio relativamente delimitado facilita un recorrido dirigido a un segmento de visitantes interesados en conocer más sobre la oferta gastronómica local relacionada con los dulces y postres.

Establecimientos vinculados:

Pastelería Toledo, Pastelería Metrópol, Productos Joyce, Pastelería Arlequín, Pastelería y Panadería Romannotti. Además encontramos la importante oferta existente en el Centro Comercial Gran Estación: Miryam Camhi, Nicolukas, Papagayo y Maite; en el centro comercial Galerías se encuentra Nicolukas y en Plaza 54 se encuentran Sharmeí, Chocolatier y La Madeleine. (Carbonell & Vélez, 25 de Noviembre, 2010)



*Imagen 10 Pastelería Arlequín*

[https://res.cloudinary.com/civico/image/upload/c\\_fill,f\\_auto,f1\\_lossy,h\\_628,q\\_auto,w\\_1200/v1435341852/entity/image/file/042/000/52d56d9531e93](https://res.cloudinary.com/civico/image/upload/c_fill,f_auto,f1_lossy,h_628,q_auto,w_1200/v1435341852/entity/image/file/042/000/52d56d9531e93)

○ Turismo de negocios: Corferias



*Imagen 11 Corferias*

[http://www.metrocuadrado.com/decoracion/sites/metrocuadrado.com/files/imagecache/DimensionesImágenes/corferiaspanor.jpg.crop\\_display](http://www.metrocuadrado.com/decoracion/sites/metrocuadrado.com/files/imagecache/DimensionesImágenes/corferiaspanor.jpg.crop_display)

En la localidad se encuentra el mayor escenario de negocios de la ciudad: Corferias, con eventos durante todo el año que comprenden desde el sector artesanal, la gastronomía, el turismo, la manufactura, las expresiones culturales

regionales, el diseño, la construcción; las industrias automotrices, editorial, de minas y energía, entre otras. Gracias al volumen de actividades desarrolladas en el sector se han reflejado inversiones en el aspecto hotelero y gastronómico. Además, se encuentran servicios complementarios como parqueaderos, supermercados, empresas de comunicaciones, servicios bancarios y cajeros automáticos. (Carbonell & Vélez, 25 de Noviembre, 2010)

- Turismo de compras: centros comerciales y calle 53

El visitante y turista en su recorrido por la ciudad desea encontrar un tiempo para realizar las compras como complemento a su estadía. En la localidad de Teusaquillo encuentra algunos espacios con amplia oferta de bienes concentrada especialmente en cuatro puntos focales: los centros comerciales (Gran Estación, Galerías y Plaza 54) y la calle 53. (Carbonell & Vélez, 25 de Noviembre, 2010)



Imagen 12 : Centro Comercial Gran Estación  
<http://www.granestacion.com.co/images/nosotros/495d9-concierto.jpg?version=17>

- Turismo de rumba: Distrito 27

Recientemente en localidad de Teusaquillo se ha creado el término “Distrito 27” que hace referencia a las a varias discotecas y bares que operan en el sector de Galerías bajo un entorno de convivencia, de seguridad e incluso bajar la tasa de alcoholismo entre los jóvenes y los menores de 18 años. Esto le confiere al sector una valoración positiva para la actividad turística, debido a las garantías que el sector ofrece para la

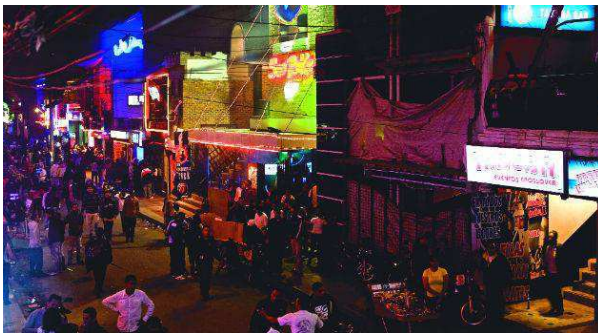


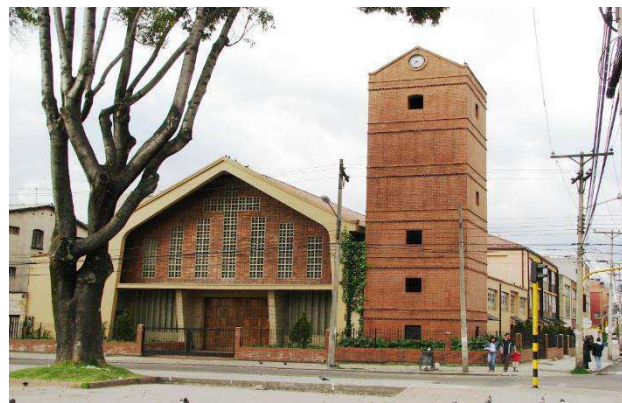
Imagen 13 Distrito 27 “Localidad de Teusaquillo”  
[http://static.iris.net.co/semana/upload/images/2014/7/8/394854\\_151257\\_1.jpg](http://static.iris.net.co/semana/upload/images/2014/7/8/394854_151257_1.jpg)

llegada de grupos de visitante. (Carbonell & Vélez, 25 de Noviembre, 2010)

- Turismo religioso: Ruta de los milagros

La fe se mueve alrededor de Teusaquillo bajo dos hitos religiosos: el "Milagroso" de Buga y Santa Marta. La movilización de fieles es masiva en los templos que albergan estas imágenes: San Alfonso María Liguorio, en donde cada 14 del mes se congregan para la veneración del Milagroso, y la parroquia de Santa Marta, la "patrona de los imposibles", que

Es venerada semanalmente los martes y el 29 de julio, día consagrado a la santa. Además de estas iglesias se encuentran otras con diferentes atractivos de arte religioso: el Divino Salvador, Santa Ana, el Espíritu Santo y Santa Teresita. (Carbonell & Vélez, 25 de Noviembre, 2010)



*Imagen 14 Iglesia de Santa Marta*  
<http://static.panoramio.com/photos/large/70687851.jpg>

- Turismo recreativo y deportivo



*Imagen 15 Centro de alto rendimiento*  
[http://bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/imagecache/img\\_atractivo\\_princip\\_al\\_node/Centro-de-Alto-Rendimiento.png](http://bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/imagecache/img_atractivo_princip_al_node/Centro-de-Alto-Rendimiento.png)

Gracias a la infraestructura y a los grandes escenarios deportivos con los que cuenta la localidad, el turismo deportivo es una modalidad de turismo que se puede potenciar, se considera que el paisaje cultural creado por la realización de actividades deportivas en los



escenarios deportivos de la localidad y de las localidades aledañas puede convertirse en un importante patrimonio local y urbano. También se pueden hacer alianzas con otras localidades que albergan escenarios de gran importancia tales como (Complejo Acuático Simón Bolívar, Centro de Alto Rendimiento, Parque Recreo deportivo El Salitre, Polideportivo El Salitre, Compensar). (Carbonell & Vélez, 25 de Noviembre, 2010)

- Turismo en bicicleta: por las ciclorrutas de la localidad, entre el patrimonio ambiental y cultural

La red de ciclorrutas que atraviesa la localidad es considerada un buen recurso para hacer turismo ambientalmente amigable. Urban Riders es un programa de La Gestoría, corporación cultural de la localidad que ofrece el servicio de préstamo de bicicleta, guía y



*Imagen 16 Ciclovía Bogota*

*<http://www.bogota.gov.co/sites/default/files/styles/large/public/field/image/ciclov%C3%ADa6.png?itok=YpUcKnt1>*

acompañamiento a turistas, visitantes y residentes para que disfruten de un

programa de turismo cultural en bicicleta por la red de ciclorrutas y ciclovías. Se adelanta los domingos y festivos y se realiza en grupos de cuatro a ocho personas. Ofrecen la ruta "Teusaquillo Verde" que comprende el Park Way, la Universidad Nacional, el Parque Simón Bolívar, y parques y zonas verdes de la localidad. El costo es de 35 mil pesos por persona. Se debe presentar la identificación y un seguro médico vigente para acceder al servicio. (Carbonell & Vélez, 25 de Noviembre, 2010)

### **Espectáculos en vivo en la Localidad**

Teusaquillo alberga espectáculos en vivo mes a mes, gracias a que cuenta con gran variedad arquitectónica, histórica, ambiental, urbanística y cultural, lo que la convierte en la “localidad cultural de Bogotá” (Secretaría de recreación y deporte, s.f.), denominada así por artistas, organizaciones y por el Consejo Local de Cultura. En la capital se llevan a cabo

festivales con tendencias musicales y culturales que convocan a miles de espectadores teniendo en cuenta que en su gran mayoría los artistas y bandas locales. Todos los eventos son gratuitos y abiertos al público.

Estas son algunas de los principales festivales y conciertos que se llevan a cabo durante el primer semestre del año 2017 en la localidad de Teusaquillo.

Tabla 6 Eventos desarrollados en la localidad de Teusaquillo 2017

<b>Evento/ Artista</b>	<b>Lugar</b>	<b>Fecha</b>
<b>Febrero 2017</b>		
Joan Manuel Serrat, Ana Belén, Miguel Ríos y Víctor Manuel	Gran Carpa de las Américas en Bogotá	18 Febrero
<b>Marzo 2017</b>		
Santiago Cruz	Palacio de los deportes	4 Marzo
Tributo Adele	Casa E	9 Marzo
Festival internacional de tango y folklore	Martin Fierro	11 Marzo
<b>Abril 2017</b>		
Maelo Ruiz	Martin Fierro	1 Abril
Tributo Adele	Casa Ensamble	6 Abril
Justin Bieber	Estadio El Campin	12 de Abril
La gal del chupe	Carpa América Corferias	22 Abril
Pipe bueno, Paola Jara y Alzate	Carpa America Corferias	22 Abril
<b>Mayo 2017</b>		
Slayer	Carpa América Corferias	3 Mayo
Los vinconti	Martin Fierro	5 Mayo
Miguel Bose	Carpa America Corferias	27 Mayo
<b>Junio 2017</b>		

Ed Sheeran	Estadio El Campin	2 Junio
Los rayos de México	Martin Fierro	10 Junio
<b>Julio 2017</b>		
Festival Rock al Parque	Parque Simón Bolívar	1,2 y 3 Julio
Dario Gómez	Martin Fierro	8 Julio

Fuente: Elaboración propia.

### **Oferta turística**

La Real Academia Española de la Lengua define la oferta como “conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado”. Según (Juárez & Cebrián, 2011, pág. 23) la definición exacta de oferta turística involucra elementos de atracción (recursos turísticos), prestadores de servicios (empresas turísticas) y otros elementos sin los cuales no podría desarrollarse el sector turístico (infraestructura turística). Así es como se define la oferta turística “total del servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por empresas o profesionales hacia una zona turística y las infraestructuras necesarias que permiten el desarrollo de la actividad turística, todos disponibles para que puedan ser utilizados por el visitante”.

No obstante, el turismo está un proceso de cambio y evolución, por ejemplo, en las décadas del 50, 60 y 70 el motivo principal del turista era el descanso y la diversión, a partir de la década de los 80 estas motivaciones empiezan a cambiar y a diversificarse. (Ruiz, 2007). Es así como se empieza hablar de nuevas tendencias donde los motivos para realizar un viaje han cambiado, ahora son: practicar un deporte, visitar familiares y amigos, salud, compras, negocios, por intereses culturales entre otros; de esta forma el sector turístico se ven en la necesidad de segmentar su mercado mediante la descentralización de la demanda, diversificación de la oferta, más calidad en la prestación de los servicios, experiencias más participativas y la utilización de nuevas tecnologías. (Juárez & Cebrián, 2011, pág. 27).

Bogotá ha sido la primera ciudad latinoamericana escogida por la UNESCO como la Capital Mundial del Libro en 2007 y como Ciudad Creativa de la Música en 2012. Su diversidad cultural hace de Bogotá un lugar dinámico y creativo con una amplia oferta entre la que se destacan 77 museos, 70 galerías de arte, 70 teatros, más 600 lugares de música en vivo, más de 600 edificios de valor histórico y arquitectónico.

La ciudad es también el escenario de artistas internacionales como Coldplay, Maroon 5, Jack White, Lady Gaga, Paul McCartney y Metallica. En los últimos años Bogotá acogió a bandas como The Cure, Rolling Stones, Kings Of Leon, New Order, Foster The People, entre otros. (InvestInBogota, 2015)

### **Núcleo turístico de los espectáculos en vivo.**

El núcleo turístico en el espacio geográfico donde se producen la mayor parte de los consumos turísticos, es donde el turista interactúa con los elementos de la oferta turística, está conformado por los siguientes componentes:

1. Recursos turísticos
2. Infraestructura
3. Empresas turísticas

Todos estos elementos deben estar coordinados y correctamente diseñados para que la satisfacción del turista en el núcleo turístico sea completa.

En esta parte vemos la importancia de la organización de los eventos, debido que de esto depende la participación de las personas, los atractivos turísticos son importantes como lo es la ubicación, la motivación, innovación y los recursos con los que se cuenta para llevar a cabo las actividades.

### **Recursos turísticos.**

“Son los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, etc., y representan el elemento básico de atracción, la motivación principal del viaje” Iglesias Tovar (2000) citado por (Juárez & Cebrián, 2011, pág. 197).

Las características de los recursos turísticos son las siguientes:

1. Poder de atracción: Que tan atractivo es y porque hace que sea el motivo de viaje para los turistas.
2. Ubicación: El destino donde se encuentra el recurso turístico.
3. Multiplicidad en la tipología del recurso turístico: Es la combinación de varias tipologías de turismo, ya sea de carácter cultural, religioso, histórico, entre otras.

La clasificación de los recursos turísticos se tomara en base a (Juárez & Cebrián, 2011), donde se propone lo siguiente:

1. Recursos naturales.
2. Recursos históricos, artísticos, y patrimoniales.
3. Folclore.
4. Empresas, centros industriales, centros científicos y técnicos.
5. Eventos
6. Recursos complementarios.

Para el desarrollo de este trabajo se tendrán en cuenta el grupo de recursos turísticos de eventos, este a su vez tiene una sub clasificación y es la siguiente:

Tabla 7 Recursos turísticos, Grupo de eventos.

<b>Grupo 5: Eventos</b>	
Artísticos	Música y danza
	Cine y teatro
	Pintura y fotografía
	Circenses, de magia y otros
Deportivos	Campeonatos periódicos
	Competiciones puntuales
	Fiestas religiosas

Otros	Fiestas populares
	Congresos y convenciones
	Jornadas gastronómicas
	Concursos

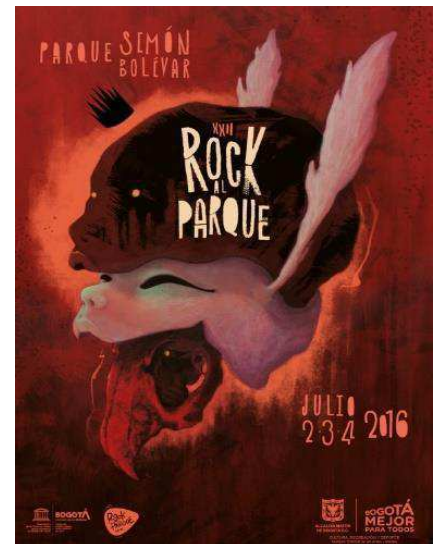
Fuente propia: Tomado de (Juárez & Cebrián, 2011)

La evaluación de la calidad de los recursos turísticos permite conocer el potencial y la capacidad de atracción del mismo. Factores influyentes en la evaluación son, la originalidad, la singularidad lo que es clave para determinar la posibilidad de un desarrollo turístico, para ello es utilizado un inventario que es donde se sistematiza toda la información referente al recurso.

El ministerio de Comercio, Industria y Turismo bajo la representación del viceministerio de turismo, indica mediante las Ley 300 de 1996 y la Ley 1101 de 2006 que la elaboración de los inventarios turísticos es prioridad para el país puesto que permite actualizar la información turística con la que cuenta un destino. Es importante destacar que los inventarios de atractivos permiten un mejor desarrollo de planificación turística y a su vez es trascendental para la toma de decisiones tanto para el sector público como privado en los niveles regional y nacional. La elaboración del inventario turístico tiene como objetivo principal generar una herramienta de utilidad, facilitando así el trabajo turístico, la diversificación y consolidación de los productos competitivos; para ello el Ministerio ha elaborado documentos que nos permiten elaborar el inventario turístico del atractivo.

### *Rock al parque.*

Es considerado el primer festival al parque de la ciudad de Bogotá, tomando inicios en 1995, nació por la necesidad de un grupo de jóvenes (Mario Duarte, Julio Correal y Berta Quintero) de tener un espacio en el que se pudiera vivir la música al aire libre compartiendo en respeto hacia la diversidad. Hoy en día es el festival más grande e importante dentro de esta categoría. Es celebrado cada año en el mes de Junio durante 3 días en el parque Simón Bolívar.



*Imagen 17 Afiche Rock al parque 2016*  
<http://www.rockalparque.gov.co/l-nea-de-tiempo>



*Imagen 18 Festival Rock al parque*  
<http://www.rockalparque.gov.co/galerias/chite>

Es una plataforma ideal para bandas locales y un excelente escenario para las bandas internacionales; ya que genera un espacio para la venta y promoción de artículos relacionados con la cultura del rock. (Instituto Distrital de Turismo, s.f.)

Tabla 8 Ficha descriptiva del festival Rock al parque

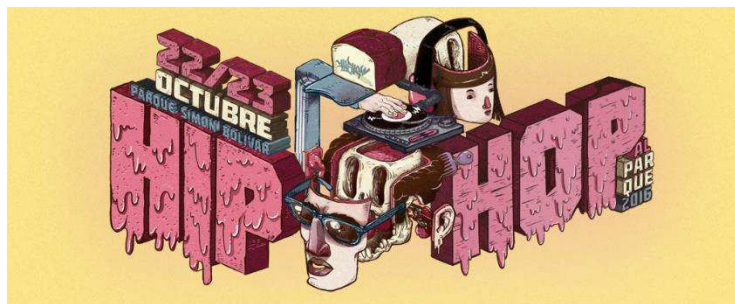
Alcaldía Mayor de Bogotá y el Instituto distrital de Cultura, Recreación y Deporte Inventario Turístico 2017 Localidad de Teusaquillo (13)	
Nombre del atractivo	Festival Rock al Parque
Fecha de elaboración de la ficha	Marzo 2017
Ubicación	Parque Simón Bolívar
Significado	Internacional
Valor	Cultural
Convocatoria	240.000
Descripción del atractivo	
<p>Desde 1995 el Instituto Distrital de Cultura, Recreación y Deporte desarrolla el evento musical Rock al parque. Este evento se ha posicionado cada año como uno de los festivales de Rock con más calidad y variedad en los grupos que se presentan. El evento se desarrolla el último fin de semana de Junio o el primer fin de semana de Julio.</p> <p>El festival congrega multiplicidad de gustos y culturas en un espacio, es el festival gratuito y al aire libre más grande de Iberoamérica, edición # 23 del festival se llevara a cabo los días 1, 2 y 3 de Julio.</p> <p>El Organismo responsable: Alcaldía de Bogotá, Idartes, IDRD.</p>	
Fuente: El espectador.com	
Opciones de producto	Cultural - Recreativo
Definición del perfil del visitante	Seguidores de la música Rock provenientes del país y del exterior.
Pautas de comportamiento	Aplica código de Policía de Bogotá, D.C
Normatividad que le afecta	Normativa que le afecta: Ley 1493 del 26 de Diciembre del 2011
Bibliografía básica	<a href="http://www.rockalparque.gov.co">www.rockalparque.gov.co</a>



Elaboración propia, se registra en los formatos definidos por el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la Guía para la Elaboración del Inventario Turístico.



### *Hip Hop al parque.*



*Imagen 19 Afiche Hip Hop al parque 2016*  
<http://www.hiphopalparque.gov.co/>

Se ha convertido en un gran movimiento hopper latinoamericano, siendo este un gran espacio para breakers y grafiteros, quienes a través del arte dan a conocer sus experiencias en la vida. El primer festival fue realizado en 1996 donde “Vida, máximo respeto” es el lema principal de este importante evento, que permite el fortalecimiento de este género musical en la capital.

Participan artistas tanto nacionales como internacionales, además de este se desarrollan actividades de baile, freestyle y graffiti. Se realiza en el mes de noviembre y tiene una duración de dos días en el parque Simón Bolívar. (Instituto Distrital de Turismo, s.f.)



*Imagen 20 Hip Hop al parque*  
<http://www.hiphopalparque.gov.co/hip-hop-al-parque-celebra-dos-decadas-de-historia-con-el-lema-20-anos-de-armonia-y-arte>

Tabla 9 Ficha descriptiva del festival Rap al parque

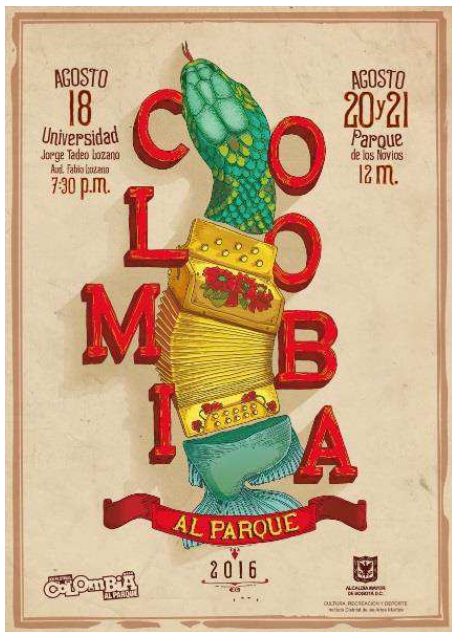
Alcaldía Mayor de Bogotá y el Instituto distrital de Cultura, Recreación y Deporte Inventario Turístico 2017 Localidad de Teusaquillo (13)	
Nombre del atractivo	Festival Hip hop al parque
Fecha de elaboración de la ficha	Marzo 2017
Ubicación	Parque Simón Bolívar
Significado	Internacional
Valor	Cultural
Convocatoria	180.000
Descripción del atractivo	
<p>Hip-Hop al parque (antes conocido como Rap al Parque) se lleva a cabo en el mes de octubre, es el escenario más importante de música urbana, ritmos como el Hip Hop y el Rap son protagonistas en este festival. Su primera edición fue en 1996 y además de las muestras musicales es un espacio para el baile de estilo libre y el grafiti.</p> <p>El festival se llevará a cabo los días 21 y 22 de octubre.</p> <p>El Organismo responsable: Alcaldía de Bogotá, Idartes, IDR.D.</p>	
Opciones de producto	Cultural - Recreativo
Definición del perfil del visitante	Seguidores de la música hip hop provenientes del país y del exterior.
Pautas de comportamiento	Aplica código de Policía de Bogotá, D.C
Normatividad que le afecta	Normativa que le afecta: Ley 1493 del 26 de Diciembre del 2011
Bibliografía básica	<a href="http://www.hiphopalparque.gov.co">www.hiphopalparque.gov.co</a>



Fuente: Colombia UND

Elaboración propia, se registra en los formatos definidos por el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la Guía para la Elaboración del Inventario Turístico.

### *Colombia al parque.*



*Imagen 21 Afiche Colombia al parque 2016*  
<http://www.idartes.gov.co/sites/default/files/images/noticias/parrilla-20-21-agosto.jpg>

En el 2016 se realizó el festival en su decimoquinta edición destacándose como un proyecto distrital que le apuesta a la difusión y el reconocimiento de las expresiones musicales de las diferentes regiones del país.

Es tal vez el festival con menor asistencia de todos los ‘al parque’ de la ciudad, pero uno de los más familiares y de los más cercanos entre su público, los grupos y las propuestas que se presentan.

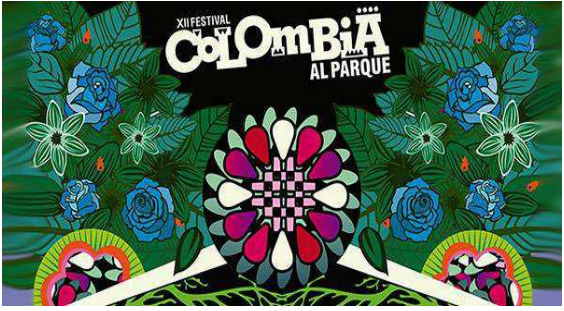

Un encuentro que busca unir a las regiones, Amazónica; Andina; Caribe; Insular; Orinoquía y Pacífica. (Instituto Distrital de Turismo, s.f.)

Artistas colombianos como Totó la Momposina, Jorge Velosa, Petrona Martínez, Systema Solar entre otros han sido parte de este festival. Su primera edición fue en 2002



*Imagen 22 Totó la momposina*  
<http://regioncaribe.org/wp-content/uploads/2015/01/3bg-1.png>

Tabla 10 Ficha descriptiva del festival Colombia al parque

Alcaldía Mayor de Bogotá y el Instituto distrital de Cultura, Recreación y Deporte Subdirección de Turismo Inventario Turístico Localidad de Teusaquillo (13)		
Nombre del atractivo	Festival Colombia al parque	
Fecha de elaboración de la ficha	Marzo 2017	
Ubicación	Parque de los novios	
Significado	Internacional	
Valor	Cultural	
Descripción del atractivo		
<p>El festival llega a su decimoquinta edición destacándose como un proyecto distrital que le apuesta a la difusión y el reconocimiento de las expresiones musicales de las diferentes regiones del país, consolidándose como un espacio de encuentro y disfrute para toda la familia.</p> <p>Se lleva a cabo en el mes de julio y celebra la música colombiana, reúne géneros musicales como: Cumbia, Porro, Música Llanera, Carranga entre otros géneros populares colombianos. Es un espacio en el cual se celebra la música, cultura y gastronomía de las diversas regiones colombianas. Edición # 16 del festival se llevará a cabo los días 19, 20 y 21 de agosto.</p> <p>El Organismo responsable: Alcaldía de Bogotá, Idartes, IDR.D.</p>		
Opciones de producto	Cultural - Recreativo	Fuente: Vimeo.com
Definición del perfil del visitante	Seguidores de la música colombiana provenientes del país y del exterior.	
Pautas de comportamiento	Aplica código de Policía de Bogotá, D.C	
Normatividad que le afecta	Normativa que le afecta: Ley 1493 del 26 de Diciembre del 2011	
Bibliografía básica	www.bogota.gov.co	

Elaboración propia, se registra en los formatos definidos por el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la Guía para la Elaboración del Inventario Turístico.



### *Jazz al parque.*

Reconocido festival destinado a la transmisión de este género musical en la ciudad de Bogotá, se realiza desde 1996 y es la principal muestra del género en el país donde hay un espacio para la

presentación de bandas locales y universitarias. En la primera

edición del festival hubo 500 asistentes, dos décadas después ya se cuenta con un aproximado de 20.000 asistentes. Es celebrado en el Parque Simón Bolívar en el mes de septiembre durante dos días. (Instituto Distrital de Turismo, s.f.)



*Imagen 23 Afiche Jazz al parque 2016*  
<http://www.jazzalparque.gov.co/>

El jazz, considerado por muchos como el género más influyente del siglo XX y patrimonio universal en el campo de la fusión, ha sido disfrutado por los bogotanos desde 1996, año en el que el Instituto Distrital de Cultura y Turismo, hoy Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, dio vida al Festival Jazz al Parque. (Colombia.com , s.f.)

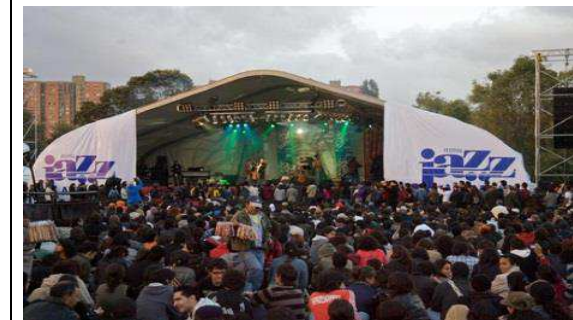


*Imagen 24 Jazz al parque*  
<http://www.semana.com/cultura/articulo/jazz-al-parque-en-el-parque-el-country-bogota/357410-3>

Desde entonces, cada año, las seductoras cadencias del jazz han recorrido diferentes escenarios contando con la participación de varios artistas internacionales como: Aka Moon de Bélgica, Aldo López Gavilán de Cuba, Andrés Briceño de Venezuela, Avishai Cohen de USA, Chris Dalgren de USA, Dave Friedman y grupo Tamborun de Alemania, entre otros. (Colombia.com , s.f.)

Tabla 11 Ficha descriptiva del festival Jazz al parque

Alcaldía Mayor de Bogotá y el Instituto distrital de Cultura, Recreación y Deporte Subdirección de Turismo Inventario Turístico Localidad de Teusaquillo (13)	
Nombre del atractivo	Festival Jazz al parque
Fecha de elaboración de la ficha	Marzo 2017
Ubicación	Parque el country y Parque Simón Bolívar
Significado	Internacional
Valor	Cultural
Convocatoria	15.000
Descripción del atractivo	
<p>A mediados de septiembre se lleva a cabo en Bogotá el Festival Jazz al Parque, en el que melodías de saxofones, pianos y trompetas llenan espacios públicos entre los que se destacan el Parque Simón Bolívar, el Parque Nacional, el Parque de la Independencia, el Parque del Country y el Parque del Renacimiento. Este evento se llevó a cabo por primera vez en 1996.</p> <p>Para el 2016 del festival tuvo a 13 agrupaciones que se reunieron para mostrar lo mejor de su música, más de 70 artistas en tarima y 16 horas de música gratuita que se presentarán en la edición 2016. En el 2017 el festival se llevará a cabo los días 23 y 24 de Septiembre.</p> <p>El Organismo responsable: Alcaldía de Bogotá, Idartes, IDR.D.</p>	
Opciones de producto	Cultural - Recreativo
Definición del perfil del visitante	Seguidores de la música jazz provenientes del país y del exterior.
Pautas de comportamiento	Aplica código de Policía de Bogotá, D.C
Normatividad que le afecta	Normativa que le afecta: Ley 1493 del 26 de Diciembre del 2011
Bibliografía básica	jazzalparque.blogspot.com.co



Fuente: Portal Bogotá

Elaboración propia, se registra en los formatos definidos por el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la Guía para la Elaboración del Inventario Turístico.

### *Salsa al parque.*



Imagen 25 Salsa al Parque  
<http://www.eltiempo.com/contenido//entretenimiento/musica-y-libros/IMAGEN/IMAGEN-13945240-2.jpg>

Ray y Bobby Cruz, Guayacán Orquesta y La 33.

El Instituto Distrital de Cultura y Turismo hoy en día el Instituto de Cultura Recreación y Deporte, en 1997 fue gestor de la creación de Salsa al parque después de los grandes éxitos de Rock al parque en 1995 y 1996. La participación de la ciudadanía, el sector salsero constituido por músicos, radio fusores y coleccionistas aportaron ideas, conceptos para hacer de este un gran proyecto de cultura para la ciudad de Bogotá.



En su primera edición fue en 1997, se lleva a cabo en el mes de agosto, es un espacio dedicado a la música Salsa, trova, son y jazz latino entre otros géneros, Salsa al Parque además de ser un espacio para escuchar música también es un espacio para el baile. Entre los artistas que han pasado por la tarima de Salsa al Parque están los siguientes: Richie



Imagen 26 Afiche Salsa al parque 2015  
<http://hayevento.com/imgs/bcd32c8077b23d0df6983256cd394db5.jpg>



Tabla 12 Ficha descriptiva del festival Salsa al parque

Alcaldía Mayor de Bogotá y el Instituto distrital de Cultura, Recreación y Deporte Subdirección de Turismo Inventario Turístico Localidad de Teusaquillo (13)	
Nombre del atractivo	Festival Salsa al parque
Fecha de elaboración de la ficha	Marzo 2017
Ubicación	Plaza de Bolívar y Parque Simón Bolívar
Significado	Internacional
Valor	Cultural
Convocatoria	-----
Descripción del atractivo	
<p>Primera edición del festival en el año 1997. La salsa se toma Bogotá una vez al año durante el mes de Noviembre, en su décimo novena edición el <b>festival se celebró en la Plaza de Bolívar</b>, con entrada gratuita para el público asistente.</p> <p>Además de la música se puede disfrutar de diferentes talleres gratuitos en escenarios como: El Auditorio Fundadores de la Universidad EAN, Pakarny Music House y Emmat, donde se compartirán experiencias con aficionados, melómanos y profesionales de este género. En el 2017 el festival se llevará a cabo los días 18 y 19 de Noviembre.</p>	
	
	
Fuente: Portal Bogotá	
Opciones de producto	Cultural - Recreativo
Definición del perfil del visitante	Seguidores de la música salsa provenientes del país y del exterior.
Pautas de comportamiento	Aplica código de Policía de Bogotá, D.C
Normatividad que le afecta	Normativa que le afecta: Ley 1493 del 26 de Diciembre del 2011
Bibliografía básica	<a href="http://www.hiphopalparque.gov.co">www.hiphopalparque.gov.co</a>

Elaboración propia, se registra en los formatos definidos por el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la Guía para la Elaboración del Inventario Turístico.



### *Justin Bieber en Colombia.*

Justin Bieber, el fenómeno musical juvenil, estuvo por primera vez en Colombia el 29 de octubre de 2013 para dar un concierto en el Estadio El Campín. Colombia fue incluida en el listado de países latinoamericanos que visitó el ídolo canadiense en el marco de su gira



*Imagen 27 Believe Tour 2013*

<http://www.sitioco.com/eventos/wp-content/uploads/2013/07/justin-bieber-colombia.jpg>

mundial "Believe". Otros países que incluidos en su gira fueron Paraguay, Argentina, Uruguay, México, Panamá, Brasil, República Dominicana y Guatemala.

La empresa Ocesa Colombia confirmó a través de una rueda de prensa el regreso del ídolo musical juvenil. El concierto será el 12 de abril en el Estadio El Campín, anunció el organizador, como parte de la gira latinoamericana, que empieza el 15 de febrero de 2017 en Monterrey, México y terminando el 24 de abril de 2017 en San José de Costa Rica.




*Imagen 28 Purpose World Tour 2017*

[http://los40co00.epimg.net/los40/imagenes/2016/12/10/musica/1481338496\\_674019\\_1481338581\\_noticia\\_normal.jpg](http://los40co00.epimg.net/los40/imagenes/2016/12/10/musica/1481338496_674019_1481338581_noticia_normal.jpg)

El artista, quien ya llegó a sus 22 años, pero sigue siendo un símbolo del mercado pop adolescente, presentó el año pasado su álbum 'Purpose', del que se desprendió su colaboración con los DJ Skrillex y Diplo. Además, aparece en la

película 'Zoolander 2'.

Tabla 13 Ficha descriptiva del Concierto Justin Bieber en Colombia 2017

Alcaldía Mayor de Bogotá y el Instituto distrital de Cultura, Recreación y Deporte Subdirección de Turismo Inventario Turístico Localidad de Teusaquillo (13)	
Nombre del atractivo	Bieber purpuse world tour
Fecha de elaboración de la ficha	Marzo 2017
Ubicación	Parque Simón Bolívar
Significado	Internacional
Valor	Cultural
Convocatoria	36.992
Descripción del atractivo	
<p>Concierto que se realizará en la ciudad de Bogotá el día 12 de Abril de 2017. Precios:</p> <p>Oriental Baja: 350.000 Oriental Alta: 220.000 Oriental Norte Baja: 120.000 Norte Alta: 188.000 Occidental Alta: 220.000 Occidental Baja: 350.000 Cancha preferencial: 180.000 Platino: 590.000 VIP: 680.000</p>	
	
Fuente: Ocesa Colombia	
Opciones de producto	Cultural - Recreativo
Definición del perfil del visitante	Seguidores de la música pop provenientes del país y del exterior.
Pautas de comportamiento	Aplica código de Policía de Bogotá, D.C
Normatividad que le afecta	Normativa que le afecta: Ley 1493 del 26 de Diciembre del 2011
Bibliografía básica	www.ocesacolombia.com

Elaboración propia, se registra en los formatos definidos por el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la Guía para la Elaboración del Inventario Turístico.

### *Korn en Colombia.*



*Imagen 29 Korn Abril 2017*  
<https://ciudadheavy.com/wp-content/uploads/2016/10/1e01d84d54f5168cd4849832215c319b.jpg>  
 vivo lleno de energía y poder

La banda estadounidense Korn, una de las bandas más importantes del rock llega a Colombia en el momento cumbre de su carrera, por segunda vez, siendo el 2010 el primer concierto den la ciudad. La cita con el poder de Korn será en la Carpa Corferias el 17 de abril, y Bogotá será testigo de una noche que estallará con característico sonido en

La banda californiana visita Colombia en el marco de la gira de promoción de su más reciente lanzamiento de *The serenity of suffering*, su nuevo álbum, número 12 de su trayectoria y una muestra clara de la reinvención del rock pesado en toda su expresión. Hasta la fecha, Korn ha vendido más de 60 millones de álbumes en todo el mundo y han obtenido siete nominaciones a los premios Grammy, de los cuales han Ganado dos.



*Imagen 30 Korn en Colombia*  
[http://www.caracoltv.com/sites/default/files/styles/large\\_970x510/public/korn.jpg?itok=IZ2OK35M&timestamp=1477486423](http://www.caracoltv.com/sites/default/files/styles/large_970x510/public/korn.jpg?itok=IZ2OK35M&timestamp=1477486423)

Tabla 14 Ficha descriptiva del Concierto Korn en Colombia 2017

Alcaldía Mayor de Bogotá Instituto distrital de Cultura y Turismo Subdirección de Turismo Inventario Turístico Localidad de Teusaquillo (13)	
Nombre del atractivo	Korn en Colombia
Fecha de elaboración de la ficha	Marzo 2017
Ubicación	Gran Carpa América - Corferias
Significado	Internacional
Valor	Cultural
Convocatoria	7.000
Descripción del atractivo	
<p>Una de las bandas que surgieron en la escena musical estadounidense de la década de los 90, llegara a Colombia. Korn llega a Bogotá el próximo 17 de Abril de 2017 en la gran carpa de las Américas en Coferias. Los amantes del Nu Metal de esta banda californiana estarán presentes.</p> <p>Korn empezó su carrera musical en Bakersfield (California), en 1993, y durante dos décadas ha vendido más de 60 millones de álbumes y ha ganado dos premios Grammy: el primero en la categoría de mejor interpretación metal, con la canción 'Here To Stay', y el segundo por el video de 'Freak On A Leash'.</p> <p>Blind: 299.000 Follow The Leader: 179.000</p>	
Opciones de producto	Cultural - Recreativo
Definición del perfil del visitante	Seguidores de la música Rock y Metal provenientes del país y del exterior.
Pautas de comportamiento	Aplica código de Policía de Bogotá, D.C
Normatividad que le afecta	Normativa que le afecta: Ley 1493 del 26 de Diciembre del 2011
Bibliografía básica	www.prisamusicamericas.com



Fuente: Rockombia.com

Elaboración propia, se registra en los formatos definidos por el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la Guía para la Elaboración del Inventario Turístico.

Para la realización de los eventos es muy importante contar con lugares adecuados teniendo en cuenta aspectos como el acceso, la iluminación, salidas de emergencia, parqueaderos, zonas de información, lo cual permitirá un mejor desarrollo del evento.

### **Infraestructura.**

La infraestructura son aquellos elementos necesarios para desarrollar la actividad turística, ya sean estos de carácter público o privado, mediante estos es como los turistas tienen acceso al destino.

Un turista se desplaza a un destino determinado por una motivación; ya sea esta de ocio y recreación, de negocios, asistencia a eventos, visita a familiares, servicios médicos, entre otros. Este turista va a necesitar de una serie de servicios como el alojamiento, la restauración, información etc., para lo cual existen empresas prestadoras de dicho servicio como hoteles, restaurantes, oficinas de turismo, etc. Pero es importante tener en cuenta que para que el turista pueda tener acceso al destino son imprescindibles otros servicios, que sin ser servicios turísticos son necesarios para el desarrollo de la actividad turística. En este caso se hace referencia a las carreteras, aeropuertos y vías de acceso. (Juárez & Cebrián, 2011, pág. 205)

A continuación, se presentan un listado de las infraestructuras más comunes.

- Infraestructura de transportes: Pueden considerarse como las más importantes, ya que son las que facilitan el acceso del turista al destino, tales como: carreteras, estaciones de autobuses.
- Infraestructura de sanidad: Son aquellas de las cuales el turista puede llegar a necesitar en algún momento de urgencia médica, como hospitales, clínicas sanitarias, ambulancias, centros de salud.
- Infraestructuras culturales, deportivas y de ocio: Para realizar la presente investigación este tipo de infraestructura es el que más se tendrá en cuenta, no son exclusivamente turísticas, pero sirven como soporte para disfrutar de los recursos turísticos. Tales como, plaza de toros, teatros, auditorios, centros deportivos.



Por ejemplo, un teatro ofrece una gran variedad de actividades (que podrían ser los recursos turísticos), y de esta manera crear un producto turístico denominado “Turismo cultural” dando mayor diversificación a la oferta turística.

- Infraestructura de señalización, paneles y placas informativas: Este tipo de infraestructura está enfocado a la orientación y acceso de los turistas a los recursos, empresas y el resto de infraestructuras, lo cual la convierte en un elemento clave para el desarrollo de la actividad turística porque sin este tipo de información el desplazamiento de los turistas se complicaría.
- Infraestructura relacionada con la seguridad y protección al turista: Tales como la policía nacional, la policía local, protección civil, guardia civil, oficinas de información etc.
- Infraestructuras de comunicación: Actualmente la tecnología es clave importante para el buen desarrollo de toda actividad económica, el turismo no está exento de esto, los canales de comunicación son vitales para la prestación de un servicio con calidad.
- Suministros: Los servicios públicos, son servicios básicos que se deben prestar en el núcleo turístico por lo tanto deben contar con infraestructura necesaria para su desarrollo como la energía eléctrica, el suministro de gas, abastecimiento de agua, entre otros.

A continuación se presentará la infraestructura necesaria para el desarrollo de eventos masivos (conciertos) en la ciudad de Bogotá, sin ser considerados estos como recursos turísticos, estos facilitan la actividad de espectáculos en vivo en la localidad de Teusaquillo.

### ***Parque metropolitano Simón Bolívar.***

<b>Tipología: Centro recreativo y cultural - deporte</b>		<b>Ficha # 1</b>
<b>Nombre del establecimiento:</b> Parque metropolitano simón bolívar	Tarifa promedio: Entrada libre	
<b>Dirección:</b> La totalidad del parque Metropolitano se encuentra localizada entre las calles 53 y 64, y de oriente a occidente desde la carrera 36 hasta la avenida Rojas. Localidad de Teusaquillo		
<b>Página web:</b> No tiene	Teléfono: 6600288	
<p><b>Descripción:</b> Es el parque urbano más grande e importante de la ciudad de Bogotá, se encuentra ubicado en el centro geográfico de , en la localidad de Teusaquillo. Aunque el parque metropolitano, se compone de varios parques, los bogotanos tienden a referirse a cada uno de estos parques de forma diferente y por aparte, no los asocian con la imagen de un solo "mega parque".</p>		
<p><b>Portafolio de servicios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Tres zonas de juegos infantiles</li> <li>* Un lago y embarcadero. Es uno de los principales atractivos del parque; cuenta con 10 hectáreas y es protagonista de muestras acuáticas, competencias deportivas y con servicio de lanchas y remos. Su profundidad oscila entre los 1.00 y los 12.00 metros.</li> <li>* Plaza de Eventos. Con una extensión de 37 mil metros cuadrados.</li> <li>* Ciclo paseo natural. Apto para la práctica de Ciclo montañismo recreativo, posee una extensión de 3.650 mts.</li> <li>* Senderos</li> <li>* Zonas verdes. En el parque es posible encontrar aproximadamente unos 910.000 metros de zonas verdes para reuniones y eventos masivos.</li> <li>* Ciclo vía permanente (Externa) Son 4 kilómetros alrededor de las instalaciones del parque. Es un circuito diseñado para atletas y ciclistas.</li> <li>* Pista de trote. Esta pista cuenta con una extensión de 3.160 metros, y es especial para la práctica de trote y marcha..</li> <li>* Terraza Mirador. Desde ese lugar es posible contemplar los diferentes paisajes del parque.</li> <li>* Ruta de la vida. Zona para la práctica de ejercicios físicos.</li> <li>* Zona de administración</li> </ul>		
<b>Capacidad máxima:</b> 80.000	<b>Temática:</b> Eventos culturales	
<b>Eventos:</b> Festivales y conciertos		
<b>Fotografía externa</b>	<b>Fotografía interna</b>	
 <p style="text-align: center;"><i>Tomada de Trip advisor.</i></p>	 <p style="text-align: center;"><i>Fuente Colombia.com</i></p>	

Fuente propia: (Intituto Distrital de Recreacion y Deporte , s.f.)



*Corferias.*

<b>Tipología: Eventos</b>		<b>Ficha # 2</b>	
<b>Nombre del establecimiento:</b> Corferias		Tarifa promedio: Según evento	
<b>Dirección:</b> Carrera 37 # 24-67			
<b>Página web:</b> corferias.com		Teléfono: 3810000	
<b>Instalaciones:</b> Pabellón 1 costado izquierdo, Pabellón 3 posterior, Pabellón 4 costado derecho, Pabellón 8 costado izquierdo, Pabellón 10 – Sótano Pabellón 17 – Sótano.			
<b>Descripción</b>			
El Centro internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá - Corferias, es una sociedad de carácter privado, que impulsa el desarrollo industrial, social, cultural y comercial en la Región Andina, Centroamérica y el Caribe. Su principal accionista es la Cámara de Comercio de Bogotá, entidad que representa los intereses del sector empresarial y de la sociedad en general.			
<b>Portafolio de servicios</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios bancarios</li> <li>• encomiendas</li> <li>• etb - centro de experiencias</li> <li>• agencia de viajes: contamos con un punto de aviatur donde podrás encontrar asesoría en planes turísticos integrales</li> <li>• punto de información turística</li> <li>• el espectador: allí podrás tener acceso a suscripciones y venta de revistas, ubicado en el pabellón 3.</li> <li>• el tiempo: allí podrás tener acceso a suscripciones, ubicado en el pabellón 6.</li> <li>• primeros auxilios</li> <li>• unidades sanitarias: contamos con 7 unidades sanitarias de acceso al público</li> </ul>			
<b>Capacidad máxima:</b> No se especifica		<b>Temática:</b> eventos y convenciones	
<b>Eventos:</b> Empresariales			
<b>Fotografía externa</b>		<b>Fotografía interna</b>	
			
Fuente: pagina oficial de Corferias		Fuente: Noticias Caracol	

Fuente propia: (Corferias , s.f.)





*Coliseo cubierto el campin.*

<b>Tipología: Centro deportivo</b>		<b>Ficha # 3</b>
<b>Nombre del establecimiento:</b> coliseo cubierto el campin		Tarifa promedio: según evento
<b>Dirección:</b> Diagonal 61C # 26-35		
<b>Página web:</b> no tiene		Teléfono: 2497500
<b>Descripción:</b> El coliseo cubierto El Campin es un Coliseo situado en Bogotá, Colombia. Tiene capacidad para 14.000 personas. Fue construido en 1973 y actualmente es administrado por la Alcaldía Mayor de Bogotá a través del Instituto Distrital para la Recreación y el Deporte. Está ubicado en la avenida Norte-Quito-Sur (NQS) con calle 63, cerca de la estación Coliseo del sistema Transmilenio. Se encuentra ubicado al lado del estadio El Campín. Alberga eventos religiosos, conciertos y deportivos.		
<b>Portafolio de servicios</b>		
El coliseo cubierto El Campin, uno de los escenarios deportivos y recreativos más emblemáticos de Bogotá, sufre, a sus 40 años de existencia, del deterioro propio de su edad. Se evidencia que uno de los problemas más serios que padece es el estado de los techos, que ha degenerado en goteras que se filtran hacia los pasillos, pista y graderías. Esta situación se ha hecho palpable cuando el lugar es prestado para espectáculos musicales.		
Capacidad máxima: 14.000		<b>Temática:</b> eventos deportivos y musicales
<b>Eventos:</b> Deportivos y musicales		
<b>Fotografía externa</b>		<b>Fotografía interna</b>
		
Fuente: <i>El Tiempo.com</i>		Fuente <i>El Tiempo.com</i>



Fuente propia: (Cívico, s.f.)

**Estadio Nemesio Camacho El Campin.**

<b>Tipología:</b> Centro deportivo		<b>Ficha # 4</b>	
<b>Nombre del establecimiento:</b> Estadio Nemesio el campin		Tarifa promedio: según evento	
<b>Dirección:</b> Carrera 30 y Calle 57			
<b>Página web:</b> No tiene		Teléfono: 2 35 65 77	
<b>Descripción:</b> Conocido simplemente como El Campin, es el estadio de fútbol más grande de Bogotá, ubicado en la localidad de Teusaquillo, centro-occidente de la capital de Colombia, a 2650 msnm. Fue inaugurado el 10 de agosto de 1938 con una capacidad inicial de 10 000 espectadores, con motivo de los Juegos Bolivarianos que celebraron la ciudad, tras obtener la sede de esta primera versión en la sesión del Comité Olímpico Internacional realizada en Berlín en 1936, disputada con Caracas.			
<b>Portafolio de servicios:</b> Quienes accedan a visitar el Estadio Nemesio Camacho El Campin, podrán visitar todas las			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Áreas comunes del escenario</li> <li>• Camerinos</li> <li>• Palcos</li> <li>• Cabinas de prensa</li> <li>• Graderías</li> <li>• Museo</li> <li>• Mural de la selección Colombia entre otros.</li> </ul>			
<b>Capacidad máxima:</b> 48.600		<b>Temática:</b> Eventos deportivos y conciertos	
<b>Eventos:</b> deportivos y musicales			
<b>Fotografía externa</b>		<b>Fotografía externa</b>	
			
<i>Fuente IDRD</i>		<i>Fuente El Universal</i>	

Fuente propia: (Intituto Distrital de Recreacion y Deporte , s.f.)

*Teatro ditirambo.*

<b>Tipología: Centro Cultural</b>		<b>Ficha # 6</b>
<b>Nombre del establecimiento:</b> Teatro Ditirambo		
<b>Dirección:</b> Calle 45A # 14-37 - Cra 23 No. 50-66		
<b>Página web:</b> Teatroditirambo.org		<b>Teléfono:</b> 2326440-3156048280
Instalaciones Alquileres de las salas para eventos, reuniones, clases, grabaciones o conferencias- Contamos con dos sedes dotadas con un equipamiento para el desarrollo de actividades de las artes escénicas.		
<p><b>Descripción:</b> La sede Calle 45 está ubicada en el sector de conservación arquitectónica del barrio Palermo de Bogotá (Calle 45A No. 14-37) Cuenta con dos escenarios primero y segundo piso, cada uno tiene capacidad para 50 personas. Son salas de teatro de cámara con espacio escénico para obra de pequeño formato.</p> <p>La Sede Galerías ubicada en la Cra 23 No. 50-66 tiene capacidad hasta para 200 personas, espacio escénico de 10 Mts de profundidad por 9.50 de ancho y 7 Mts de altura. Hall de acceso y servicio de café bar. Fundado en Bogotá en el mes de septiembre de 1988, este colectivo se integró con egresados de la Escuela Superior de Teatro de Bogotá Luis Enrique Osorio y actores independientes.</p>		
<b>Portafolio de servicios:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camerino</li> <li>• Café- Bar</li> <li>• Parqueadero publico</li> <li>• Sala de ensayos</li> <li>• Sala de teatro</li> </ul>		
<b>Capacidad máxima:</b> 50-200 pax		<b>Temática:</b> Artes escénicas
<b>Eventos:</b> Eventos musicales y teatro.		
<b>Fotografía externa</b>		<b>Fotografía interna</b>
		
<i>Fuente. Viven In</i>		<i>Fuente: página oficial de Teatro Ditirambo</i>

Fuente propia: (Ditirambo Teatro, s.f.)




*Teatro Cádiz.*

<b>Tipología: Centro Cultural</b>		<b>Ficha # 7</b>
<b>Nombre del establecimiento:</b> Teatro Cádiz		
<b>Dirección:</b> Carrera 37 # 24-30 Centro Nariño		
<b>Página web:</b> TeatroCádiz.org		<b>Teléfono:</b> 2690492-3012800887
<b>Instalaciones:</b> Posee cuatro niveles: Sótano, vestíbulo, teatro y una cabina para manejo de luces.		
<b>Descripción:</b>		
<p>Tiene un hall en el cual funciona un Café Arte que ofrece una variada programación cultural y una oferta gastronómica. La sala del teatro tiene una capacidad para 380 personas y un escenario con un área de 65 mts cuadrados con piso de madera. Hay también un camerino, dos puertas de acceso y dos salidas de emergencia.</p> <p>En este teatro se han presentado espectáculos de diverso tipo y en su mayoría gratuitos: conciertos, música clásica, recitales de poesía, exposiciones de fotografía y pintura. En el año 2007 se realizó en este recinto el Primer Festival Internacional y Popular del Libro (actividad paralela a la Feria Internacional del Libro de Corferias).</p>		
<b>Portafolio de servicios:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cafetería</li> <li>• Zona de baños</li> <li>• Parqueaderos</li> <li>• Galería de exposiciones</li> <li>• Sala de teatro</li> <li>• Camerinos</li> </ul>		
<b>Capacidad máxima:</b> 380 pax		<b>Temática:</b>
<b>Eventos:</b> Conciertos, música clásica, recitales de poesía etc.		
<b>Fotografía externa</b>		<b>Fotografía interna</b>
		
Fuente Civico.com		Fuente: página oficial de Teatro Cádiz

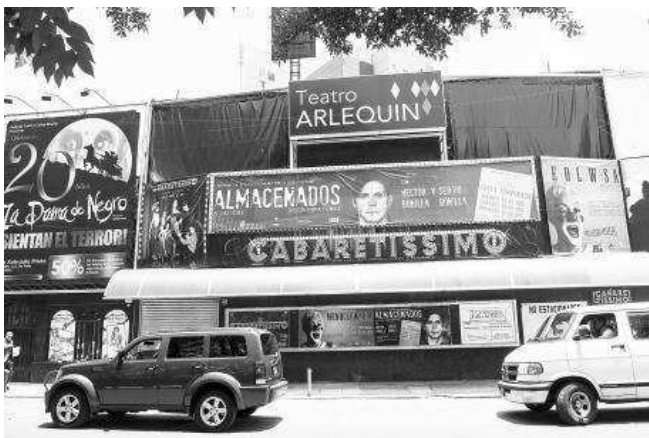

Fuente propia: (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2012)

***Teatro Nacional Fanny Mikey.***

<b>Tipología: Centro cultural</b>		<b>Ficha # 8</b>	
<b>Nombre del establecimiento:</b> Teatro Nacional Fanny Mikey		Tarifa promedio: Depende del espectáculo a presentar.	
<b>Dirección:</b> Calle 71 # 10-25			
<b>Página web:</b> www.teatronacional.com.co		Teléfono: 2174577	
<p><b>Descripción:</b> El 5 de Diciembre de 1981 abrió sus puertas al público por primera vez, fue liderado por Fanny Mikey y considerado el más grande de la casa de teatro nacional (3), también conocido como la casa del Festival Iberoamericano de Teatro, gracias a la variedad en presentaciones culturales. Una casa de puertas abiertas a las manifestaciones artísticas, el teatro, la danza, la música, el baile, las noches de poesía y las lecturas dramáticas.</p> <p>El teatro Nacional es una institución que ha transformado la visión cultural de las artes escénicas en el país y se ha caracterizado por darle prioridad a las obras colombiana innovadoras, se ha posicionado como el productor de eventos y espectáculos más importantes de Colombia.</p>			
<b>Portafolio de servicios:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de teatro</li> <li>• Camerinos</li> <li>• Baños</li> <li>• Oma (Café)</li> </ul>			
<b>Capacidad máxima:</b>		<b>Temática:</b> Eventos culturales	
<b>Eventos:</b> Festivales y obras de teatro			
<b>Fotografía externa</b>		<b>Fotografía interna</b>	
			
Fuente Bogota Travel Guide		Fuente. Página oficial de Teatro Nacional	

Fuente: (Bogota Travel Guide, s.f.)

***Teatro Arlequín.***

<b>Tipología:</b> Centro Cultural	<b>Ficha # 9</b>
<b>Nombre del establecimiento:</b> Teatro Arlequin	
<b>Dirección:</b> Carrera 23 # 41-64	
<b>Página web:</b> teatroarlequingranvia.com	<b>Teléfono:</b> 3685577-3681145
<b>Instalaciones:</b> Situado en la calle San Bernardo	
<b>Descripción</b>	
<p>Posterior a su reciente remodelación, esta sala presenta obras de teatro y también conciertos. Está planeado para cubrir un público de todas las edades.</p> <p>Ésta es una sala concertada con el Instituto Distrital de Cultura y Turismo (IDCT) y el Ministerio de Cultura, administrada por Colcultura, corporación cultural y artística. Anteriormente fue considerado como una sala de cine, a partir del 2005 se presentó al público como sala de teatro con programación variada. Este auditorio se fundó en 1959 en los barrios La Soledad y desde sus inicios ha estado cargado de historia, espacio donde se pueden disfrutar obras de teatro, musicales, conciertos entre otros.</p>	
<b>Portafolio de servicios</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cafetería</li> <li>• Zona de baños</li> <li>• Sala de teatro</li> <li>• Camerinos</li> </ul>	
<b>Capacidad máxima:</b> 350 pax	<b>Temática:</b> Artes escénicas
<b>Eventos:</b> Teatro y conciertos	
<b>Fotografía externa</b>	<b>Fotografía interna</b>
	
<i>Fuente: página oficial de Teatro Cádiz</i>	

Fuente (Bogota Travel Guide , s.f)



*Auditorio León de Greiff.*

<b>Tipología:</b> Centro Cultural	<b>Ficha # 10</b>
<b>Nombre del establecimiento:</b> Auditorio León de Greiff	
<b>Dirección:</b> Carrera 30 # 45-03 - Edificio León de Greiff - Universidad Nacional	
<b>Página web:</b> No tiene	<b>Teléfono:</b> 3165552
<b>Instalaciones:</b> Auditorio principal de la Universidad Nacional	
<b>Descripción</b>	
<p>Es el auditorio principal de la universidad Nacional de Colombia, denominado así por el poeta colombiano León de Greiff está localizado en la plaza central del campus ciudad Universitaria.</p> <p>Es un reconocido escenario musical de América Latina por sus excelentes condiciones acústicas, es así mismo la sede permanente de la Orquesta Filarmónica de Bogotá.</p> <p>Fue diseñado por la arquitecta Eugenia Mantilla de Cardozo y fue inaugurado en 1973 fecha a la que la ciudad universitaria tenia cerca de 3 décadas de existencia.</p> <p>En el año 1996 fue declarado monumento nacional, por ser considerado un ejemplo de la representación de la arquitectura moderna colombiana.</p>	
<b>Portafolio de servicios</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de conciertos</li> <li>• Zona de baños</li> <li>• Sala de exposiciones</li> <li>• Museo de arte</li> <li>• Conciertos de la orquesta Filarmónica de Bogotá (Funciones, sábados 4pm)</li> </ul>	
<b>Capacidad máxima:</b> 1.630 pax	<b>Temática:</b> Artes escénicas
<b>Eventos:</b> Teatro y conciertos	
<b>Fotografía interna</b>	<b>Fotografía externa</b>
	
<i>Tomada de Universidad Nacional</i>	<i>Fuente: Universidad Nacional</i>

Fuente: (Universidad Nacional de Colombia, s.f.)

### **Prestadores de servicios turísticos.**

Son consideradas como un componente fundamental para el desarrollo de la actividad turística, sin estas el desarrollo de la actividad sería prácticamente nulo, puesto que no habría como satisfacer sus necesidades.

A partir de la información del Registro Nacional de Turismo disponible a diciembre de 2013. Liderado por el Instituto distrital de Turismo y el observatorio de Turismo de Bogotá, se han caracterizados a los diferentes prestadores de servicios turísticos, georreferenciándolos dentro de la localidad de la siguiente manera:

#### ***Agencias de viajes.***

En el caso de agencias de viajes se cuenta con un total de ciento siete (107) agencias de viajes en estado activo o pendiente de actualización clasificadas de la siguiente forma:

- Agencias de viajes de turismo: 74
- Agencias de viajes operadoras: 19
- Agencias de viajes mayoristas: 14

(Instituto Distrital de Turismo, 2013)

#### ***Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.***

Se identificaron en la localidad cuatro (4) establecimiento para esta categoría de prestador de servicios turísticos en estados activo o pendiente de actualización. (Instituto Distrital de Turismo, 2013)

#### ***Empresas de transporte terrestre automotor.***

Dentro de la localidad se identifican cuatro (4) establecimientos para esta categoría de prestador de servicios turísticos.



### ***Empresas de tiempo compartido y multipropiedad.***

Es la persona natural o jurídica dedicada a la estructuración y apuesta en marcha de complejos turísticos destinados a ofrecer mediante un contrato el sistema de tiempo compartido, se georreferenció que en la localidad de Teusaquillo solo hay (1) una empresa dedicada a este sector. (Instituto Distrital de Turismo, 2013)

### ***Empresas captadoras de ahorro para viajes y servicios turísticos.***

Se identificó que dentro de la localidad de Teusaquillo se encuentra un establecimiento para este tipo de prestador turístico.

### ***Establecimientos de alojamiento.***

De acuerdo a las investigaciones desarrolladas por el Observatorio de Turismo se encuentra el inventario de establecimientos de alojamiento de Bogotá. Este inventario se realiza cada dos años y en él se caracterizan los establecimientos de acuerdo a su naturaleza y prestación del servicio.

La cobertura geográfica de la investigación considera una muestra del total de los establecimientos de alojamiento construidos en el inventario de establecimientos de Alojamiento 2013 (409 unidades). (Observatorio de Turismo e Instituto Distrital de Turismo de Bogotá, 2014).

Dentro de los resultados del inventario se pudo identificar que para la localidad de Teusaquillo existen ciento cincuenta y nueve (159) establecimientos de alojamiento clasificados de la siguiente manera.

- Hoteles: 84 unidades correspondientes a esta categoría. Tarifa promedio de \$ 100.000.
- Aparta hotel: Nueve (9) unidades correspondientes a esta categoría. Tarifa promedio \$ 295.000. .
- Vivienda turística: Nueve (9) unidades en estado activo con una tarifa promedio de \$72.000
- Hostal: Cinco (5) unidades y la tarifa promedio está en 72.000

(Instituto Distrital de Turismo, 2013)

***Establecimientos de gastronomía y similares.***

La localidad de Teusaquillo cuenta con un total de veinte y cuatro (24) establecimientos georreferenciados y que se encuentran con RNT, es importante tener en cuenta que esta caracterización cumple con la norma que exige que son solo prestadores de servicios turistas en la categoría de gastronomía aquellos establecimientos (restaurantes y bares) cuyas ventas anuales sean superiores a los 500 salarios mínimos legales vigentes y que además se encuentren localizados para el caso de ciudad de Bogotá dentro de la Zona de Interés Turístico (ZIT).  
(Instituto Distrital de Turismo, 2013)

***Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.***

Se identificaron un total de doce (12) establecimientos de este tipo de prestador de servicios de los cuales ingresaron con unidades nuevas en el periodo de noviembre y diciembre del 2013.  
(Instituto Distrital de Turismo, 2013)

***Guías de turismo.***

La localidad cuenta con un total de 13 guías de turismo que se encuentran con RNT (Registro Nacional de Turismo).

- Adriana Tarazona Copete/El Salitre: carrera 56 N° 42-46, tel. 2392703-2225784, cel. 315-8088361-2591572, correo electrónico actc25@hotmail.com
- Ana Constanza Urrego Jiménez/Chapinero Suroccidental: calle 60 N° 16-35, tel. 2497436
- Andrés Hurtado García/La Magdalena: carrera 17 N° 39 B-51, tel. 3403340
- Carlos Alberto Camargo Jiménez/Banco Central: carrera 18 N° 54-04 apto. 403, tel. 3379151, correo electrónico betoclimb@hotmail.com
- Fernando Rivera Barrero/Belalcázar: calle 48 N° 27 A-18 apto. 408, tel. 3688031

- Harold Eduardo Chacón Sánchez/La Soledad: carrera 21 N° 40-61 apto. 401, tel. 3384198, correo electrónico centturi@hotmail.com
- Isabel Ocampo Padilla/Pablo VI: calle 59 N° 43-13 apto. 502, tel. 3158694
- Jairo Rivera Barrero/Pablo VI: carrera 44 N° 55-50 apto. 429 int. 4, tel. 3243780
- Jeannette Aída Amaya Niño/Pablo VI: carrera 44 N° 55-50 apto. 429 int. 4, tel. 3243780
- Manuel Enrique Portilla/Palermo: carrera 16 N° 48-67, tel. 5718227, correo electrónico m.e.p.a.@terra.com.co
- María del Pilar Cendales Santana/Belalcázar: calle 48 N° 27 A-18, tel. 3688031
- Olga Herrera Villalba/Palermo: carrera 24 N° 47-86 apto. 201, tel. 3401327
- Wilfredo Alberto Garzón Paipilla/Palermo: transversal 16 A N° 46-98 apto. 301, tel. 2858705, correo electrónico wgarzonp@hotmail.com

Según lo expuesto a lo largo del capítulo I de la presente investigación, se concluye que la realización de espectáculos en vivo en la localidad puede llegar a ser fuente de turismo, gracias a que cuenta con gran variedad de espectáculos de todo género que permiten que la gente participe activamente en ellos, conciertos de talla internacional y nacional tanto privados como públicos hacen que los eventos musicales demuestren parte de la cultura Colombiana. Cada año entidades como la Alcaldía Mayor de Bogotá, el Instituto de Artes, el Instituto Distrital de Turismo entre otras entidades; trabajan en conjunto para hacer de Bogotá una ciudad cultural, mediante los espectáculos en vivo, tal como se evidencia con la realización de Rock al parque, evento que comenzó como una alternativa de esparcimiento para los jóvenes bogotanos y hoy en día es una institución a la que el distrito capital destina 3.000 millones de pesos anuales y se convirtió en el festival de rock gratuito más grande de América Latina.

La oferta turística se determinó basados en 3 aspectos claves según teoría de (Juárez & Cebrián, 2011) donde se indica que la oferta está compuesta por los siguientes elementos: Los recursos turísticos, la infraestructura y finalmente encontramos los prestadores de servicios turísticos, estos elementos son necesarios para prestar un buen servicio; de tal manera que los visitantes se sientan cómodos y logren tener una gran experiencia, en este caso hacemos referencia a la experiencia mediante la música. En primera instancia los recursos turísticos a trabajar dentro de esta investigación son los espectáculos en vivo llevados a cabo en la localidad de Teusaquillo, localidad cultural de Bogotá, eventos como festivales al parque y conciertos a cargo de entidades públicas, que cuentan con varias características que le permiten diferenciarse de la competencia y convertirse en el principal motivo de viaje. Actualmente Bogotá está ampliando los espacios para la realización de eventos, debido a la gran demanda que ha surgido en los últimos años, ya que no toda infraestructura existente es adecuada para dichos eventos, los lugares con mayor demanda para espectáculos en vivo son el Estadio el Campin y la plazoleta de eventos del Parque Simón Bolívar; Teusaquillo se caracteriza por tener un oferta variada en relación a los prestadores de servicios turísticos, hoteles de alta categorización, restaurantes de excelente calidad, sumados a atractivos turísticos, zonas comerciales, zonas de rumba permiten al visitante disfrutar de una excelente estadía en un solo lugar.

## Capítulo II

### **Eventos de mayor relevancia que se constituyan en recursos turísticos potenciales**

Para que ocurra el turismo es necesario que se produzca un desplazamiento de un flujo de personas desde un lugar de origen hacia un destino, y para ello es vital que exista una motivación clara por parte de los turistas, es así como (Juan Martínez y Solsona Monzonis, 1999, Leno Cerro, 1993) citado por (Crespi & Planells, 2011, pág. 17) plantean que el recurso turístico son aquellos elementos que provocan, incentivan o motivan el desplazamiento turístico.

### **Recursos turísticos**

Según la OMT<sup>23</sup> un recurso turístico son aquellos bienes y servicios que satisfacen la demanda y hacen posible el desarrollo de la actividad turística a diferencia del patrimonio turístico, el cual hace referencia a un área territorial que posee un conjunto de bienes materiales o inmateriales a disposición de las personas y que pueden utilizarse para la satisfacción de las necesidades turísticas. (Crespi & Planells, 2011, pág. 17)

Existen diferentes formas de definir que son los recursos turísticos de un destino. Uno de los conceptos más recurrentes es la de Vogeler y Hernández 2002, citado por (Crespi & Planells, 2011) donde se indica que un recurso turístico es todo elemento que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona.

Teniendo en cuenta lo planteado por (Navarro, 2015) en los recursos turísticos y atractivos turísticos se identifican varias coincidencias, es por esto que en primer lugar se tendrán en cuenta las definiciones dadas por diferentes autores de tal manera que se pueda esclarecer un poco más el concepto.

Ramírez Blanco en base a Zimmermann (1957) citado por (Navarro, 2015) define al atractivo turístico como un recurso turístico, donde se establece que son los elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales que puedan ser utilizados como motivación para las personas haciendo que se genere un desplazamiento turístico.

---

<sup>23</sup> Organización Mundial del Turismo

Para Leiva, 1991:87 citado por (Diaz B. , 2011, pág. 18) uno de los factores para que se logre el desarrollo de actividades turísticas es la existencia de los recursos o atractivos ya que estos son los que motivan a las personas a realizar un viaje a determinado destino.

Por otra parte encontramos la definición de Acerenza, citado por (Navarro, 2015, pág. 337) en la que dice que los atractivos turísticos son el componente más importante del producto turístico, ya que esos son la parte determinante del porque el turista decide visitar el destino.

Finalmente encontramos la definición de Gurria di Bella; donde señala que tanto el recurso como el atractivo poseen una serie características similares, estas características desde el punto de vista del visitante se denominan atractivos turísticos, porque son los que llaman y atraen su atención; desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante.

El análisis de los recursos turísticos permite evaluar la potencialidad para su desarrollo, sin embargo, cabe aclarar que reunir una serie de valores patrimoniales no significa que de manera directa ya se disponga de un elemento de uso turístico, puesto que este necesita de un proceso de adecuación, por ejemplo, pueden existir elementos de alto contenido cultural pero que por diferentes motivos estos no puedan ser utilizados turísticamente. La motivación de viaje es un factor determinante en el desplazamiento de los turistas a un destino, pero se debe tener en cuenta que el recurso turístico no es el único elemento que debemos considerar, otros elementos que permiten el acceso a este son fundamentales, como el transporte, el alojamiento, servicios de alimentación, servicios médicos; etc.

### **Clasificación y tipología de los recursos turísticos.**

Los recursos turísticos se clasifican en 5 grandes categorías según (Crespi & Planells, 2011, págs. 19-20)

- Recursos naturales.
- Recursos históricos, monumentales o artísticos.
- Recursos gastronómicos, folclóricos y artesanales.
- Fiestas, eventos y acontecimientos programados.
- Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.

En base al libro Recursos Turísticos (Gil & Leal, 2013, pág. 4) existe una gran variedad de clasificación en relación a los recursos, donde estos son clasificados en tres (3) categorías que son:

- Recursos naturales: Elementos de atracción relacionados con la naturaleza.
- Recursos histórico-patrimoniales: Elementos de atracción relacionados con la historia y la intervención humana.
- Recursos etnográficos-culturales: Elementos de atracción relacionados con la cultura y las manifestaciones propias de una zona.

Además de esto es importante resaltar que (Gil & Leal, 2013) hacen también una clasificación de los recursos turísticos de acuerdo a la naturaleza que esté presente.

Tabla 15 Clasificación de los recursos turísticos en función de su naturaleza.

<b>Criterio</b>	<b>Recurso</b>	<b>Característica</b>
Según su creación	Original	Es aquel que es único y exclusivo de su naturaleza.
	Complementario	Es aquel creado por el hombre para incrementar la capacidad del destino.
Según su interés	Turístico de gran interés	Genera por si solo corrientes turísticas.
	Turístico de interés local	Genera corriente hacia municipios o áreas cercanas.
	Turístico potencial	Es aquel recurso susceptible de convertirse en un nuevo recurso para el turista.
Según la distancia de desplazamiento	Para residentes	Está situado cerca de principales núcleos residenciales y en su gran mayoría son los residentes quienes visitan el recurso.
	Para excursiones	Requiere el desplazamiento de un día o fin de semana.
	Para vacaciones	Requiere desplazamiento grande y requiere una larga duración.

Fuente propia: Datos tomados de (Gil & Leal, 2013, pág. 5)

Para (Navarro, 2015) existen recursos turísticos que no necesariamente son atractivos turísticos, estos recursos se encuentran disponibles para satisfacer una necesidad pero no hacen que sea el motivo principal del viaje, en consecuencia, los atractivos turísticos son recursos turísticos convertidos, por ejemplo, al referirnos a la realización de eventos musicales en la ciudad de Bogotá, se toma como un recurso el estadio Nemesio Camacho el Campín o la plaza de eventos del parque Simón Bolívar, los visitantes no llegan a la ciudad con la intención de visitar los lugares anteriormente mencionados, la motivación de ellos es el concierto que se realizará en dichos espacios, es decir, que este tipo de recursos son un elemento disponible para resolver una necesidad. Es importante recalcar que la motivación para los turistas son los espectáculos en vivo, aquí se formula una pregunta que nos da una visión a la investigación y es la siguiente: ¿Qué deben tener los espectáculos en vivo para ser considerados atractivos turísticos?, pregunta que será resuelta más adelante.

Sin embargo no se conciben atractivos turísticos que no constituyan recursos turísticos; es decir, bienes que motiven un desplazamiento pero no satisfacen ninguna necesidad. Es así como los recursos turísticos pueden convertirse en atractivos turísticos mediante un proceso de transformación que consiste en hacer que este sea reconocido y visitable.

El primer paso en el desarrollo de este proceso es la identificación que consiste en registrar un recurso (supone acciones de reconocimiento). En segundo lugar encontramos la conversión que implica hacer visible el recurso, facilitar y gestionar la experiencia turística (en este paso se debe hacer un proceso de valoración).

De acuerdo a Sancho (1998: 131-132) “los recursos naturales, culturales etc., son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción” y Gurría di Bella (1991:48) “un mismo bien es nominado recurso por parte del planificador y atractivo por parte del visitante; citado por (Navarro, 2015, pág. 352).

Es decir que la diferencia que existe entre un recurso turístico y un atractivo turístico no depende de la perspectiva de la persona, sino de la perspectiva del lugar, un bien es un recurso turístico es decir que no ha sido transformado, una vez se transforma para favorecer el contacto con los visitantes se considera atractivo turístico.



Sin embargo cabe resaltar que no todos los atractivos turísticos iniciaron como recursos es aquí donde aparece la denominación de atractivo turístico creado, es decir; es aquel atractivo que se crea especialmente con fines turísticos y es independiente del destino, no tiene vinculación geográfica o cultural con un lugar en particular por ejemplo: La estatua de la libertad en Nueva York, la Torre Eiffel en Paris, Museo Guggenheim en Bilbao, la señal de Hollywood en Los Ángeles, Hard Rock Café en la Vegas, entre otros. La creación de atractivos se puede deber a los siguientes factores:

- Inexistencia de recursos
- Disponibilidad de recursos de baja valoración o de representaciones con poca fuerza
- Disponibilidad de recursos y representaciones que aunque valiosos y fuertes, no coinciden con el perfil de un destino deseado.

### **Análisis del potencial turístico de los recursos turísticos**

Tal como se mencionó en el apartado anterior los recursos turísticos pueden convertirse en atractivos, para que esto sea posible dichos recursos deben contar con ciertas cualidades y características. Teniendo en cuenta lo expuesto por (Navarro, 2015) el primer paso a desarrollar es el reconocimiento y el segundo es la valoración, pero ¿Cómo se realiza dichos pasos?

Una vez expuestos los recursos el siguiente paso es hacer el reconocimiento, la OEA<sup>24</sup> establece 4 jerarquías de calificación subjetiva teniendo en cuenta la demanda de los espectáculos, en 1986 esta escala fue transformada y adaptada por Cuervo y Leno Cerro, citado por (Diaz B. , 2011, pág. 27) donde se indica que los recursos pueden ser categorizados bajo 5 jerarquías las cuales son:

- Jerarquía 5: Atractivo con atributos excepcionales y de gran importancia para el mercado internacional.
- Jerarquía 4: Atractivo capaz de motivar turistas nacionales y extranjeros.
- Jerarquía 3: Atractivo con algún rasgo llamativo, puede interesar a los turistas a visitar a pesar que no sea el motivo principal de viaje.
- Jerarquía 2: Atractivo con interés capaz de motivar corrientes turísticas.

---

<sup>24</sup> Organización de los Estados Americanos.

- Jerarquía 1: Atractivo con bajos méritos turísticos, se debe potenciar y diversificar.

Para conocer en que jerarquía se encuentra el recurso a ser evaluado, primero se debe realizar la valoración del recurso que se hace a través de los siguientes aspectos:

- Unicidad: Es el valor que se le da al atractivo por ser único en la ciudad, por ejemplo, un atractivo con gran unicidad son las pirámides de Egipto.
- Valor intrínseco: Es el valor otorgado al recurso comparado con otros recursos de la misma categoría, por ejemplo, Festival Rock al parque de la ciudad de Bogotá con el Festival internacional Altavoz de Medellín.
- El carácter local: Es el valor añadido que se le otorga a un recurso característico del lugar.
- Notoriedad: Grado de conocimiento del recurso a nivel nacional e internacional.
- Concentración de la oferta: Concentración de otro tipo de productos para la realización de otras actividades.

Todo lo anterior expuesto según (Juárez & Cebrián, 2011, pág. 201)

En el capítulo I se hace el reconocimiento de los recursos turísticos a nivel de espectáculos en vivo en la localidad de Teusaquillo, que dio como resultado 5 espectáculos de carácter público y 2 de carácter privado, una vez identificados los eventos con mayor relevancia en la localidad el siguiente paso es hacer la valoración que como se mencionó anteriormente mediante la calificación de los recursos (eventos) en 5 aspectos. El puntaje se dará de acuerdo a una escala de 1 a 5 donde 5 es el de mayor representación y 1 el de menor representación.

Tabla 16 Valoración de recursos culturales (espectáculos en vivo)

<i>Recurso</i>	<i>Rock al parque</i>	<i>Jazz al parque</i>	<i>Hip hop al parque</i>	<i>Salsa al parque</i>	<i>Colombia al parque</i>	<i>Justin Bieber (Evento privado)</i>	<i>Korn (Evento privado)</i>
<i>Valoración</i>							
<i>Unicidad</i>	4	1	2	2	5	3	3
<i>Valor intrínseco</i>	4	3	3	3	3	3	2
<i>El carácter local</i>	4	3	3	3	4	4	3
<i>Notoriedad</i>	4	2	2	2	2	4	2
<i>Concentración de la oferta</i>	4	3	3	3	3	4	3
<b><i>total</i></b>	20	12	13	13	17	18	13

Fuente: Elaboración propia

La elaboración de la tabla número 16 se realizó a carácter propio basado en la información recopilada durante el capítulo I en donde se describen los recursos turísticos culturales en relación a los espectáculos en vivo desarrollados en la localidad de Teusaquillo.

Como resultado se obtuvieron que los dos conciertos con mayor potencialidad turística son Rock al Parque y Justin Bieber, siendo uno de carácter público y el otro de carácter privado respectivamente. Esto se debe en gran parte al poder de convocatoria que tiene este tipo de eventos, lo que genera que más personas se desplacen a la ciudad donde el motivo principal es ver a sus artista favorito en tarima, otro de los factores a tener en cuenta fue, la logística que demanda; ya que no es igual realizar un evento para 1.000 personas que organizar un evento que supera más de los 36.000 asistentes.

Para el caso del concierto de Justin Bieber se dice que es potencialmente turístico porque fue el único que se desarrolló en Colombia, si bien se sabe este artista tenía varias presentaciones en otros países Latinoamericanos, países como Venezuela, no contaban con la presentación del artista canadiense, esto implicó que varias personas provenientes de nuestro país vecino llegaran a la ciudad. Por otro lado encontramos a Rock al parque considerado como uno de los festivales

de rock más grandes del mundo, festival que trae artistas de talla nacional e internacional durante 3 días.

Se infiere que estos dos eventos hacen parte de la Jerarquía 3 dentro de la tabla de valoración según (Diaz B. , 2011) donde se indica que la jerarquía 3 es un atractivo con algún rasgo llamativo que puede interesar a los turistas a visitar a pesar que no sea el motivo principal de viaje.

Es así como a continuación se hará un análisis basado en datos estadísticos tomados del Observatorio de Turismo referente a Rock al parque y datos de información primaria tomados el día del concierto de Justin Bieber en la ciudad de Bogotá.

### **Conciertos con mayor potencialidad turística**

Durante este capítulo se hará una comparación del Festival Rock al Parque 2015 con el concierto de Justin Bieber 2017; ya que teniendo en cuenta el análisis anteriormente planteado son los eventos con mayor potencial turístico en la localidad de Teusaquillo.

#### **Análisis estadístico de las muestras concierto de Justin Bieber 2017.**

La muestra es la recopilación de elementos extraídos de la población, la siguiente formula se utilizará para determinar el tamaño correcto de la muestra. (Martinez, 2006, pág. 176)

Población finita:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Aplicación:

- N = 42.000
- Z = 95% nivel de confianza (1.96)

- $e= 5\%$  grado error (0.05)
- $p= 50\%$  (0.5)
- $q= 50\%$  (0.5)

Al realizar la aplicación de la ecuación con los datos dados anteriormente dados se obtiene como resultado 380 encuestas.

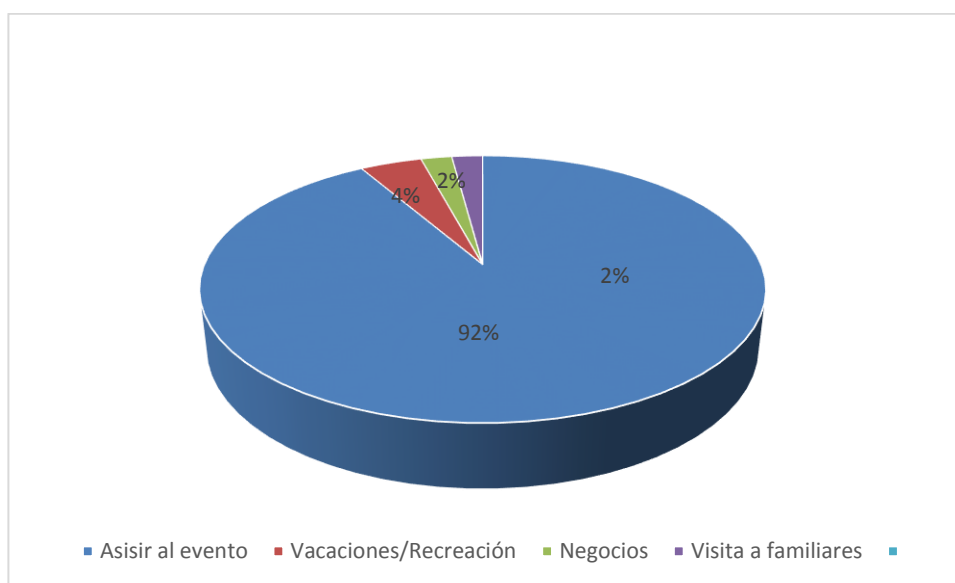
Con un total de 380 encuestas realizadas el día del concierto de Justin Bieber el 12 de Abril de 2017, se contó con la participación de algunas ciudades predominantes del país como lo son: Medellín, Barranquilla y Cúcuta, además también se evidenció que varias personas de Venezuela se desplazaron a la ciudad cuyo motivo principal era asistir al concierto.

La disposición y colaboración de las personas, durante la realización de las encuestas fue muy agradable en primera instancia porque no fue difícil encontrar la población de estudio y segundo porque fueron muy amables al reglar un poco de su tiempo para el desarrollo del proyecto académico.

### ***Interpretación de los resultados.***

Este se realizará por cada pregunta realizada, un total de 12 preguntas, dónde se evidenciará el total de respuestas y de opciones seleccionadas, la ponderación y el total graficado en una torta estadística.

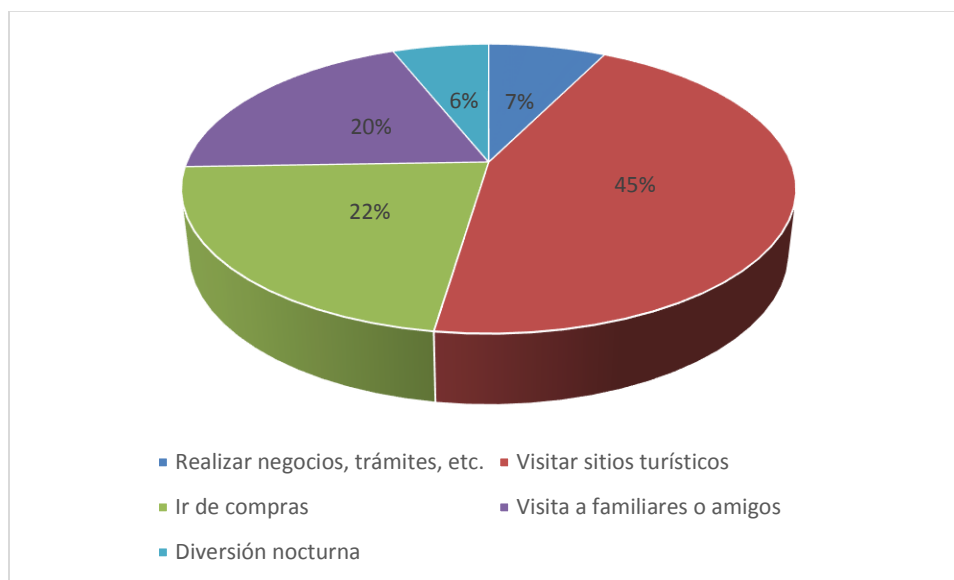
Gráfico 7 Principal motivo para visitar la ciudad de Bogotá



Teniendo en cuenta la gráfica anterior se puede analizar que de las personas encuestadas en su gran mayoría visitaban la ciudad de Bogotá con el motivo de ver a su artista favorito, se resalta que aproximadamente el 90% son de género femenino y de edades entre los 17 y 24 años, las personas cuyo motivo principal no era el evento pero se encontraban allí, son padres de familia que estaban en el lugar para acompañar a sus hijos y donde sus motivaciones eran visitar a familiares o realizar trámites en la ciudad.

A través de las encuestas realizadas se puede evidenciar que los espectáculos en vivo pueden ser importantes atractivos turísticos para una ciudad, tal como ocurrió con este concierto; las personas se desplazaron para llegar a ver a su artista favorito cuestión que generó turismo en Bogotá. Cabe resaltar que uno de los factores influyentes fue que el concierto se realizó durante la semana santa lo que generó que las personas tomaran la decisión de prolongar su estancia en la ciudad.

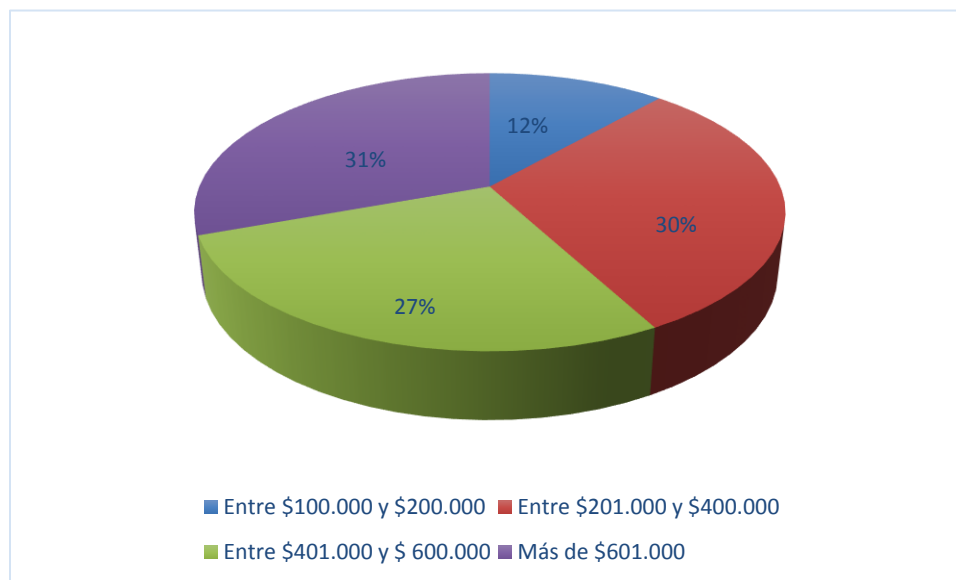
Gráfico 8 Actividades a desarrollar en la ciudad a parte de concierto.



El 45% de las personas encuestadas dijeron que visitar sitios turísticos en la ciudad era la otra actividad que tenían planeada aparte de asistir al evento, esto teniendo en cuenta que en su gran mayoría se quedaban durante la semana completa, es decir toda la semana santa. El segundo porcentaje con mayor participación fue ir de compras, esto debido a los grandes centros comerciales con los que cuenta la ciudad, muy cerca de este porcentaje se encuentra también la visita a familiares con un 20% este porcentaje fue arrojado especialmente por las personas mayores es decir los padres que se encontraban allí con sus hijos, finalmente la diversión nocturna fue la última actividad a nivel general pero se desataca como la segunda actividad preferida por la personas mayores de 26.

Las personas que llegan a Bogotá aprovechan al máximo su tiempo para conocer más acerca de la ciudad turística número 1 de Colombia, como investigadora de este proyecto al momento de realizar las encuestas tuve la oportunidad de hablar un poco con las personas que se encontraban allí acerca de que lugares visitarían y porque, uno de los sitios turísticos con mayor participación fue Monserrate esto se debía a que era semana santa, visitar lugares como el centro histórico de la ciudad, zona rosa, zona T, y Zipaquirá eran otras de las actividades planeadas para desarrollar durante la estancia en la ciudad.

Gráfico 9 Gasto promedio mientras esta en la ciudad.

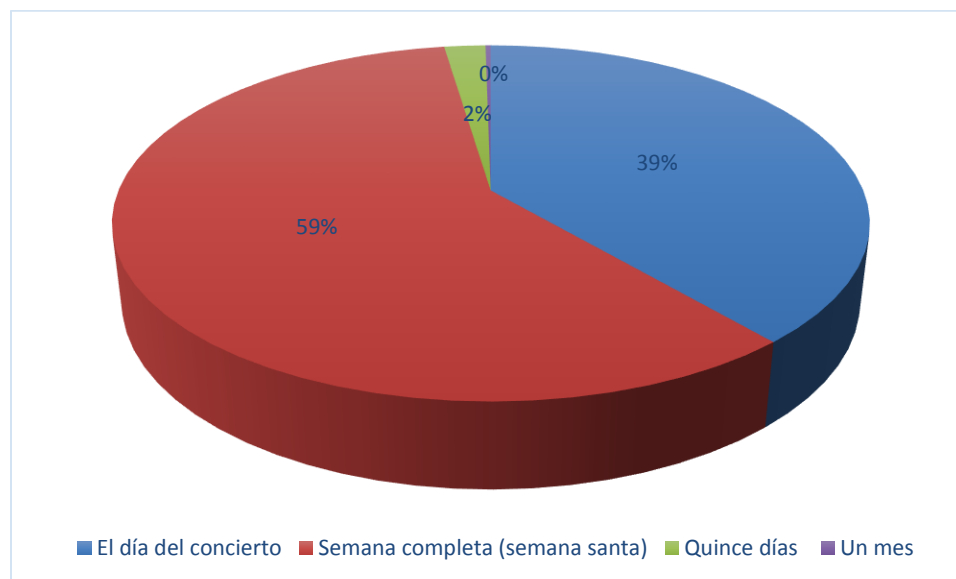


La mitad de las encuestas revelaron que las personas que decían “más de \$601.0000” pretendían quedarse en la ciudad por la semana completa y venían entre 4 y 5 personas; la otra mitad arrojó que los que gastaban entre \$401.000 y \$600.000 se quedaban la semana completa aunque con menos personas es decir entre 2 y 3, se infiere que el gasto promedio por persona es aproximado a 250.000, esto sin contar gastos de boletería, lugar de alojamiento y medio de transporte para llegar a la ciudad de Bogotá. El porcentaje con más baja participación es entre \$100.000 y \$200.000 y fueron las personas que se quedaban solo por el día del concierto y venían solos o no más de 2 personas.

Tal como se puede observar en el gráfico los porcentajes son muy cercanos, lo que varía en este caso es la cantidad de personas que gastaban dicho dinero y el total de días que permanecían en la ciudad. Al ser este un evento especialmente para menores de edad, el número de turistas en la ciudad era mucho mayor, aun cuando una sola persona era la que asistía al evento, los adolescentes no podían desplazarse a la ciudad solos venían en compañía de un adulto, lo que en muchos casos generó que fuera un viaje familiar, es decir más personas que visitaban la capital.



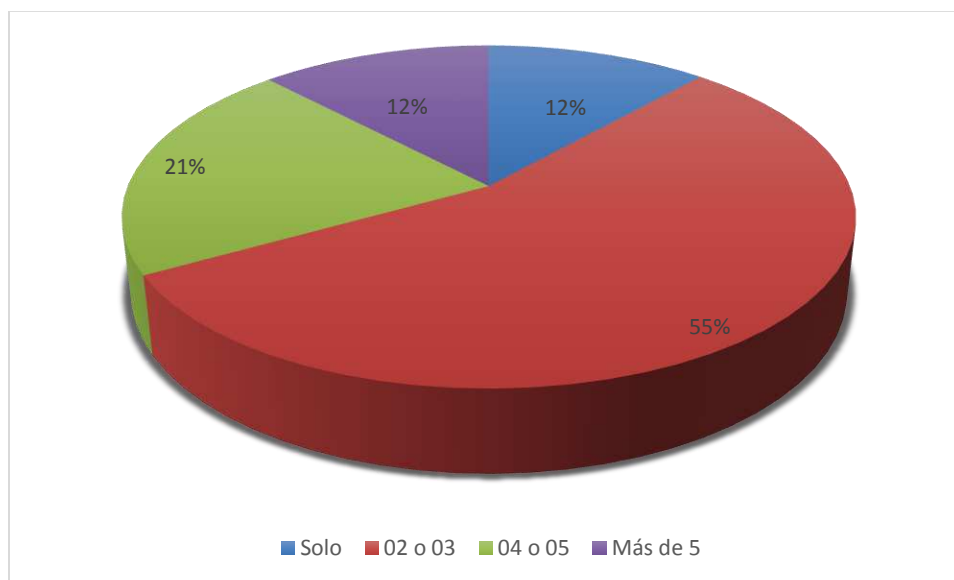
Gráfico 10 Tiempo de permanencia en la ciudad.



El 39% de los encuestados dijeron que se quedarían solamente por el día del concierto, se evidenció que muchas de estas personas venían de lugares relativamente cercanos a la ciudad como Villavicencio, Tunja, Ibagué, Honda y Girardot, esto se ven reflejado también con el gasto promedio que realizaban en la ciudad; en relación con la pregunta anterior el gasto promedio de estas personas oscila entre \$100.000 y \$200.000. Aun así es importante resaltar que más de la mitad de los encuestados decidieron quedarse en la ciudad por la semana completa siendo esta una gran oportunidad para conocerla esto debido a que en su gran mayoría se encontraban en vacaciones tanto padres como los jóvenes.

Una de las grandes ventajas para la ciudad durante la realización del concierto fue la fecha en que se llevó a cabo siendo un día miércoles de semana santa, lo que generó mayor desplazamiento y mayor tiempo de permanencia.

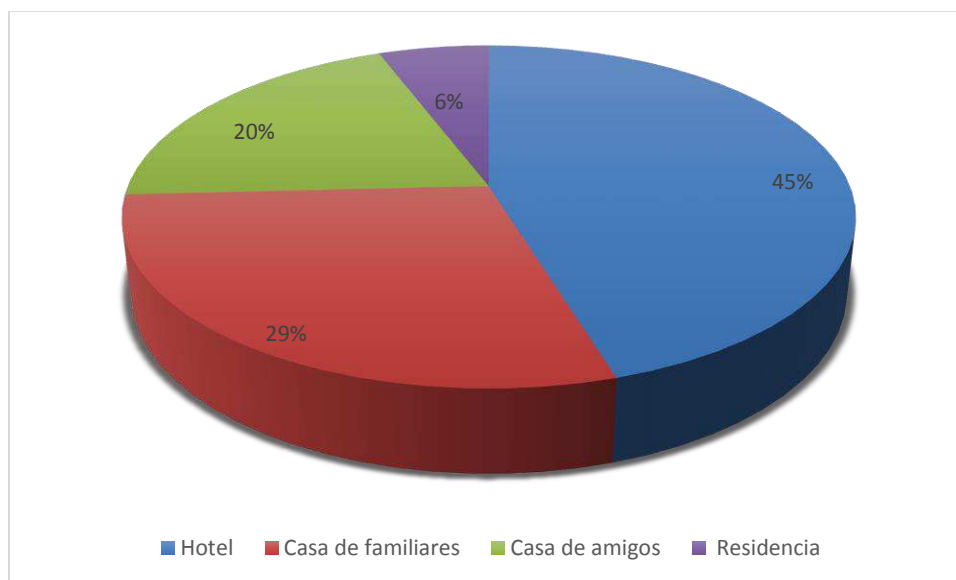
Gráfico 11 Personas con que viajó a la ciudad de Bogotá.



Siendo esta la semana santa y al mismo tiempo el día en que se realizó el concierto, fue clave para que muchas familias decidieran tomar un tiempo fuera de su ciudad y disfrutar de Bogotá, el 55% de los encuestados dijo haber venido a la ciudad con dos o más personas; muchos de ellos venían en grupo familiar aun cuando una sola persona iba a asistir al evento. El porcentaje de las personas que venían solas es de 12%, donde 19 y 23 años fueron los de mayor participación, es importante resaltar que el lugar de alojamiento de las personas que llegaron solas era casa de familiares.

Durante la realización de las encuestas se logró evidenciar también que además de realizarse viajes familiares, este tipo de conciertos incentivan viajes de amigos, al ver que habían varios grupos de amigas y amigos entre 4 y 5 personas; al preguntarles a estos adolescentes quien viajaba con ellos la respuesta fue que una o dos adultos (padres) estaban a cargo de todas, cabe aclarar que esto depende también del tipo del concierto que se esté realizando, en este caso ellos debían estar acompañadas por un adulto al ser todos ellos menores de edad.

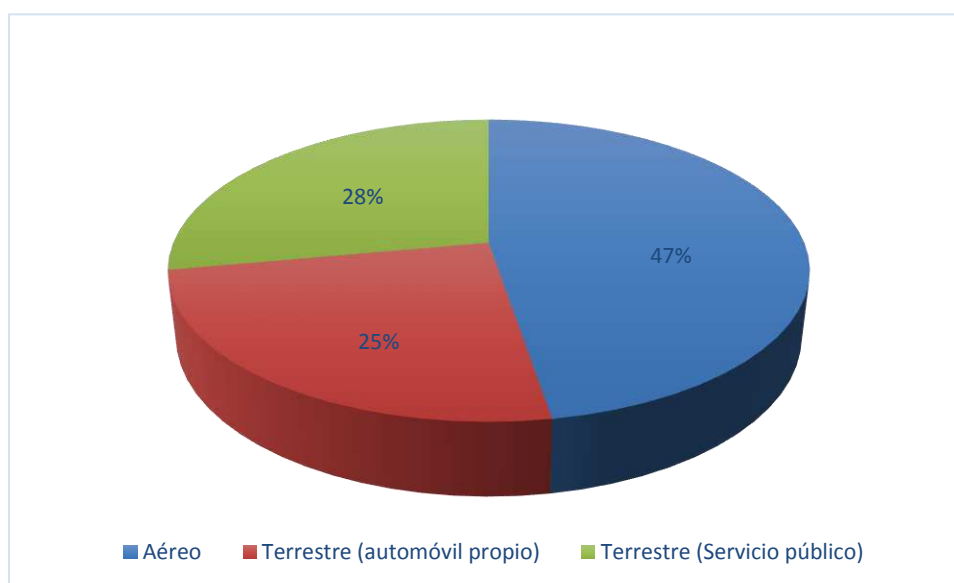
Gráfico 12 Lugar donde se alojó



Teniendo en cuenta que esta encuesta fue realizada a personas que no vivían en Bogotá, el hotel es el lugar de alojamiento con mayor participación reflejando un 45%, aquí se logró evidenciar que la mitad de ellos se quedaban solo por el día del evento mientras que la otra mitad fueron personas que decidieron quedarse en la ciudad por la semana completa, en segundo lugar encontramos la casa de familiares con un total de 29%, personas que tenían esta posibilidad extendían sus visita en la ciudad por toda la semana.

Las ciudades con mayor participación en hotel como lugar de alojamiento provenían de ciudades como Santa Marta, Barranquilla, Cartagena, Riohacha, Yopal, Tolú, Manizales, Montería e Ibagué; para ciudades como Medellín, Cali y Villavicencio el lugar de alojamiento con mayor participación fue casa de familiares o de amigos, las personas que venían de la costa del país tenían la tendencia a permanecer en la ciudad por más tiempo al preguntarles porque se quedarían la respuesta era porque 1, era semana santa, 2, era viaje familiar, 3, era la primera vez que venían a la ciudad y la idea era conocerla la ciudad y no solo por asistir al evento, así que tomaban esto como la mejor opción para visitar la capital colombiana.

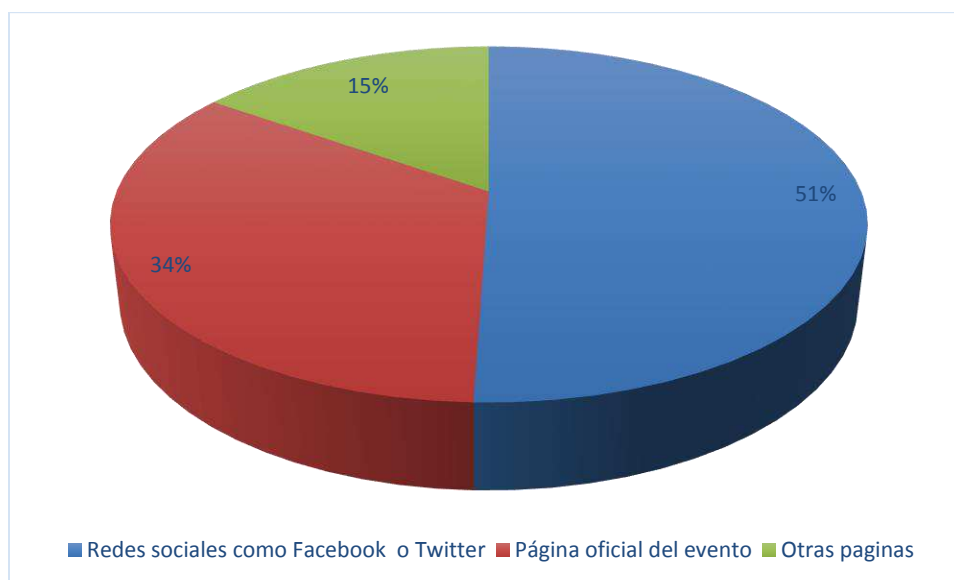
Gráfico 13 Medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad de Bogotá.



Se contó con la participación de personas que residen en ciudades como Santa Marta, Medellín, Cartagena y Barranquilla, su principal medio de transporte fue aéreo reflejando así una puntuación de 47%, estas al ser ciudades lejanas a Bogotá requieren de un mayor tiempo de traslado si es por medio terrestre (entre 18 y 22 horas), lo que para la gente no es nada como modo tener que viajar tanto tiempo un bus por eso optan por un medio de transporte más rápido y seguro pero a un mayor precio; al ser una semana donde muchas personas se desplazaron a la ciudad el valor de los tiquetes aumento su precio no solo por ser semana santa sino también por el concierto lo que conllevó a que una minoría de personas desde ciudades retiradas a la capital no tuvieran otra opción que tomar el sistema de transporte público.

Seguido a esto se encuentra el 28% representado el medio de transporte terrestre por servicio público desde ciudades como Villavicencio, Medellín, Honda, Bucaramanga y Armenia; la distancia entre las ciudades anteriormente mencionadas con Bogotá es relativamente corta si se compara con ciudades de la costa colombiana, ya que aquí el tiempo de desplazamiento es menor estando entre 10 – 2 horas. En el tercer lugar se encuentra el automóvil propio como medio de transporte desde lugares como Moniquira, Tunja y Villa de Leyva, estos lugares tienen son muy cercanos a Bogotá y las facilidades de desplazamiento son mayores.

Gráfico 14 Medio por el cual se enteró del evento.

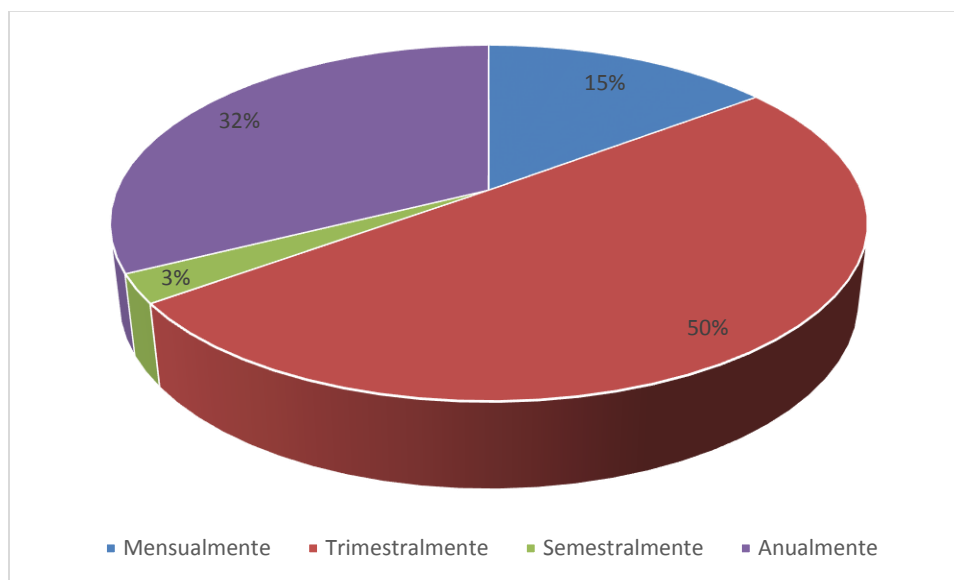


La manera en cómo se promociona un evento es parte fundamental para el desarrollo del mismo; actualmente las redes sociales marcan un punto clave en la comunicación de la sociedad, es así como en respuesta a esta pregunta las redes sociales obtuvieron el mayor porcentaje con un 51% seguido de la página oficial del evento con un 34%, OCESA Colombia fue la entidad encargada de realizar el evento en la ciudad.

Ahora gracias a la tecnología las personas pueden conocer de manera más rápida que está pasando en el mundo actual, en el caso de este evento, emisoras radiales, como los 40 principales (emisora oficial del concierto de Justin Bieber) apoyaron mucho la promoción del evento, al hacer concursos para regalar las boletas a todos los fanáticos del cantante, estas promociones se hacían también a través de Twitter y Facebook.

Un ejemplo claro es el siguiente concurso organizado por la emisora llamado “Concurso para el fan #1 de Justin Bieber” dicho concurso consistían en hacer varias publicaciones vía Twitter y así tenían la oportunidad de ganar el súper kit que incluía: Dos discos del cantante canadiense, una cancionero con sus mejores éxitos y una boleta para disfrutar de “Purpose World Tour” en Bogotá. (Los 40 principales Colombia, 2017)

Gráfico 15 Asistencia a espectáculos en vivo.

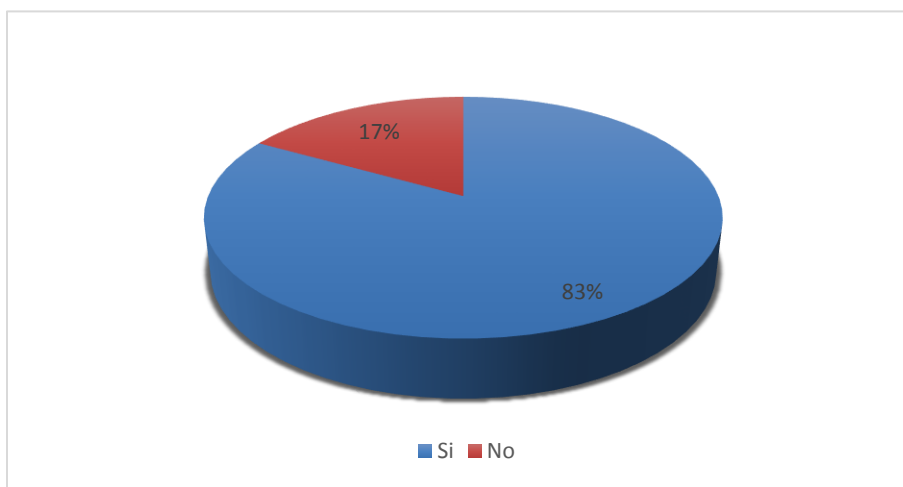


La realización de espectáculos en vivo, es una expresión cultural que cada vez más está en crecimiento, la mitad de las personas encuestadas dijeron que asisten a eventos en vivo por lo menos una vez cada tres meses, cabe aclarar que dichos espectáculos no son necesariamente en la ciudad de Bogotá son eventos organizados en la ciudad de donde provienen los encuestados.

La evolución de la industria del espectáculo en Colombia ha crecido en los últimos años gracias al arduo trabajo de entidades tanto públicas como privadas, la creación de nuevas leyes ( Ley de espectáculos públicos, 1493 del 26 de diciembre de 2011) que permiten un mejor desarrollo y organización han hecho que la industria se pueda consolidar y pueda llegar a ser un gran fuerte en la economía naranja del país.

Durante la realización de las encuestas se le pregunto a los jóvenes a qué tipo de espectáculos asistían y la respuestas de ellos fue principalmente a conciertos de carácter gratuito entre los más nombrados estuvo el festival internacional Altavoz en Medellín, festival que maneja ciertas similitudes con Rock al parque, entre otros eventos se encuentran los organizados por emisoras como el evento 40, el Megaland. En el caso de las personas adultas el tipo de conciertos al que asisten son especialmente de música Vallenata y de música popular organizados por Olimpica Stereo y Radio Uno.

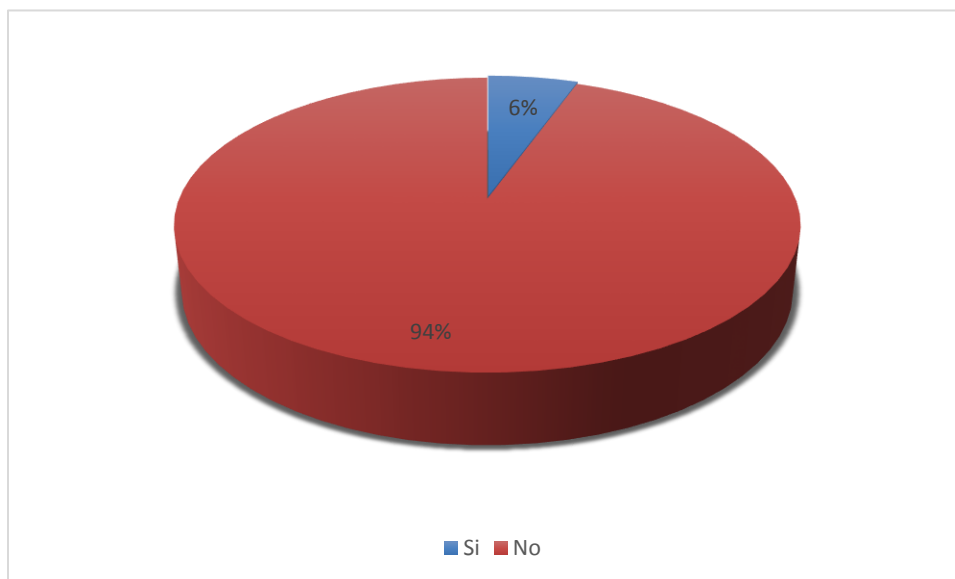
Gráfico 16 Lugar de realización del evento.



La mayoría de las personas que dijeron que el estadio El Campin no era el más adecuado para la realización de este evento son de Medellín, aun así el resultado arroja un 82% como preferencia la ciudad de Bogotá para la realización de este evento, puesto que es la capital y es un lugar central para un mejor desplazamiento. La infraestructura del estadio permite una mejor organización lo que para muchos fue un punto a favor del organizador del evento; ya que el otro lugar disponible era el Parque Simón Bolívar y este no cuenta con silletería; lo que hace que su organización sea más compleja.

Si bien se sabe la infraestructura es parte fundamental para el desarrollo de un buen evento de carácter musical; en este caso la ciudad de Bogotá cuenta con infraestructura bastante amplia que permite el desarrollo de los mismos, gracias a la ley de espectáculos en vivo (Ley 1493 del 26 de diciembre de 2011) tiene como propósito formalizar y fortalecer el sector de los espectáculos de las artes escénicas en Colombia, a través de la implementación de diferentes medidas que favorecen el incremento en recursos, generan incentivos tributarios, aportando el 10% del valor de la boletería o derecho de asistencia, que serán destinados a la creación de nuevos espacios y protección de los espacios existentes.

Gráfico 17 Servicios adicionales a las entradas del concierto



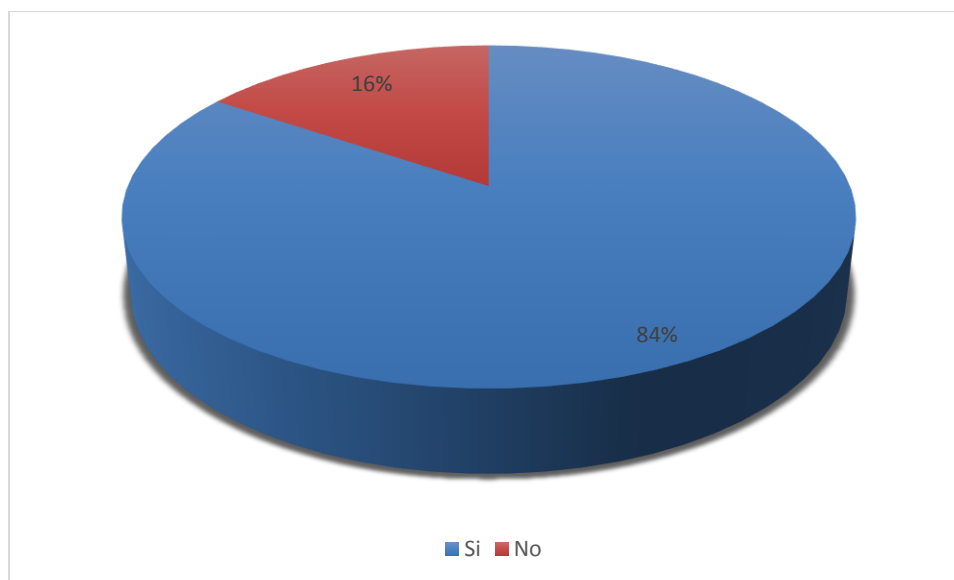
Tal como se refleja en la gráfica un alto porcentaje de las personas encuestadas dijeron que no adquirieron ningún paquete para asistir al evento, los que respondieron que si adquirieron servicios adicionales, fueron accesorios, como gorras, aretes, afiches, pulseras, camisas, entre otros, esto refleja que aparte de la boletería muy pocas personas adquieren productos relacionados con el evento. Aun así durante la realización de las encuestas muchas personas mostraron su interés en que algo como esto se fuera posible ya que facilitaría mucho más las cosas.

Una de las personas encuestadas manifestó que eventos de esta magnitud podrían tener la misma dinámica que cualquier otro producto turístico, así como existen paquetes donde se ofrece un “todo incluido” lo mismo debería ocurrir aquí, ya que de esta manera se facilita el desplazamiento a la ciudad.

Se infiere con el resultado de esta pregunta que uno de los elementos para trabajar en la realización de los espectáculos en vivo sería la elaboración de paquetes turísticos que le permitan a las personas una mayor seguridad al momento de viajar a la ciudad donde el artista se presenta.



Gráfico 18 Paquetes que tengan todo incluido para asistir a los eventos.



Al preguntarle a la gente si estarían dispuestos a adquirir un paquete que tenga todo incluido para asistir al evento el 84% de las respuestas fueron positivas, se concluye de esto que, cuando se realiza un evento fuera de la ciudad de origen, ofrecer paquetes turísticos es una alternativa para que más personas asistan al evento.

Cabe resaltar que estos productos no aplicarían para todos los eventos que se realicen en la ciudad, es importante tener en cuenta la envergadura y el tipo de público que atrae, como se ha mencionado anteriormente el público objetivo para este evento eran adolescentes, lo que implicaba que ellos no llegaban a la ciudad solos venían acompañados de los padres de familia.

### **Asistentes a eventos de ciudad festival Rock al parque 2015.**

Bogotá es considerada como la Ciudad creativa de la música por su amplia oferta en el ámbito musical, la cual fue nombrada en el año 2012 dentro de la Red de Ciudades Creativas de la Unesco. En el 2013 recibió tres sobresalientes festivales internacionales (América Cantat 7, Festival Internacional de Música de Bogotá y Festival Estéreo Picnic) que acreditan el gran estado de su industria musical.

Rock al parque es considerado uno de los eventos del género del rock más grande de Latinoamérica, este evento llega en el 2017 a su edición #23, evento que ha perdurado en el tiempo y se ha adaptado a las condiciones de la expresión musical en Bogotá. Encuentro que da lugar al talento, la diversión y la cultura, reuniendo invitados nacionales e internacionales en un despliegue que corrobora la importancia de la música en el mundo. Es por esto que el Instituto Distrital de Turismo a través del Observatorio de Turismo de Bogotá, en el marco de la investigación “Asistentes a eventos de ciudad Bogotá” presenta la segunda medición de Rock al Parque; evento emblemático con que cuenta la ciudad y que ha convertido a Bogotá en un referente musical en el mundo toda vez que contribuye a hacer visibles los elementos patrimoniales tangibles e intangibles más representativos de la identidad Bogotana.

La alcaldía de Bogotá proyecta tener la música como un factor cultural distintivo de la ciudad, es por esto que el festival Rock al Parque reúne diferentes tendencias sonoras y es apoyado por entidades tanto públicas como privadas encargadas de la promoción cultural; para el año 2012 la inversión fue de 1.1 millones de dólares, según las cifras de los organizadores; Invest In Bogotá citado por (Observatorio de Turismo de Bogotá, 2015).

En la actualidad es uno de los eventos más grandes de Colombia y de América Latina, que reúne bandas de rock nacionales e internacionales para llenar con música los escenarios durante tres días; siendo un espacio donde jóvenes y adultos participan activamente en el encuentro gratuito más grande del país. Desde sus inicios el festival ha promovido procesos de convivencia basados en el reconocimiento de la diversidad musical y del respeto por las diferentes tendencias que año tras año se encuentran en el parque.

Teniendo en cuenta la encuesta de percepción realizada por “Bogotá como vamos” en el 2014 citado por (Observatorio de Turismo de Bogotá, 2015, pág. 17) se dice que Rock al parque se ha convertido en un icono de cultura y un escenario perfecto para la socialización, la sana convivencia y la apropiación de una ciudad con cultura musical.

El objetivo principal de la investigación realizada por el Observatorio de Turismo fue el siguiente:

“Analizar el impacto que tiene el Festival Rock al Parque en el comportamiento turístico de la ciudad, mediante el seguimiento continuo a través de la recolección y análisis de datos durante el evento, que permitan generar información válida y confiable acerca de los residentes, visitantes nacionales e internacionales que en él participaron.” (Observatorio de Turismo de Bogotá, 2015, pág. 8)

El universo de estudio utilizado para esta investigación fueron personas mayores de 15 años que asistieron a la XXI versión del Festival Rock al Parque, durante el periodo del 15 y el 17 de agosto del 2015. Esta investigación se realiza por medio de muestreo probabilístico simple, lo que permite hacer estimaciones de las variables con un alto nivel de precisión. Se calculó un tamaño de muestra aleatoriamente a los asistentes del evento. 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; como resultado se aplicaron 2.406 encuestas durante la XXI versión del festival.

Tabla 17 Asistentes a las versiones del festival 1995-2014

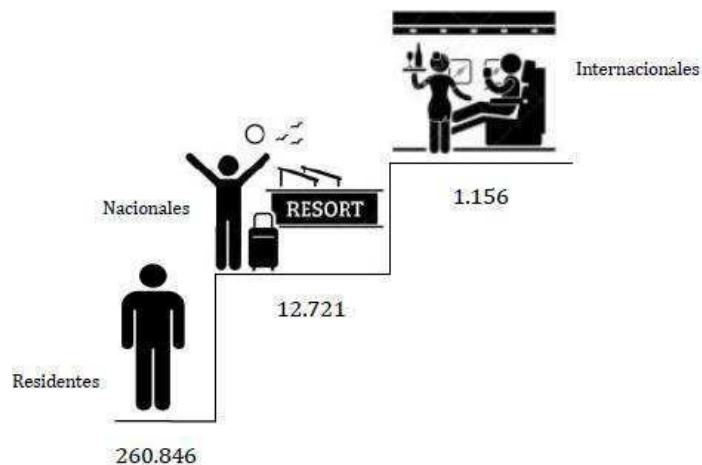
<b>Año</b>	<b>Asistentes</b>
1995	80.000
1996	105.000
1997	160.00
1998	173.000

1999	225.000
2000	192.000
2001	80.000
2002	81.000
2003	102.000
2004	350.000
2005	210.000
2006	320.000
2007	60.000
2008	250.000
2009	320.000
2010	300.000
2011	224.173
2012	114.000
2013	200.000
2014	300.000

Fuente: (Observatorio de Turismo de Bogotá, 2015, pág. 14 y 15)

### ***Resultados de la investigación.***

Gráfico 19 Total de asistentes por subpoblación



Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad- Observatorio de Turismo de Bogotá, cálculos IDT. (Observatorio de Turismo de Bogotá, 2015, pág. 16)

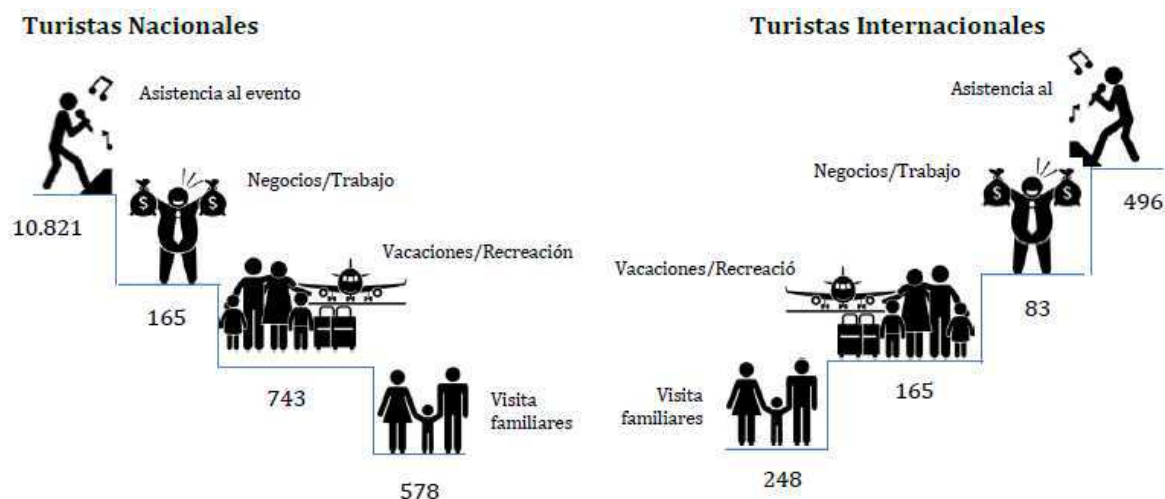
Se evidenció que del total de los asistentes 260.846 fueron residentes, 12.721 fueron no residentes nacionales y finalmente 1.156 equivalente a los turistas internacionales; esto gracias a todas las actividades de promoción realizadas por IDARTES<sup>25</sup> que permiten que cada vez la convocatoria de este evento sea más amplia. Con relación a las noches pernoctadas en promedio por los turistas nacionales (3 noches) e internacionales (12 noches), para los turistas nacionales el motivo principal para visitar la ciudad de Bogotá fue asistir al festival. Es importante resaltar que el lugar de alojamiento con mayor porcentaje para los turistas nacionales fue la casa de familiares con un 65%, el hotel con un 26%, aparta hotel con 5% y hostel con 4%, esta misma situación se refleja con la pernoctación de los turistas internacionales dejando en una primera posición la casa de familiares como el lugar de alojamiento favorito con un 50% seguido del hotel con una participación de 29% aparta hotel con 14% y finalmente el hostel con 7%. (Observatorio de Turismo de Bogotá, 2015, pág. 19)

Dicha investigación permite conocer en un plano más profundo la importancia que conduce la realización de un festival de talla internacional como lo es Rock al Parque y como este contribuye al turismo de la ciudad, tal como se refleja en el siguiente gráfico, donde se demuestra que el festival fue la mayor motivación de los asistentes para visitar la ciudad de Bogotá.

---

<sup>25</sup> Instituto Distrital de las Artes-IDARTES

Gráfico 20 Total de turistas según motivo de viaje



Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad-Observatorio de Turismo de Bogotá, cálculos IDT. (Observatorio de Turismo de Bogotá, 2015, pág. 19)

Tal como se puede observar en el gráfico anterior del total de los asistentes nacionales el 85% (10.821) se desplazó a la ciudad con cuyo motivo principal era asistir a festival, seguido de otras motivaciones como vacaciones, visitas a familiares y finalmente por negocios. De la misma manera se refleja para los turistas internacionales, donde el 43% (496) visitó la ciudad donde su principal razón fue asistir al concierto seguido de visita a familiares, vacaciones y en la última posición encontramos los negocios.

“Rock al Parque fue un logro grandísimo, el evento ha conseguido transformar culturalmente no solo a Bogotá, sino a todo el país” así lo afirma Juan Arbeláez, director de proyectos especiales de Evenpro (Observatorio de Turismo de Bogotá, 2015, pág. 17)

Teniendo en cuenta lo expuesto por el Observatorio de Turismo de Bogotá en su investigación con relación a los asistentes al Festival Rock al parque-2015, se logró evidenciar que es un escenario que alberga no solo a grandes artistas sino también otros proyectos que enriquecen la experiencia mediante actividades como talleres, conversatorios y foros. Gracias a la gran convocatoria, el excelente recibimiento que ha tenido este festival a lo largo de los años, presentando en el mes de Julio del 2017 su versión #23, y al gran número de asistentes, con esfuerzo por parte de las entidades gubernamentales con temas relacionados a la movilidad, la seguridad, el lugar donde se lleva a cabo, sonido, iluminación, entre otras, Rock al Parque puede

llegar a posicionarse como parte de un producto turístico para Bogotá, por eso es importante seguir fortaleciendo la promoción y difusión del mismo.

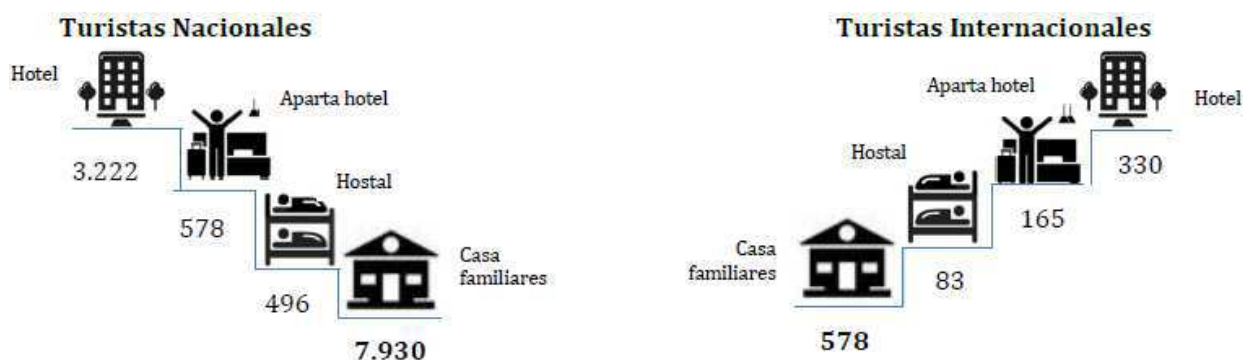
Gráfico 21 Según medio por el que se enteró del evento



Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad-Observatorio de Turismo de Bogotá, cálculos IDT. (Observatorio de Turismo de Bogotá, 2015, pág. 23)

Tal como se puede observar en el gráfico anterior las redes sociales como Facebook y Twitter fueron el medio de internet por el cual las personas se enteraron del evento, la participación en este es evidente obteniendo un resultado bastante alto, las nuevas tecnologías permiten una manera diferente de comunicarnos, anteriormente las promociones a estos eventos se hacían mediante volantes, revistas; ahora gracias a las nuevas formas de comunicación esta llega a muchas más personas.

Gráfico 22 Total turistas según tipo de alojamiento



Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad-Observatorio de Turismo de Bogotá, cálculos IDT. (Observatorio de Turismo de Bogotá, 2015, pág. 19)

El Observatorio de Turismo de Bogotá en la Investigación de asistentes de eventos ciudad Festival Rock al Parque- 2015 evidenció en las encuestas aplicadas que la mayoría de los turistas tanto nacionales (7.930) como internacionales (578) que llegan a la ciudad prefieren alojarse en casa de familiares y/o amigos por comodidad o por minimizar gastos con una representación de 62% y de 50% respectivamente.

Teniendo en cuenta el análisis anterior frente a este gran evento, se concluye que es un gran aporte para el turismo en Bogotá debido a la participación nacional e internacional que ha tenido durante estos 22 años, este evento musical se ha potencializado de tal manera que ha generado beneficios en diferentes ámbitos, culturales, turísticos y económicos.

### **La Concierdos potencialmente turísticos en Bogotá.**

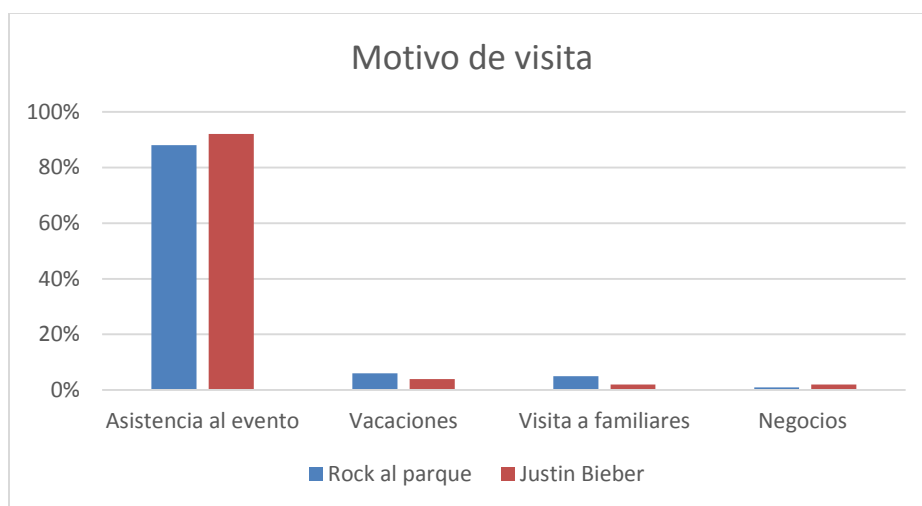
Teniendo en cuenta el análisis de potencialidad turística de los recursos culturales, se obtuvo como resultado dos importantes conciertos que se desarrollan en la localidad de Teusaquillo, el primero de ellos es el festival Rock al parque y el segundo es el concierto de Justin Bieber.

A continuación se hará una comparación entre los dos eventos mediante gráficas que permiten evaluar el impacto que tienen los espectáculos en vivo para la ciudad de Bogotá. Se analizaron



teniendo en cuenta las encuestas realizadas el día 12 de Abril de 2017 como fuente propia en el concierto de Justin Bieber y las encuestas realizadas por parte del Observatorio de Turismo al festival Rock al parque realizada durante los días 15, 16 y 17 de Agosto de 2017.

Gráfico 23 Motivo de visita Festival Rock al parque y Justin Bieber



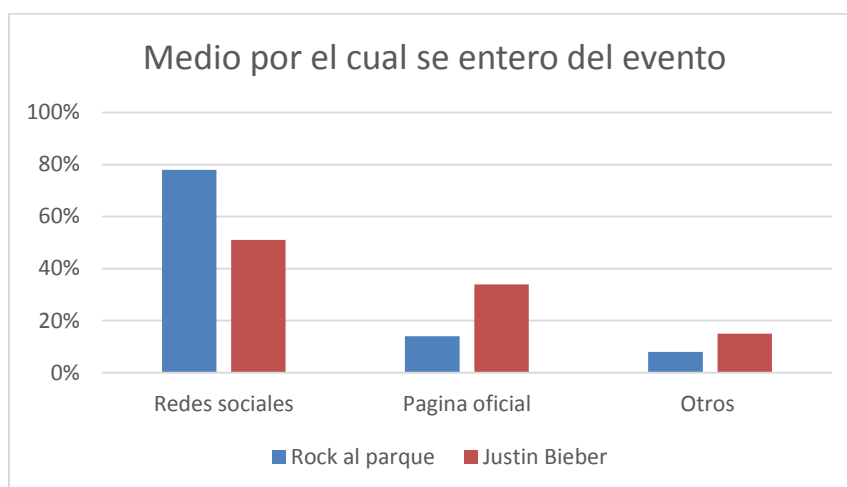
Fuente: Elaboración propia.

Según las encuestas realizadas durante estos dos eventos, se obtiene como resultado que la motivación principal al venir a la ciudad de Bogotá es la asistencia al evento; con un porcentaje bastante elevado cercano al 90%, se evidencia que eventos como estos pueden llegar hacer potencialmente turísticos ya que atraen gran cantidad de personas a la ciudad, estando vacaciones en la segunda posición se infiere que es una gran oportunidad para las personas visitar sitios turísticos, lo que implica que los eventos si aportan al turismo de la ciudad de Bogotá.

En esta oportunidad se logran evaluar dos tipos de conciertos totalmente diferentes siendo uno de carácter privado con una duración de un día y un público objetivo de adolescentes; por el contrario encontramos un concierto dirigido especialmente a personas adultas amantes del género musical rock, evento con una duración de 3 días y de carácter público, aun siendo estos

dos eventos diferentes se maneja la misma tendencia al analizar los resultados de las encuestas, tendencias que no arrojan porcentajes no muy lejanos el uno del otro.

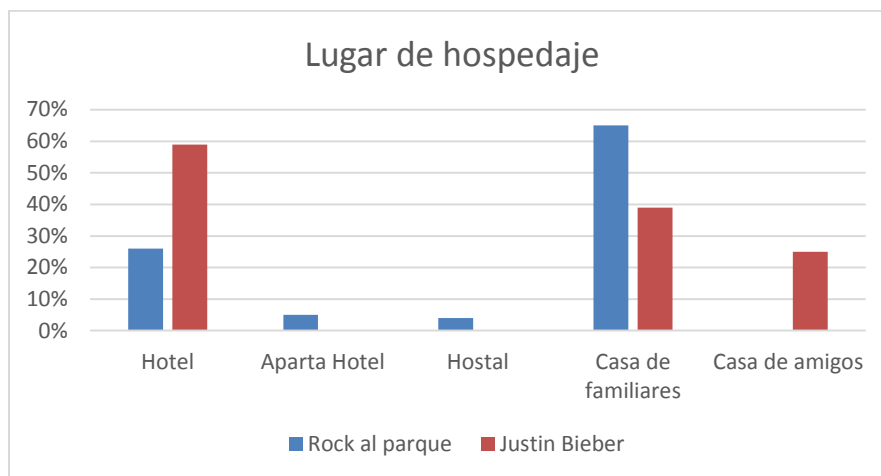
Gráfico 24 Medio por el cual se enteró del evento, festival Rock al Parque y Justin Bieber



Fuente: Elaboración propia.

Una vez más se logra evidenciar como las nuevas tecnologías influyen en la promoción de un recurso, atractivo, producto o destino; para el caso de rock al parque la manera mediante el cual las personas tuvieron mayor conocimiento del evento fue a través de las redes sociales como Facebook y Twitter mientras que para el concierto de Justin Bieber la página oficial fue el medio que más participación tuvo.

Gráfico 25 Lugar de hospedaje Festival Rock al Parque y Justin Bieber



Fuente: Elaboración propia

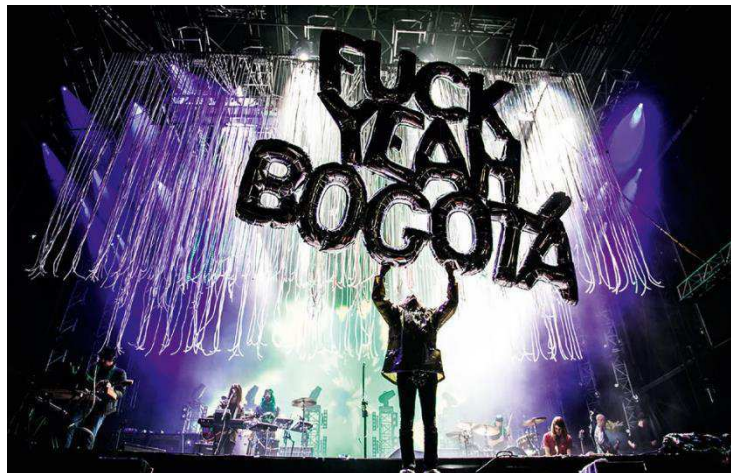
Tal como se indica en la imagen el porcentaje de hotel tuvo mayor participación para el concierto de Justin Bieber, cuestión que es positiva para la industria hotelera ya que fue un concierto que atrajo a los turistas por la semana completa gracias a que el evento se desarrolló en un día de semana santa y esto generó que la permanencia fuese prolongada. Aun así el festival Rock al parque tuvo gran participación en relación al hotel como lugar de alojamiento cercano al 30%, sin embargo el lugar de hospedaje más utilizado por los asistentes al festival fue casa de familiares.

Se puede identificar que estos dos eventos tienen una alta participación teniendo en cuenta el aforo, los artistas y el punto de concentración, se resalta que las herramientas para dar a conocer estos eventos son las redes sociales evidenciando que la mayor convocatoria es jóvenes. El punto de concentración del evento y el público convocado son importantes ya que de esto también depende el turismo que genera en la ciudad y el beneficio que brinda para los prestadores de servicios turísticos, en el evento de rock al parque se demostró que en cuestiones de alojamiento las casa familiares fueron prioridad y para el concierto de Justin Bieber su estadía fue en mayoría en hoteles debido a que los asistentes venían de otras ciudades.

### La música como atractivo turístico

En este apartado se tendrá en cuenta especialmente el artículo de la revista Rolling Stone Colombia (revista dedicada a la música y a la cultura popular), artículo escrito por (Uribe, 2016)

donde participan diferentes actores que nos dan una visión de cómo la música es un atractivo turístico para la ciudad.



*Imagen 31 Rolling Stones en Colombia*  
[http://www.rollingstone.com.co/themes/site\\_themes/rollingstone/images/img-notas/musica-tursitico.png](http://www.rollingstone.com.co/themes/site_themes/rollingstone/images/img-notas/musica-tursitico.png)

Eventos de talla internacional como la llegada de los Rolling Stones, Madonna, Foo Fighters o Beyonce, representan algo muy significativo no solamente para los aficionados de estos artistas sino también para la industria hotelera y turística del país, esto debido a que la hotelería es uno de los sectores que ha tenido mayor beneficio en Colombia en cuanto a la realización de eventos musicales. Así lo indicó COTELCO donde se establece que la ocupación hotelera durante la semana en que en la capital tuvo lugar el concierto de los Rolling Stones y la más reciente versión de Estéreo Picnic, aumentó en 14,44% frente al mismo período del año pasado: de 73,67% en la medición de esos días de 2015 a 84,31% en 2016. (Uribe, 2016).

A continuación, se toman diferentes posiciones de personas involucradas en el sector del turismo y la hotelería, teniendo como principal referencia la industria musical como motor turístico para la ciudad de Bogotá.

Según María Patricia Guzmán, directora de Cotelco capítulo Bogotá - Cundinamarca “los grandes eventos para la ciudad representan una dinamización para la economía directamente relacionada con hotelería y turismo, y además logran que las personas asocien a Bogotá con actividades culturales”.

Para el presidente de Cotelco, Gustavo Adolfo Toro “Colombia se ha ido posicionando cada vez más como destino de conciertos esto es muy importante para la imagen del país y para la percepción de seguridad, pero también porque mucha gente viene de países como Perú, Ecuador y Venezuela”. Para la industria hotelera es muy importante porque usualmente los conciertos se realizan el fin de semana lo que contribuye a mejorar la ocupación hotelera, ya que Bogotá es

conocida como centro de negocios y decir su ocupación es corporativa (entre semana), así que los grandes conciertos se convierten en una gran alternativa para los hoteles.

Actualmente Bogotá le apuesta a los grandes conciertos y eventos musicales, esto se debe a que se cuenta con una gran oferta cultural y el sector del turismo es uno de los más beneficiados, lo que genera que la población residente también saque una buena partida de dichos espectáculos. “Se ha logrado evidenciar que cuando hay conciertos de talla internacional la ciudad se mueve alrededor del evento” así lo afirmó Adriana Gutiérrez directora del Instituto Distrital de Turismo (IDT).

Para ProColombia entidad encargada de la promoción de exportaciones, inversiones y turismo para el país, las captaciones de eventos musicales internacionales ayudan a la entidad a promocionar el producto de cultura, incentivar el turismo internacional en temporadas bajas y aumentar la generación de divisas. Por esta razón se trabaja en la estructuración de la oferta musical a través del clúster de la música con el fin de consolidar a Bogotá como ciudad de la música en Latinoamérica.

El sector de la hotelería no es el único beneficiado con los espectáculos en vivo, el hecho de que se hagan grandes eventos aumenta la demanda en hotelería, transportes, restaurantes e incluso el mismo sector de las artes escénicas tiene beneficios ya que cuando el valor de la boleta supera los 90.000 el 10% se reinvierte en la infraestructura de escenarios, lo que hace que cada vez la industria este en mayor crecimiento permitiendo que nuevo espacios se creen o se mejoren los existentes.

Empresas como Panamericana de Viajes DMC, se encarga de armar paquetes turísticos dirigidos especialmente a eventos musicales, ventas que se hacen en países donde esos artistas no se presentan. (Se incluye el hotel, los traslados y los tours). Usualmente estos paquetes se diseñan para dos noches y tres días, especialmente para conciertos de rock “Hay turistas que se quedan días adicionales. Lo hacen especialmente cuando el concierto cae cerca del fin de semana, cuando el alojamiento es más barato”, así lo señala en vocero de la compañía.

Recopilando la información del análisis anterior se puede destacar que en la actualidad los eventos musicales que se están llevando a cabo cumplen con diferentes factores para considerarse atractivos turísticos debido a que solo se generan en la ciudad de Bogotá y no en el resto del país, no se llevan a cabo en países vecinos y en el caso del concierto de Justin Bieber el precio de la boleta supera los \$ 90.000 lo que quiere decir que según la ley de espectáculos en vivo se hace un aporte del 10 % a la creación de nuevos espacios o a la adecuación de espacios existentes. Por lo general los eventos que se han venido realizando y los que se van a realizar cuentan con todo el staff o logística, esto habla de la buena imagen del país y la seguridad que le genera al turista para ser partícipe de dichos espacios; otro punto a resaltar es el crecimiento hotelero que ha se ha generado ya que como prestadores de servicios se han visto beneficiados debido a su incremento en la ocupación hotelera.

En la actualidad los eventos musicales son considerados recursos y se trabaja para que se consideren atractivos en el país con el fin de mejorar los productos turísticos de la ciudad, enmarcados en el turismo cultural, por el momento vamos idealizando que los eventos en el año van cumpliendo con todos los requisitos y llenando las expectativas tanto de empresarios como de turistas para seguir generando beneficios y aportes culturales nacional e internacionalmente.

## Capítulo III

### **Propuesta estratégica para la Localidad de Teusaquillo como alternativa turística cultural**

Durante este capítulo se hará el diseño de una propuesta que permita el fortalecimiento del desarrollo turístico cultural de la localidad a través de los espectáculos en vivo como principal fuente turística. Es así como en primera instancia se hace referencia a la planificación turística ya que de esta manera se podrán tomar decisiones en conjunto que llevadas a la acción permitirán que la industria tanto turística como musical crezca.

### **Planificación turística**

La planificación del turismo se ha ido desarrollando de acuerdo a ciertos parámetros y secuencias de la planificación general contemporánea (surgida después la I guerra Mundial) cuyo motivo esencial era la reconstrucción de la Unión Soviética, con el tiempo dicha planificación se fue extendiendo hasta llegar a la II guerra mundial. Junto con el resurgimiento de la planificación estratégica en la década de los 90' surgió el turismo sostenible como "estrategia de desarrollo" en 1987 creada por la comisión mundial sobre el medio ambiente y desarrollo con el informe "nuestro futuro común" con base en el cual la OMT propuso en 1999 el principio del turismo sostenible. (Bulla & Barbosa, 2015).

A continuación se expondrán teorías de diferentes autores que nos dan una visión respecto a la definición de planificación turística y los pasos a seguir en esta, los autores que se mencionaran a continuación son citados teniendo en cuenta el libro Turismo y tendencias globales y planificación estratégica de (Bulla & Barbosa, 2015).

Según lo expuesto por (Robbins y Coutler, 1996) la planificación es aquella en la que se definen los objetivos o metas de la empresa y/o proyecto a través del establecimiento de unas estrategias general con el fin de hacer planes para crear y coordinar actividades. Es un proceso en el que se debe pensar ¿Qué hacer? y lo más importante de todo es el ¿Cómo se va hacer?

La planificación turística según la OMT es un instrumento que busca definir las condiciones generales de un territorio en determinado tiempo, antiguamente los atractivos turísticos eran los únicos que formaban parte de la planificación ahora el turismo nos ha llevado más allá. Los turistas modernos no se conforman con solamente visita el atractivo; hoy en día buscan tener

contacto con la comunidad, que sus necesidades se satisfagan a un 100%, proteger el medio ambiente; entre otras cosas. (Bulla & Barbosa, 2015, pág. 133)

Para (Getz, 1987) la planificación turística es un proceso investigativo y evaluativo, que busca optimizar la potencial contribución del turista al bienestar humano la calidad ambiental, mientras que para (Inskeep, 1991) la planificación es organizar el futuro para llegar a la teoría de Getz es decir la satisfacción del turista.

La planificación es una acción que se debe llevar desde el estado político para conseguir un desarrollo turístico sostenible (Calderón Vásquez, 1995) el autor expone que además de ser una acción también es un instrumento metodológico de uso público o privado para alcanzar objetivos turísticos a través de un proceso estructurado de medidas.

Con base al análisis de las definiciones de diferentes autores planteada anteriormente, se infiere que la planificación turística es una herramienta de gestión de destinos, esta planificación permite fijar unas metas u objetivos y los medios para alcanzarlos, donde la satisfacción de las necesidades de las empresas, los turistas y la comunidad local ocupen un lugar prioritario.

### **Objetivos de la planificación turística**

Teniendo en cuenta lo expuesto por (Bulla & Barbosa, 2015, pág. 136) los objetivos más importantes para un buen desarrollo de la planificación turística fueron lo recopilados por la OMT, para esta investigación se tendrán en cuenta los siguientes parámetros para establecer los objetivos de la planificación turística relacionada a los espectáculos en vivo en la localidad de Teusaquillo.

- Integrar los objetivos del turismo con las restantes políticas de desarrollo socio económico y favorecer las relaciones del turismo con otros sectores de la economía.
- Ofrecer una información veraz y útil para la toma de decisiones de carácter público o privado.
- Coordinar todos los elementos que hacen parte del turismo con la finalidad de alcanzar aquí escena más rentable.



## **Etapas de la planificación estratégica y desarrollo del turismo**

Según (Fred, 2008) citado por (Bulla & Barbosa, 2015) la planificación del turismo está compuesta por tres etapas, las cuales son:

- **Formulación:** Comprende identificar los factores internos y externos mediante el análisis de las fortalezas, debilidades, amenazas, y oportunidades; establecer objetivos a largo plazo.
- **Implementación:** Recursos destinados para llevar a cabo las estrategias planteadas anteriormente, es llamada también como la etapa de acción de la planificación estratégica.
- **Evaluación de la estrategia:** Es la etapa final de la planificación, aquí se debe evaluar el éxito de las estrategias.

## **Niveles de planificación y desarrollo del turismo**

Según la (OMT, 1999) citado por (Bulla & Barbosa, 2015, pág. 164) se realiza desde el nivel más general hacia el más específico, a continuación se presenta una tabla con la descripción de cada nivel.

Tabla 18 Niveles de planificación y desarrollo del turismo

<b>Nivel de planificación</b>	<b>Descripción</b>
Internacional	Se ocupa de los servicios de transporte a nivel nacional, programación de giras turísticas que incluyan más de un país, desarrollo de rutas y creación de nuevas alianzas con organización internacionales.
Nacional	Se ocupa de la política turística nacional, de la planificación de estructuras, del acceso internacional al país y de la red de transportes dentro del país, así como también de las principales atracciones turísticas.
Regional	Se ocupa de estructuras y políticas turísticas regionales, programas regionales, acceso de red y transporte regionales, políticas regionales de inversión y de comercialización

	del turismo regional.
Local o de comunidad	Incluye la planificación turística de ciudades subregiones, pueblos estaciones, zonas rurales y algunas atracciones. Este nivel se ocupa de los planes integrados de turismo de zona, planes urbanos de turismo, y ordenación del territorio en relación a los complejos turísticos.
Del sitio turístico	Se refiere a la instalación específica de edificios y estructuras, instalación de recreación, conservación y desarrollo de lugares turísticos.
De diseño arquitectónico, paisajístico y de ingeniería	Este nivel es de competencia local en función del plan del sitio turístico concreto. Analizan el impacto ambiental, socio cultural, económico, etc.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de (Bulla & Barbosa, 2015, págs. 164-165)

## Proceso de la planificación turística

### Formulación.

Tabla 19 Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Origen Interno	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bogotá es una ciudad consolidada en la realización de eventos musicales.</li> <li>2. Apoyo económico por parte de entidades públicas.</li> <li>3. Bogotá hace parte de la red de ciudades creativas de la música.</li> <li>4. Bogotá es considerada la ciudad de la música según la UNESCO desde el 2012.</li> <li>5. Dirigido a clientes nacionales como internacionales.</li> <li>6. Variedad de géneros musicales en los eventos.</li> <li>7. Eventos de entrada gratuita</li> <li>8. Mercado en crecimiento</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contaminación auditiva especialmente para las personas que viven cerca a los lugares donde se realizan los conciertos.</li> <li>2. Poca seguridad al momento de hacer el ingreso cuando el evento es de carácter público.</li> <li>3. Desconocimiento de la población local sobre los eventos culturales y musicales que realizan las alcaldías.</li> <li>4. Problemas de mantenimiento en la infraestructura</li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>9. Gran oferta de espectáculos en vivo.</li> <li>10. Bogotá como destino turístico número 1 en Colombia.</li> <li>11. Política turística actual</li> <li>12. Ubicación estratégica</li> </ul>	
	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Origen externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Nueva tendencia de turismo en Bogotá.</li> <li>2. Bogotá como ciudad variada en género musical</li> <li>3. Apoyo hacia artistas nacionales e internacionales</li> <li>4. Varios espacios amplios para realizar eventos</li> <li>5. Generación de empleos durante los días de los acontecimientos.</li> <li>6. Recurso con una gran capacidad de explotación por la actividad turística.</li> <li>7. Las nuevas tendencias en la demanda de los turistas abren nuevos mercados turísticos como el musical.</li> <li>8. El turismo musical es un mercado en apertura y expansión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Clima de la ciudad de Bogotá (Es incierto)</li> <li>2. Deterioro de los espacios donde se hacen los eventos.</li> <li>3. Eventos similares en otros países.</li> <li>4. Inseguridad-Aumento de delincuencia en Bogotá.</li> <li>5. Turismo musical considerado c</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

El crecimiento constante del turismo que ha experimentado Bogotá en los últimos años, hace que cada vez más se genere la necesidad de continuar con los esfuerzos en relación al fortalecimiento de la oferta turística tanto en destinos como en bienes y servicios.

Es por eso que durante esta investigación se ha venido trabajando el turismo musical, considerando que este tipo de turismo puede convertirse en un potencial turístico para la localidad.

Una vez elaborada la matriz DOFA, donde se analizaron los factores externos e internos de la industria musical en Bogotá; el siguiente paso a desarrollar es; establecer los objetivos y estrategias para el plan de turismo.

Tabla 20 Formulación de objetivos

<b>Planificación estratégica del turismo</b>		
<b>Turismo musical en la localidad de Teusaquillo (13)</b>		
<b>Objetivo 1</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Proyecto</b>
Promover los espectáculos en vivo en la localidad de Teusaquillo.	Impulsar los festivales al parque y espectáculos de talla internacional como parte de la oferta turística.	Plan de marketing para la promoción de espectáculos en vivo desarrollados en la localidad de Teusaquillo.
	Fomentar el uso de las infraestructuras existentes de la localidad para la realización de eventos.	Propuesta de comercialización y servicios para los espacios culturales.
	Potencializar espacios culturales de la localidad a partir de la creación o fortalecimiento de bandas musicales.	Agenda de eventos nacional e internacional con las nuevas bandas con públicos específicos.
<b>Objetivo 2</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Proyecto</b>
Desarrollar el turismo en la localidad de Teusaquillo a través de los espectáculos en vivo.	Integrar los prestadores de servicios turísticos de la localidad.	Alianzas de los prestadores de servicios turísticos de la localidad.
	Diseñar una guía turística de acuerdo con los segmentos de mercado.	Guía de información turística para el festival Rock al Parque.
	Integrar el producto turístico musical en la oferta turística de Bogotá.	Producto turístico de un concierto que se lleve a cabo en la localidad de Teusaquillo.
<b>Objetivo 3</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Proyecto</b>
Proponer a Bogotá en la agenda de destinos turísticos musicales	Reconocer las experiencias de otros destinos musicales para su análisis.	Análisis del festival Viña del Mar como atractivo turístico en Chile.
	Guía de Bogotá como destino musical del país.	Plan de comunicación y promoción para dos eventos masivos.
	Diseño de la marca musical de Bogotá.	Marca Musical para Bogotá.

Una vez elaborada la matriz DOFA, donde se establecen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector; y establecer los objetivos a largo plazo, el siguiente paso a realizar es la implementación de las estrategias; para el caso de esta investigación se llevará a cabo 1 de las estrategias, planteadas anteriormente. El proyecto escogido para el desarrollo del segundo paso de la planificación turística es el “Diseño de la guía de información turística para el festival Rock al Parque”

### **Implementación**

En este proceso de planificación se hará el diseño de una guía informativa enfocada hacia el turismo musical en la localidad de Teusaquillo, el documento se elabora con el fin de comunicar información de manera visual y escrita hacia todas aquellas personas que estén interesadas en asistir al festival rock al parque para el año 2017 que se llevará a cabo los días 1, 2 y 3 de Julio.

Además de esto se tendrá en cuenta un concierto de talla internacional que se llevará a cabo en la ciudad de Bogotá el 2 de Junio teniendo como invitado principal a Ed Sheeran el artista británico más importante del momento, para este evento se elaboró un paquete turístico de tal manera que las personas que deseen asistir tengan más información referente al concierto y a las actividades que pueden realizar en la ciudad.

#### **Contenido de la guía turística “Festival Rock al Parque 2017”.**

La guía informativa para el festival Rock al Parque está compuesta por 28 hojas representadas de la siguiente manera, en la hoja número se puede encontrar la portada del evento, las imágenes fueron extraídas de varias páginas relacionadas al festival, en la segunda hoja se hace una breve descripción de la capital colombiana y la información que contendrá el presente catálogo, hoja número tres y seis contienen dos imágenes cada una con un nombre que hace la introducción al tema a tratar posterior a estas. La hoja cuatro y cinco contiene información de los tipos de turismo que se pueden realizar en Bogotá (naturaleza, rural y comunitario, cultural y gastronómico). Hojas número 7 y 8 contienen información relacionada a la localidad de Teusaquillo, localidad que se ha venido trabajando durante toda la investigación

En la 12, 13 y 14 se presentan el cronograma que se va a llevar a cabo durante los 3 días de festival. A partir de la hoja 15 hasta la 24 se dan a conocer las principales bandas internacionales que estarán presentes en el festival, para finalizar se exponen varios hoteles, restaurantes, y lugares turísticos para visitar.

Guía informativa Festival Rock al Parque 2017



Hoja 2.



Bogotá es una ciudad que cada vez más atrae turistas nacionales e internacionales que llegan para descubrir una ciudad llena de alegría y mágicos contrastes, donde su patrimonio material e inmaterial es la mayor riqueza que posee. Aquí disfrutar y vivir el arte, es algo que todos debemos hacer, gracias a las demostraciones artísticas que se pueden observar en galerías, museos, teatros y en las calles.

El teatro, la artesanía plástica, los conciertos musicales, la danza contemporánea y eventos masivos al aire libre. En la capital tendrá el placer de conocer y disfrutar de la experiencia artística más extraordinaria y única del país.

Es así como esta oferta turística es ampliada para que todos sus visitantes tengan una estadía única e irrepetible; un abanico de renovadas opciones que le permitirán al viajero gozar mágicas experiencias en los diferentes atractivos turísticos de la ciudad.

Este catálogo presenta la nueva oferta de turismo para la ciudad de Bogotá

- La oferta organizada que existe en turismo musical especialmente en la localidad de Teusaquillo.
- El plan especial que se creó para el festival Rock al Parque 2017
- Un directorio de prestadores de servicios que operan en la localidad.

*Bienvenidos a Bogotá, una ciudad que es mejor para los turistas.*



Información tomada de: (Instituto Distrital de Turismo, 2016)



Hoja 3.



# Bogotá Turística



Hoja 4.

## Turismo de Naturaleza

Bogotá está situada en la sabana del mismo nombre, sobre el altiplano cundiboyacense. Tiene maravillosos escenarios naturales y espacios perfectos para entrar en contacto directo con el medio ambiente. Además de los 4.500 parques de la ciudad, la zona rural conserva especies de flora y fauna propias de los ecosistemas andinos. Sobresalen los cerros que la circundan y el Jardín Botánico José Celestino Mullis, que se dedica al estudio y propagación de especies vegetales nativas de la Sabana de Bogotá y del país.

Visita a la Quebrada  
las delicias

Visita al Humedal  
Santa María del Lago



## Turismo rural y comunitario

Colombia es el segundo país más biodiverso del mundo y tiene en la ruralidad la magia de unos paisajes únicos habitados por una cultura campesina auténtica y tradicional. Bogotá no es la excepción a esta característica nacional; de hecho, 70% de su territorio es rural, lo que le ha permitido que se estructuren rutas agras turísticas y naturales, donde los turistas tienen la posibilidad de conocer e interactuar con las comunidades locales, sus procesos productivos y por supuesto, encantarse con los variados paisajes campestres.

Ruta agroturística la  
Reliquina

Ruta agroturística de  
Ciudad Bolívar

Circuito turístico  
Bogotá-Sabana  
Occidente

Información tomada de: (Instituto Distrital de Turismo, 2016)



Hoja 5.

## Turismo cultural

Integrada por una amplia diversidad de atractivos y actividades, la ciudad es la capital de la arquitectura colonial, republicana y moderna; de las amplias y extensas CicloRutas que turísticamente hoy en día permiten recorrer, conocer y comprender la historia colombiana; la capital de los eventos mundiales como el Festival Iberoamericano de Teatro, con la presentación de las mejores compañías de teatro del mundo y el Festival Rock al Parque, el cual recibe a miles de rockeros en el concierto gratuito y al aire libre más grande de Latinoamérica

Tour arquitectónico      Tour de arte

Tour histórico por el centro de Bogotá      Tour religioso      Tour en bicicleta



## Turismo gastronómico

La oferta gastronómica ha convertido a Bogotá en un destino placentero, con restaurantes de cocina internacional, típica criolla y de todo el país. Existen zonas gastronómicas como la Zona C en el Centro Histórico, la Zona M en la Macarena, la Zona G o Gourmet de la calle 89, la Zona T en la calle 82, el Parque de la 83 y la de Usaquén con muy buenos y afamados restaurantes; así mismo, se pueden encontrar exquisitos platos en otros sitios de la ciudad y sus alrededores.

Visita un mercado local  
y clases de cocina

Tour de plazas de mercado      Tour de zonas gastronómicas

Información tomada de: (Instituto Distrital de Turismo, 2016)

Hoja 6.



# Teusaquillo Musical



Hoja 7.



Considerada como la localidad cultural de Bogotá; Teusaquillo se consolida cada vez más en su oferta turística, con gran variedad para todos aquellos que quieren disfrutar de la ciudad al 100%.

La música como manifestación de la cultura llega a Bogotá representada en sus mejores conciertos con artistas nacionales e internacionales que te harán vibrar de pies a cabeza, es así como se abre una especial invitación para hacer de Teusaquillo un lugar de música y cultura.

*"La música es para el alma lo que el ejercicio para el cuerpo"*

*Platón*





Hoja 8.

La localidad número 13 de Bogotá está ubicada en el centro geográfico de la ciudad; Teusaquillo está dividida en 31 barrios y 6 UPZ (Galerías, Teusaquillo, Parque Simón Bolívar, La esmeralda, Quinta Paredes y Ciudad Salitre Oriental). Sus límites son al oriente la Av. Caracas; al sur la calle 26 y la Av. De las Américas; al occidente la Carrera 68 y al norte la Calle 63. Tiene una población aproximada de 137.641 habitantes.

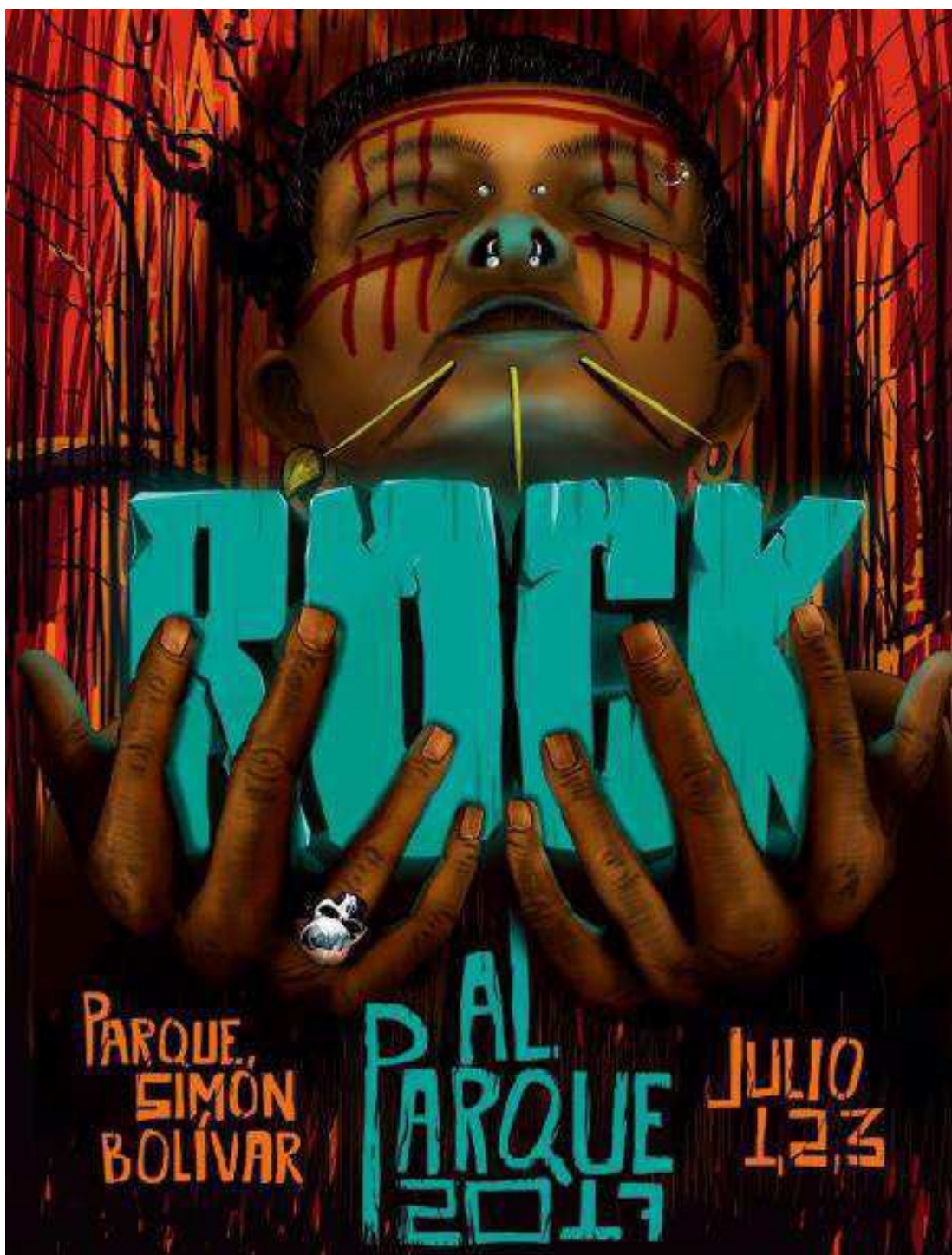


Teusaquillo es una localidad que cuenta con gran cantidad de escenarios aptos para eventos artísticos teatrales, donde se realizan cursos de arte para todas las edades y festivales de artes escénicas de diferentes tipos, lo cual podría permitir la realización de eventos de gran representatividad en el plano urbano y nacional.





Hoja 10.



Tomado de (Instituto Distrital de las Artes , 2017)



Hoja 11.



# ***Programación***

## ***2017***



Hoja 12.

# Sábado

## Escenario Plaza

THRESHOLD END  
2:00 a 2:45 pm

VICTIMIZED  
(Localidad Suba)  
3:00 a 3:45 pm

UBERGEHEN  
(Localidad Barrios Unidos)  
4:00 a 4:45 pm

IKARUS FALLING  
5:00 a 5:45 pm

SACRED GOAT  
6:00 a 6:45 pm

VITA IMANA  
(España)  
7:05 a 9:05 pm

MASACRE  
(Medellin)  
8:20 a 9:10 pm

CANNIBAL CORPSE  
(U.S.A.)  
9:30 a 10:50 pm

## Escenario Bio

F.A.R.E.W.E.L.L.  
2:00 a 2:45 pm

ARGALS  
(Localidad Usme)  
3:00 a 3:45 pm

SOULEDGE  
(Pereira)  
4:00 a 4:50 pm

SAVAGE'S TORMENT  
(Localidad San Cristobal)  
5:05 a 5:50 pm

HAVOK (U.S.A.)  
6:10 a 7:20 pm

INTERNAL SUFFERING  
(Colombiano en el exterior)  
7:35 a 8:35 pm

SYMPHONY X  
(U.S.A.)  
8:55 a 10:25 pm

## Escenario Panamerika Redbull

STONEFLEX  
4:00 a 4:45 pm

JDHK  
(Cali)  
5:00 a 5:50 pm

SABIA ACTITUD  
(Barranquilla)  
6:05 a 6:55 pm

5DMENOS  
(Medellin)  
7:10 a 8:00 pm

DOWNSET  
(U.S.A.)  
8:20 a 9:40 pm

Hoja 13.

# Domingo

Escenario Plaza	Escenario Bio	Escenario Panamerika Redbull
LA MERCOSUR 2:00 a 2:45 pm	UNA FUERZA 2:00 a 2:45 pm	CONSULADO POPULAR 3:00 a 3:45 pm
LA REAL ACADEMIA DEL SONIDO 3:00 a 3:45 pm	ALTO GRADO 3:00 a 3:45 pm	A.C.M.E. (Ibagué) 4:00 a 4:45 pm
ANTOMBO 4:00 a 4:45 pm	LA NUEVA FUERZA 4:00 a 4:45 pm	THE KLAXON 5:00 a 5:45 pm
CHUCHO MERCHÁN 5:00 a 5:50 pm	LA SEVERA MATAcera 5:00 a 5:50 pm	REBEL CATS (México) 6:05 a 7:05 pm
DIAMANTE ELÉCTRICO 6:05 a 6:50 pm	BAMBARABANDA (Pasto) 6:05 a 6:55 pm	ESTOYPUTO (Medellin) 7:20 a 8:10 pm
ERUCA SATVA (Argentina) 7:10 a 8:10 pm	DUBIOZA KOLEKTIV (Bosnia) 7:15 a 8:15 pm	PESTE MUTANTE X (Medellin) 8:25 a 9:15 pm
ALFONSO ESPRIELLA 8:25 a 9:10 pm	TARMAC (Medellin) 8:35 a 9:25 pm	ANTI-NOWHERE LEAGUE (U.K.) 9:35 a 10:35 pm
LIVING COLOUR (U.S.A.) 9:40 a 11:00 pm	JUNIOR KELLY (Jamaica) 9:45 a 10:55 pm	



Hoja 14.

# Lunes

Escenario Plaza	Escenario Bio	Escenario Panamerika Redbull
ANDRÉS GUALDRON LOS ANIMALES BLANCOS 2:00 a 2:45 pm	DURAZNO 2:00 a 2:45 pm	PESCAO VIVO 2:00 a 2:45 pm
VÉRTIGO 3:00 a 3:50 pm	OH' LAVILLE 3:00 a 3:45 pm	SAUTI 3:00 a 3:45 pm
NO FEEDBACK 4:05 a 4:50 pm	MET 4:00 a 4:45 pm	CUATRO ESPANTOS 4:00 a 4:45 pm
PORNOMOTORA 5:05 a 5:55 pm	HORA LOCAL 5:00 a 5:50 pm	LIANNA 5:00 a 5:45 pm
BOSNIAN RAINBOWS (U.S.A.) 6:25 a 7:55 pm	JAQUE REINA (Argentina) 6:10 a 7:10 pm	INDELUSION 6:00 a 6:45 pm
SCHUTMAAT TRIO 8:10 a 8:55 pm	THE MONAS 7:30 a 8:20 pm	TAPPAN 7:00 a 7:45 pm
ILLYA KURIAKY & THE VALDERRAMAS (Argentina) 9:25 a 10:55 pm	BLACK DRAWING CHALKS (Brasil) 8:50 a 10:20 pm	ARBOL DE OJOS 8:00 a 8:45 pm
		PULENTA 9:00 a 9:45 pm

Hoja 15.



### *Artistas internacionales Invitados*

#### 1. Heaven Shall Burn (Alemania)

Se han ganado el nombre de ser una de las mejores bandas del nuevo panorama del metal extremo, cuentan con 15 largos años de trayectoria, vienen de compartir escenario con bandas como Hypocrisy o Dying Fetus y además lanzaron un split en vinilo con Napalm Death.



#### 2. Nervosa (Brasil)



No solo es una de las mejores bandas femeninas de rock duro que se conocen, sino uno de los mejores actos de metal de todo el movimiento suramericano en la actualidad. Un trio que ya se había presentado en la escena underground de Bogotá y que ahora regresa para debutar en Rock al Parque.



Información tomada de (Instituto Distrital de las Artes , 2017)

Hoja 16.



### 3. Gillman (Venezuela)

Gillman celebra 40 años de trayectoria y lo celebran en la tarima de Rock al Parque. Sin duda alguna, una de las figuras fundacionales del rock en ese país y en todo nuestro continente, y uno de los más esperados para ver en toda la historia del festival.



### 4. H2O



El año pasado llegaron a tronar en Bogotá y ahora vienen a presentar su show de despedida. En el globo de les conoce como una auténtica leyenda del underground y prometen poner a temblar el Simón Bolívar.



Información tomada de (Instituto Distrital de las Artes , 2017)



Hoja 17.



#### 5. Lamb of God (Estados Unidos)



Los Nuevos dioses del rock duro que por primera vez llegan a Rock al Parque. Un show imperdible y de primer nivel, no menos que incendiario y salvaje, como debe ser en una banda que está encabezando los principales festivales de metal y rock del mundo.

#### 6. Death Angel (Estados Unidos)

Figura indiscutible del thrash metal y en constante actividad desde 1982. Una de las bandas más influyentes; muchos soñaban con verla en el festival y viene a presentar sus temas clásicos y su álbum del 2016 "The Evil Divide".



Información tomada de (Instituto Distrital de las Artes , 2017)

Hoja 18.



### 7. Tulipa Ruiz (Brasil)

Se llevaron un Latin Grammy gracias al poder de su propuesta, aclamada no solo por la prensa de su país sino de América y el Reino Unido. Ha brillado en reconocidos escenarios como la Feria Internacional de la Música Profesional (Fimpro) de Guadalajara, con un show que respira rock y que rompe todos los esquemas. Invitada al escenario femenino que por segundo año consecutivo tendrá Rock al Parque.



### 8. Como asesinar a Felipes (Chile)



La banda más prometedora del sello Kool Arrow de Bill Gould de Faith No More, debutaron en su país en 2007. El festival Rock al Parque los vio romper la tarima del Mercado Cultural para la Música Latinoamericana (Circularit) de Medellín, y sin duda no se los pueden perder con su repertorio frontal y certero de rock duro, jazz y rimas.



Información tomada de (Instituto Distrital de las Artes , 2017)



Hoja 19.



#### 9. Catfish (Francia)



Dúo liderado por la poderosa voz de la cantante Amandine Guinchard e influenciado por el blues, el folk y el rock indie. En 2015 pasaron por el Festival Altavoz de Medellín y estarán de regreso a Colombia para que por primera vez compartan su música con el público del festival. Invitados al escenario femenino que por segundo año consecutivo tendrá Rock al Parque.

#### 10. Sig Ragga

"La promesa de Tamar" es definitivamente un álbum que hay que escuchar; sus canciones son una exploración del reggae, el jazz y el rock progresivo y es exploración del reggae, el jazz y el rock progresivo.



Información tomada de (Instituto Distrital de las Artes , 2017)

Hoja 20.



### 11. Los espíritus (Argentina)



Rock psicodélico a la orden gracias a esta banda que llega desde Argentina. Los Espíritus llegan a Rock al Parque luego de un exitoso 2016, tocaron en más de 30 escenarios de Argentina y Latinoamérica, incluyendo el Festival Altavoz y Circular de Medellín.

### 12. Kanaku y el tigre (Peru)

Paso a paso se han ido ganando un espacio importante en la escena colombiana. Han colaborado con artistas como Nicolai Fella, Esteman, Superlito, Diamante Eléctrico y Telebit y ya han probado escenarios como el Estéreo Pícnico. Ya era hora de que se dieran la pasadita por el Rock al Parque.



Hoja 21.



### 13. La Santa Cecilia (Estados Unidos)



Sus integrantes son oriundos de Los Angeles, pero gracias a su ascendencia mexicana, nicaragüense y venezolana llevan en su música y su sangre toda la herencia del rock mestizo y la música tradicional de América Latina. Invitados al escenario femenino que por segundo año consecutivo tendrá Rock al Parque.

### 14. Titan (Mexico)

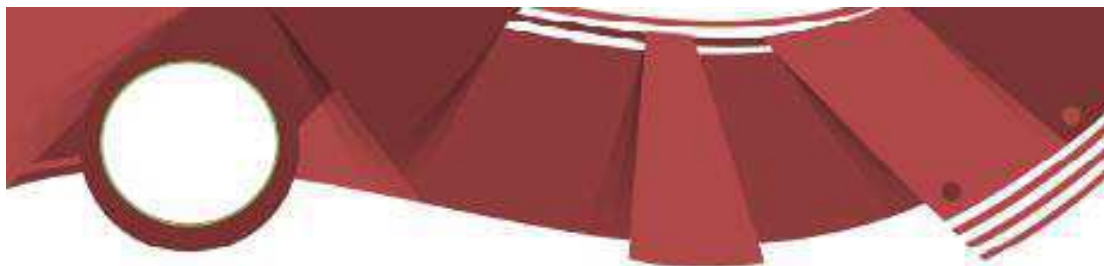
Emilio Acevedo, Julian Lede (Silverio) y Jay de la Cueva son el power trio que componen esta agrupación que ya tiene 25 años de trayectoria. Este es sin duda uno de los grandes regresos del rock mexicano en el último año y llegan por primera vez a esta tarima.



Información tomada de (Instituto Distrital de las Artes , 2017)



Hoja 22.



#### 15. La crema paraíso (Venezuela)



Un experimentado trio de músicos venezolanos de reconocida trayectoria y radicados en Nueva York como Alvaro Benavides, Neil Ochoa y José Luis Pardo, guitarrista de Los Amigos Invisibles durante años, en el marco del BOMM 2016, donde su propuesta de rock, jazz y música venezolana le voló la cabeza a más de uno.

#### 16. Zhaoze (China)

Primera banda de este país invitada a Rock al Parque en toda la historia del festival, ha estado en el festival Internacional de la Industria de la música china Sound of The Xity (SOTX) en Beijing. Su música instrumental ahonda en el rock progresivo y de vanguardia, el folk y el post rock, e incluye el uso de instrumentos tradicionales.



Información tomada de (Instituto Distrital de las Artes , 2017)

Hoja 23.



### 17. Los Caligaris (Argentina)

Una numerosa y aplaudida banda que también estará por primera vez en Rock al Parque, y nada menos que para presentar su show de celebración de 20 años de historia. Vienen de conquistar el público del festival Vive Latino de México, donde residen desde hace unos años, con una colorida puesta en escena con todos sus éxitos y su característico estilo de rock y ska.



### 18. 2 Minutos



Si usted cantó y pegoó al ritmo de Ya no sos Igual o Amor Suicida le tenemos buenas nuevas, porque desde Valentin Aisina, en el sur del gran Buenos Aires llega 2 Minutos como parte de su gira oficial de celebración de 30 años de carrera.



Información tomada de (Instituto Distrital de las Artes , 2017)

Hoja 24.



### 19. Macao (España)

Uno de los artistas más importantes de la escena musical española y uno de los más influyentes músicos latinos en el mundo. Con más de 15 años de trayectoria, debuta en Rock al Parque con su nuevo show de sonidos latinoamericanos y roots.



### 20. Draco Rosa (Puerto Rico)



De forma exclusiva, Draco Rosa presentará el show de celebración de los 20 años de su célebre álbum "Vagabundo". Draco Rosa debutó en el festival en 1996, en 2004 regresó con otro show inolvidable y en Rock al Parque 2017 interpretará, canción por canción, uno de los discos de referencia de todo el rock latinoamericano.



Información tomada de (Instituto Distrital de las Artes , 2017)

Hoja 25.

<b>RUMBOS CAFÉ HOSTAL</b> Transversal 28 A # 37-83 3013620611 \$ 30.000	<b>HOTEL PASAJEROS SUITES</b> Carrera 39 # 25ª-12 \$ 84.000	<b>HOTEL CASA LA ESTANCIA</b> Carrera 43 # 22-07 \$ 82.000
<b>COLOMBIA AT HOME (CASA HOTEL)</b> Carrera 18 # 56-29 3014052661 \$ 75.000	<b>HOSTAL MI CASA BLANCA</b> Calle 55ª # 19-25 3007911192 \$ 104.000	<b>ALCAPARRO BOG</b> Carrera 16 # 58ª - 02 3004356790 \$ 50.000
<b>HOSTAL CASA 32 DC</b> Calle 32 # 17-31 3051595 \$ 58.000	<b>HOSTAL MONSERRATE</b> Carrera 18 # 57-35 \$ 65.000	<b>HOTEL SIAR</b> Carrera 24 # 52-25 7008500 \$62.000

## ¿Dónde alojarse?

<b>HOTEL CASA SARITA</b> Diagonal 54 # 23-45 2480523 \$ 54.000	<b>LA NIÑA HOSTAL</b> Calle 66 # 4ª - 07 7044323 \$ 80.000	<b>VIOLETA PARK HOSTEL</b> Carrera 60 # 44-62 7565454 \$ 33.000
<b>LA GRAN FORTALEZA</b> Calle 67 # 22-09 2356536 \$ 50.000	<b>HOTEL EL CAMPIN</b> Carrera 25 # 52-35 3491616 \$ 76.000	<b>HOTEL ESTADIO 630</b> Carrera 23 # 63b-47 2111421 \$ 90.000
<b>HOTEL EL GRAN MARQUES</b> Avenida caracas # 51-09 4814881 \$ 90.000	<b>LA PLAYA HOTEL FUSIÓN</b> Carrera 19 # 33-04 2321532 \$60.000	<b>CASA JOTA HOTEL</b> Carrera 38 # 55-41 3114814844 \$90.000



Hoja 26.

<p>LA HAMBURGUESERIA Carrera 25 # 41-64 2694899 DESDE \$ 25.000</p>	<p>MISTURA COLOMBIA BONSAI Calle 35 # 15-98 312 4374891 DESDE \$ 25.000</p>	<p>LA CONDESA Carrera 16 # 35-63 3204375 DESDE \$ 20.000</p>
<p>EL BOLICHE TEUSAQUILLO Calle 27 # 25-66 2811549 DESDE \$ 30.000</p>	<p>CASA ESPAÑA Calle 35 # 16-42 2872040 DESDE \$ 30.000</p>	<p>R35 Carrera 35 2872040 DESDE \$ 20.000</p>
<p>WOK (GRAN ESTACION) Av. Calle 26 # 62-49 Local 1-48 5722775 DESDE \$20.000</p>	<p>CUBANITA SON Y SAZON DE LA HABANA Carrera 24 # 60-50 6416750 DESDE \$20.000</p>	<p>PROFANO BISTRO CAFÉ Carrera 37 # 20-24 2888828 DESDE \$20.000</p>

## ¿Dónde comer?

<p>TAIRA Av. Carrera 30 # 40-30 3440381 DESDE \$ 15.000</p>	<p>ALIOLI Carrera 24 # 42-16 3158166507 DESDE \$ 15.000</p>	<p>EL LEGADO PAELLA PARRILLA Calle 39 # 24-25 DESDE \$ 18.000</p>
<p>LA MONA PIZZA Calle 22b # 43-39 3377038 DESDE \$ 10.000</p>	<p>SAN SEBASTIAN PARRILLA Carrera 15 # 44-52 245497 DESDE \$ 20.000</p>	<p>QBANO FHIOLA DELPHIA Carrera 24 # 45-36 245497 DESDE \$ 12.000</p>
<p>SOPAS DE MAMA Y POSTES DE LA ABUELA Carrera 24 # 42-39 3224673602 DESDE \$12.000</p>	<p>BARBACOA 47 Carrera 42 # 25c-42 DESDE \$15.000</p>	<p>ORIENTAL EXPRESS Carrera 24 # 42-43 3625036 DESDE \$16.000</p>



Hoja 27.

<p>MUSEO DE LA CIENCIA EL JUEGO Av. Carrea 30 # 45-03 3687541 \$ 7.000</p>	<p>MUSEO DE ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL Av. Carrea 30 # 45-03 edificio 337 3165000</p>	<p>BIBLIOTECA VIRGILIO BARCO Av. Carrera 60 # 57-60 3793520</p>
<p>MUSEO GEOLOGICO NACIONAL JOSE ROYO Y GOMEZ Diagonal 53 #34-53 2200200</p>	<p>MUSEO ORGANOLÓGICO MUSICAL Av. Carrea 30 # 45-03 3165000</p>	<p>PARQUE SIMÓN BOLÍVAR (CICLOVIA) Av. Calle 53 y Av. Esmeralda</p>
<p>BARRIO PARK WAY Calle 39</p>	<p>CENTRO COMERCIAL GRAN ESTACION Av. Calle 26 # 62-47</p>	<p>CASA MUSEO JORGE ELIECER GAITAN Calle 42 # 15-52 2456308</p>

## ¿Qué visitar?



Hoja 28.

**Teusaquillo** le apuesta  
hacer el **mejor destino**  
**turístico musical** de  
**Colombia** y uno de los  
destinos obligados a  
visitar por su identidad  
**cultural**