

## Impacto turístico del Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá

**Manuel Leguizamón\***

**Edgar Moreno\*\***

**Nancy Tibavizco\*\*\***

Universidad Externado de Colombia

---

**Resumen:** El presente artículo analiza el impacto que ha tenido el Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá (FITB) en el comportamiento turístico de esta ciudad particularmente con base las últimas celebraciones de éste y la percepción de los locales con su realización partiendo de reconocer al FITB como un gran evento cultural. Para tal propósito se analizaron estudios previos de impacto social y cultural, complementados con un estudio realizado a una muestra de espectadores y entrevistas a organizadores del festival. Se concluyó que Bogotá, como destino turístico, encuentra en el FITB una importante oportunidad de “fidelizar” turistas interesados en las artes escénicas pues la mayoría visitan la ciudad sólo una vez. Esto dependerá del mejoramiento de la calidad que perciben de la ciudad en relación con la oferta de productos y de servicios turísticos, la seguridad, la hospitalidad, las buenas prácticas ambientales, las facilidades de movilidad, la conectividad.

**Palabras Clave:** eventos turísticos, impacto turístico, Festival Iberoamericano de Teatro, identidad de destinos turístico, artes escénicas.

---

### **Title: Tourism impact of the Iberoamerican Theater Festival of Bogotá**

**Abstract:** Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá (FITB) is a great cultural event with international recognition held in Bogotá, Colombia. The main topic of this paper is to measure the impacts that the FITB has on tourist behavior based on the last celebrations of this event and the attitudes of locals. Previous studies about social, cultural and economic impacts were analyzed and they were complemented by the study that carried out with a sample of viewers (tourists) and interviews (festival organizers). In conclusion, Bogotá is a touristic destiny who takes advantage of FITB as an important opportunity to retain tourists interested in performing arts because they visit the city only one time. This advantage depends on quality improvements which tourist perceived around touristic products and services offered like: security, hospitality, environmental practices, mobility and connectivity.

**Keywords:** touristic events, tourism impact, Festival Iberoamericano de Teatro, destiny identity, performing arts.

---

\* Estadístico, M. Sc. Sistemas de Información, Universidad Nacional de Colombia.  
System Information. Missouri University.

Docente investigador, Profesor emérito. Cl 12 1-17Este BL D P-4, Bogotá D.C. E-mail: manuel.leguizamon2@gmail.com

\*\* Biólogo, Magister en Medio Ambiente y Desarrollo  
Universidad Nacional de Colombia.

Docente investigador. Cl 12 1-17Este BL D P-4, Bogotá D.C. E-mail: edgar.moreno@uexternado.edu.co

\*\*\* Administradora de Empresas Turísticas y Hoteleras

Asistente de Investigación. Cl 12 1-17Este BL D P-4, Bogotá D.C. E-mail: nancy.tibavizco@gmail.com

## 1. Introducción

El turismo que propicia los eventos culturales ha sido adoptado por muchos destinos como una forma de promover y rejuvenecer el turismo y de dinamizar una economía local. Estos eventos actúan como generadores de turismo y proveen al destino la oportunidad de superar los problemas de estacionalidad compensando los bajos periodos de la actividad de los viajes de placer, incrementando el número de turistas, la duración de su estadía y consecuentemente el gasto. Por otro lado, los eventos culturales generan a su alrededor una actividad muy intensa en todos los sectores de la economía privada a través de la contratación de mano de obra y servicios generales especializados para su realización y de los importantes gastos personales de cada participante. Este conjunto de características resaltan la importancia de conocer y estudiar mejor la relación entre eventos culturales y turismo.

La relación entre eventos culturales y turismo es un tema reciente y a la vez inquietante para naciones en desarrollo como la nuestra. Colombia está ubicada en Suramérica y su capital Bogotá es una ciudad de ocho millones de habitantes a la cual arriba la mayor cantidad de turistas del país. Cada dos años allí se realiza el Festival Internacional de Teatro de Bogotá, evento que congrega al público local y a turistas en torno al teatro y las artes escénicas.

El Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá-FITB- es el evento cultural más importante de Colombia, uno de los más destacados a nivel mundial y convoca a los bogotanos a su celebración. Fue impulsado permanentemente por su creadora y alma: Fanny Mikey hasta su desaparición en agosto de 2008, razón por la que la edición de 2010 fue en su honor. Desde su primera edición en 1988 han participado las principales compañías escénicas del mundo, las más destacadas de Colombia y se ha convertido en un escenario de convivencia y de aceptación de la diversidad cultural de los pueblos del mundo.

Su principal impacto ha sido su contribución al desarrollo de las artes escénicas en nuestro medio, a la literatura y a la convivencia entre las diferentes culturas que concurren. Pero también, de manera complementaria, su realización tiene un impacto directo sobre la imagen de Bogotá como destino turístico y ejerce una notable influencia en el crecimiento de la demanda turística de la ciudad, por la época de su realización.

Por ejemplo, la XII edición del Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá (FITBB) tuvo lugar del 19 de marzo al 5 de abril de 2010.

Durante 17 días participaron cerca de 2500 artistas, las más importantes compañías escénicas del mundo, en una gran diversidad de géneros. Se presentaron funciones en salas y en la calle lo que permitió una alta participación de los ciudadanos de todos los estratos y las edades. De acuerdo a los organizadores, en esta edición se utilizaron veintinueve salas y participaron 200 empresas prestadoras de servicios.

El presente artículo analiza el impacto que tuvo el FITBB en 2010 en el comportamiento turístico de la ciudad y la satisfacción de los locales con su realización partiendo de reconocer al FITB como un gran evento cultural. Este estudio gira en torno a las siguientes preguntas: ¿El festival de teatro influye en el comportamiento del turismo de Bogotá?, ¿Qué valores agregados se derivan de su realización?, ¿Qué impactos sociales y económicos le genera al turismo de la ciudad? ¿Cuál es el aporte del FITB al desarrollo turístico de la ciudad? De esta manera, éste tuvo por objeto medir el impacto turístico del Festival de Iberoamericano de Teatro de Bogotá. Para el logro de este objetivo, se estimó la Venta/alquiler de habitaciones en establecimientos hoteleros, se determinó la afluencia de personas durante la realización del evento y se estimó la cantidad de Empleos directos/ indirectos generados por este al sector turístico. Los argumentos recopilados tienen como propósito resaltar importancia que tienen el FITB en las oportunidades de desarrollo del turismo de la ciudad y el país, identificar acciones y políticas necesarias para posicionarlo como generador de turismo a nivel internacional y que contribuya al reconocimiento de Bogotá como destino turístico.

## 2. Eventos culturales y turismo ¿Cuál es la relación?

La interacción entre turismo, festivales e industrias culturales es un tema de estudio de importancia en el desarrollo local, los procesos de cultura e identidad y cohesión social. Desde el turismo cultural, la cultura ha pasado a desempeñar el puesto de uno de los sectores económicos más activos. Las actividades culturales, al igual que cualquier otra actividad económica, son generadoras de valor añadido y creadoras de ocupación, con una aportación cada vez mayor en el desarrollo de las economías más avanzadas y pueden contribuir positivamente en el desarrollo de otros sectores, como se da muy significativamente en los casos del turismo, los festivales y las industrias culturales.

El arte y la cultura se integran a la sociedad de manera ejemplar en los eventos culturales, derivando en la atracción de turistas. Herrero (2004) describió los grandes festivales culturales como el objeto cultural que más se acerca a la síntesis de funciones que cumple la cultura en las sociedades contemporáneas. En la práctica, estos eventos buscan satisfacer tres objetivos: la atracción masiva de gasto cultural, concebir una nueva imagen urbana y ser un factor de creatividad y progreso de la sociedad civil. Por lo tanto, a través de los festivales culturales es posible fomentar la tradición cultural de un territorio, el desarrollo de recursos turísticos y la competitividad de destinos, como lo planteó Perles (2006). Esta ha sido la razón por la cual este tipo de eventos, analizados desde su relación con el turismo cultural, han llamado la atención dentro del campo de la investigación.

Las expresiones culturales, como este festival de teatro, sirven para hacer visibles los elementos patrimoniales tangibles y no tangibles más representativos de una sociedad a un mundo diverso y global, para quien, de otra manera, seguirían siendo inéditos. El FITB “visibiliza” la identidad cultural de la ciudad, además como Bogotá es una capital en la que convergen las más variadas expresiones regionales colombianas, entonces, se ha constituido también este Festival en el mejor canal de representatividad de la identidad nacional.

De hecho la acreditación de más de quinientos periodistas internacionales por evento realizado del Festival ha facilitado que la exposición mediática de la cultura colombiana se difunda y promueva en una cobertura geográfica difícil de alcanzar por otros esfuerzos publicitarios.

En este sentido el FITB además de ser el evento cultural de la ciudad se constituye en el principal medio de difusión y promoción turística de Bogotá y por asociación del país. La exposición de artes escénicas que llenan los espacios teatrales y callejeros de la ciudad, por esa época, se han convertido en un ícono turístico para nuestro medio.

## **2.1. El papel de los grandes festivales en el desarrollo turístico de las localidades**

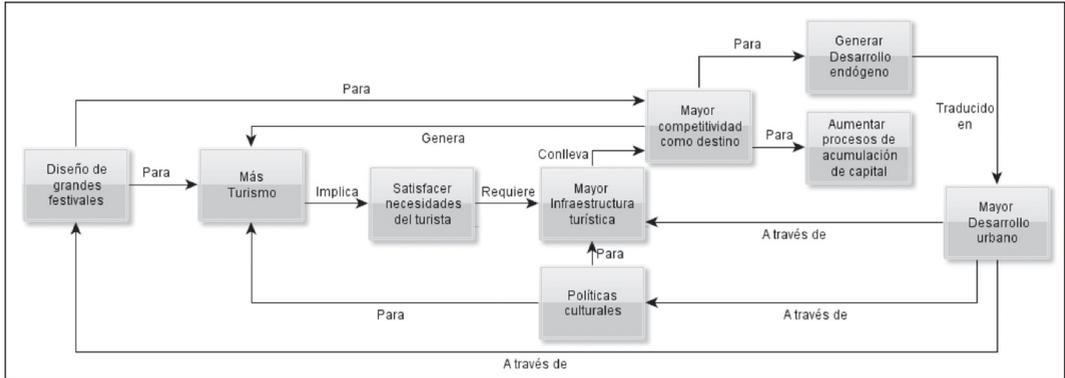
Mostrar la cultura dentro de procesos de renovación de espacios públicos ha sido una estrategia para la promover regeneración urbana, cambio de imagen y mayor representación de calidad de vida, logrando mayor atracción de turistas (B. García, 2008; Perles, 2006). La puesta en marcha de estos procesos ha sido dramática en ciudades como Guayaquil, donde el proceso trans-

formó la ciudad; esto llevó a los artistas locales a plantear ejercicios críticos y reflexivos entre la ciudadanía (Kronfle, 2007). En otros casos, se ha reconocido la necesidad de mantener una continuidad física y simbólica entre lo nuevo y lo histórico de una ciudad, entre áreas centrales y de articulación que mezclan lo funcional con lo social, como lo analizó en varias ciudades latino-americanas Borja y Muxí (2001).

Entre los esfuerzos documentados de promoción de la cultura para la renovación del espacio público se resaltan las políticas culturales como elemento de gobierno (S. García, 2008). Estas son producto de un proceso lento de desarrollo y renovación, que demanda alta inversión y no siempre es coherente. Allí radica la importancia de identificar procesos exitosos y analizar la relación entre metas económicas y culturales en la renovación de una ciudad. S. García (2008) identificó a los grandes eventos culturales como uno de los proyectos de desarrollo urbano frecuentemente utilizados. Para que sean exitosos la autora resaltó que estos necesitan: planificar desde el inicio gastos de manera sostenible y a largo plazo, consultar a todos los niveles de la comunidad, que las muestras culturales foráneas faciliten la producción sostenible de la cultura local, asociar la inversión no sólo al entorno sino a las comunidades y por último, evaluar el impacto cultural, económico y regenerativo.

La figura 1 presenta la interacción necesaria para diseñar grandes festivales que redunden en un mayor desarrollo turístico. Junto a las políticas culturales, se destaca su potencial para involucrar beneficios económicos, sociales y culturales. De esta manera, los grandes festivales pueden ser diseñados como medios para contribuir al desarrollo local, y considerados como proyectos de desarrollo urbano. Desde el ámbito económico, se resalta su contribución a los procesos de acumulación de capital, dentro del territorio, a partir de la atracción de turistas y la generación de procesos de desarrollo endógeno. Este último, a partir de la integración de los grandes festivales con el sector turístico de ciudades y regiones específicas para plantear transformaciones económicas y sociales (Vázquez, 2007). Por lo tanto, el diseño de grandes festivales de reconocimiento mundial, como generadores de turismo, supone, al tiempo, la necesidad y la oportunidad de desarrollar la industria turística local.

Otro aspecto que muestra la figura 1 es la influencia de los eventos culturales en la competitividad de un destino turístico. El Turismo se beneficia del consumo cultural, de la mercantilización de la cultura y genera nuevos medios de

**Figura 1. Interacción entre grandes festivales, turismo y desarrollo.**

Fuente: Elaboración propia

subsistencia y de riqueza a partir de las nuevas ofertas y atractivos culturales. De esta manera, la cultura se convierte en un factor de regeneración urbana, cambio de imagen y representación de calidad de vida. En consecuencia, atrae consigo nuevos turistas. En este contexto, las fuentes de competitividad pueden ser definidas como la capacidad de transformación de los factores de producción de imágenes y experiencias en productos, en nuevas capacidades de renovar los recursos y competencias con que cuenta un destino para la creación de nuevos productos y mercados, y la generación de un flujo continuo de innovaciones para los atractivos que destino turístico posee (Hogarth & Michaud, 1991). Así, los eventos culturales logran contribuir a la generación, integración y desarrollo de nuevos recursos. Esenciales en la capacidad de competir de los destinos turísticos (Pascarella & Fontes, 2010).

### 3. Historia del FITB

En Colombia el teatro ha estado desde largo tiempo atrás. De acuerdo a Osorio (2010), el festival de teatro de Bogotá surge como resultado del auge logrado por artistas con liderazgo (Fanny Mikey y Ramiro Osorio) que fungieron como reconocidos gestores culturales durante largo tiempo, ante la búsqueda por fortalecer el teatro a nivel nacional. En 1988 y con motivo de la conmemoración de los 450 años de Bogotá D.C., se llevó a cabo su primera edición la cual se realizó de manera conjunta con el Festival internacional de Teatro de Caracas, lo que facilitó su realización, organizada por estos dos líderes en el campo cultural colombiano.

Su nacimiento fue conflictivo. Debido a polémicas generadas entre sus directores con el poder eclesiástico nacional y el fanatismo religioso, surgió un conflicto que desembocó en múltiples amenazas anónimas y un atentado terrorista durante su realización, afortunadamente sin víctimas fatales. De manera sorprendente, este hecho no mermó el entusiasmo del público, que asistió durante el resto del mismo, ni las representaciones de los grupos internacionales. Partir de esta primera edición el FITB se realiza cada dos años en las calles y teatros de Bogotá (Osorio, 2010). Desde 1988 este se ha llevado a cabo de manera ininterrumpida y exitosa, creciendo y diversificándose con cada edición.

Es de destacar que sólo a partir de las últimas tres realizaciones es que el Festival ha crecido en cobertura y participación internacional como quiera que los organizadores fueron conscientes de la importancia global del evento y ampliaron la participación de espectáculos, diversificaron los géneros teatrales y cubrieron un mayor espacio geográfico de la ciudad.

La mayor cobertura y la globalización del Evento es lo que ha fortalecido el posicionamiento del FITB como un atractivo turístico emblemático de la ciudad.

Es así como, para su consolidación y éxito han confluído un conjunto de factores tanto dentro como fuera del FITB. Dentro de estas se resalta la asistencia y el subsidio institucional, la cual se unió de manera coyuntural al hecho que los fundadores del FITB fueron gestores culturales que ocuparon cargos públicos de importancia para el desarrollo cultural, asegurando los recursos y el apoyo necesario para su gestión y sostenimiento a través del tiempo. Otro aspecto trascendente en el éxito del FITB fue la formación de equipos

**Tabla 1.** Obras, espectáculos y asistentes del FITB por edición de 1988 a 2010

Tipo	Edición	I		II		III		IV		V		VI		VII		VIII		IX		X		XI		XII	
		1988	1990	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2004	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2008	2010
Obras por género	Frec. Abs.	55	72	69	57	61	66	50	58	127	146	54	61												
	Frec. Abs.	1	2	5	7	3	5	10	5	17	14	44	42												
	Frec. Abs.	4	25	12	9	17	13	11	12	26	29	10	18												
Obras por origen	Espectáculos de calle																								
	Frec. Abs.	2	3	10	7	8	11	6	6	16	22	39	42												
	Frec. Abs.	5	6	7	11	6	2	4	3	2	4	55	68												
	Frec. Abs.	33	60	52	45	45	40	37	45	143	154	137	156												
	Frec. Rel.	49%	56%	50%	49%	47%	41%	46%	54%	76%	72%	68%	68%												
	Frec. Abs.	22	14	17	13	14	25	13	14	18	22	28	34												
	Frec. Rel.	33%	13%	17%	14%	15%	26%	16%	17%	10%	10%	14%	15%												
	Frec. Abs.	9	20	26	21	22	23	22	20	20	28	30	32												
	Frec. Rel.	13%	19%	25%	23%	23%	24%	27%	24%	11%	13%	15%	14%												
	Frec. Abs.	3	14	8	12	12	9	8	5	7	10	7	9												
Frec. Rel.	4%	13%	8%	13%	13%	9%	10%	6%	4%	5%	3%	4%													
Invitados internacionales IVA																									
Grupos colombianos en VIA																									
Periodistas enviados especiales																									
Periodistas acreditados																									
Alumnos en talleres																									
Participantes eventos especiales																									
Equipo del festival																									
Espectadores en sala	Frec. Abs.	100.880	160.000	172.000	180.000	220.000	230.000	210.000	225.000	290.000	349.200	499.085													
	Frec. Rel.	11%	12%	10%	14%	15%	13%	11%	8%	9%	11%	13%	13%												
Espectadores en calle	Frec. Abs.	800.000	1.200.000	1.500.000	1.125.000	1.200.000	1.600.000	1.700.000	2.500.000	2.600.000	2.200.800	3.000.000													
	Frec. Rel.	89%	88%	90%	86%	85%	87%	89%	92%	82%	69%	71%	77%												
Espectadores en ciudad teatro	Frec. Abs.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0													
	Frec. Rel.	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%												
Obras		67	108	103	91	95	97	81	84	188	215	202	231												
Países participantes		22	27	27	29	29	35	33	29	32	38	36	32												
	Espectadores	900.880	1.360.000	1.672.000	1.305.000	1.420.000	1.830.000	1.910.000	2.725.000	3.170.000	3.059.200	3.081.793	3.919.085												

**Fuente:** Fundación Festival iberoamericano de Teatro de Bogotá (2010) y Osorio (2010). Frec. Abs.: Frecuencia absoluta. Frec. Rel.: Frecuencia relativa.

de trabajo sólidos, con tareas claras, y eficientes en su quehacer. Adicionalmente, la permanencia del equipo de trabajo a lo largo de las diferentes versiones y con tareas claras fue otro de los aspectos importantes para lograr procesos de aprendizaje y mayor eficiencia a su interior.

La tabla 1 muestra la manera en que el FITB ha ido creciendo en número de obras y géneros a través del tiempo, el teatro fue el género predominante hasta la edición X, luego de la cual se aprecia un considerable incremento de otros géneros aunque el teatro se mantiene como el principal. La participación nacional se incrementó a partir de 2004, pasando de 49% a 71% en promedio. Los países con mayor participación son europeos e iberoamericanos y numéricamente también han ido aumentando en las últimas ediciones. Sin embargo, en proporción a las obras nacionales, estas se han reducido, pasando de 19% a 12% en el caso de obras iberoamericanas y de 22% a 13% respecto a obras de origen europeo.

El FITB ha logrado fortalecer las artes escénicas en Colombia. A lo largo de la historia del festival Osorio (2010) menciona que en 1994 el FITB fue sede del premio UNESCO para la promoción de las artes, evento que le dio la oportunidad de obtener un mayor reconocimiento internacional. Por otro lado, en lo que atañe al aumento continuado de obras nacionales, vale la pena resaltar que a partir de 1996 nació un programa de financiamiento a obras (un festival creador) y un programa de coproducciones para fortalecer la capacidad teatral nacional. Este tipo de estímulos tuvieron un impacto importante en el impulso de las artes escénicas a escala nacional y local. Otro programa que surgió desde 1996 a partir del FITB fue una feria de negocios para fomentar la circulación internacional de las mejores obras de Colombia y América Latina, denominado “Ventana Internacional de las Artes- VIA”.

Uno de los cambios que explican el incremento de obras mostradas en el festival fue la creación de ciudad teatro desde 2004. Ciudad teatro es el nombre dado a un espacio para la realización de eventos en la ciudad, destinado a la realización de distintas actividades del FITB. Una de las principales limitaciones para la realización del FITB ha sido el reducido número de salas de teatro en Bogotá para soportar la oferta de teatro que hace el festival. Con ciudad teatro, el FITB logró más del doble (230%) de espectáculos presentados comparado con años anteriores; las presentaciones musicales, los espectáculos de calle y otro tipo de espectáculos tuvieron un aumento dramático (en promedio

616%, 449% y 586% respectivamente). Aunque las obras de origen iberoamericano y europeo han aumentado, La contribución nacional ha sido la que más ha contribuido a los aumentos antes referidos, alcanzando más del triple (331%) de obras en comparación con ediciones anteriores.

La edición XII se realizó bajo el lema “Homenaje a Fanny Mikey”, el cual tuvo como fechas de celebración entre el 19 de marzo y el 4 de abril de 2010. Participaron 72 grupos internacionales de los cinco continentes y 148 nacionales, con 61 obras de teatro, 42 música, 18 de danza, 42 de calle y 68 de otros géneros (ver tabla 2).

#### 4. Metodología

La metodología analizada determinó el impacto del evento en los ámbitos social, cultural, económico y turístico. En lo relacionado con el impacto social, cultural y económico se revisaron estudios previos y estimar impactos directos e indirectos relativos a inversiones e ingresos que generó el evento. El impacto turístico del evento se evaluó en relación a la contribución que este hizo a la atracción de turistas extranjeros, la percepción y grado de satisfacción que generó la ciudad y el evento entre turistas y público local. La tabla 3 presenta las variables analizadas. Para el análisis de los criterios y variables analizadas se utilizó información secundaria de páginas de entidades oficiales de Colombia: Instituto Distrital de Turismo de Bogotá, DAS, Observatorio de Cultura de la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte de la Alcaldía de Bogotá. Así mismo, Organizadores del FITB y estudios previos. Para el análisis del impacto turístico del evento se indagó, a través de entrevistas a una muestra de espectadores, el ingreso económico de turistas, su procedencia, lugar de alojamiento, género, edad, nivel educativo, el grado de satisfacción de turistas y del público local, su percepción del evento, del transporte y del espacio público de Bogotá.

Para asegurar la representatividad de los resultados con la población de espectadores asistentes al festival (visitantes y locales) se diseñó una muestra probabilística con las siguientes especificaciones:

El marco de muestreo lo constituyeron los teatros y los puntos de encuentro en los que se desarrolla el festival (veintinueve en total); la capacidad de estos escenarios es de ciento doce mil quinientos doce sillas (112.512). Según los registros históricos se ha llegado a un total

de un millón doscientos veintinueve mil cuarenta y siete (1.221.047) asistencias.

Con este marco de muestreo y población objeto se determinó el tamaño mínimo de muestra aleatoria para una estimación del parámetro proporción con base en el muestreo aleatorio simple de elementos (MAS) y para controlar el error máximo relativo (cv), así:

$$n = \frac{\frac{Z^2 * Q}{cv^2 * P}}{1 + \frac{Z^2 * Q}{N * cv^2 * P}} = \frac{Z^2 * N * Q}{(N * cv^2 * P) + (Z^2 * Q)}$$

En la que:  $Z$  nivel de confianza;  $cv$  es el coeficiente de variación;  $P$  es la proporción a estimar;  $Q=1-P$ ;  $N$  el tamaño de la Población objeto.

Se consideró un diseño por conglomerados para los teatros con un  $deff > 1$  de manera que el tamaño final de muestra probabilística se obtiene del siguiente algoritmo:

$$n = \frac{Z^2 * N * Q * P * deff}{N(cv^2 * P)^2 + (Z^2 * Q * P * deff)}$$

Donde, el efecto de diseño  $deff$ , definido como el cociente de las varianzas de los dos estimadores, entre un diseño  $d(.)$  y uno MAS:

$$deff(d, \hat{t}_y) = \frac{V_d(\hat{t}_y)}{V_{MAS}(\hat{t}_{yM})} \quad \text{Con} \quad E_d(n_s) = n$$

Con este diseño de muestra aleatoria se desarrollaron encuestas a visitantes y locales que produjeron una información que permitió un análisis descriptivo de las dimensiones de impacto analizadas. Adicionalmente, en la dimensión turística, se realizó un análisis multivariado del grado de satisfacción y percepción de turistas y del público local para determinar los aspectos más sensibles para el goce del festival.

## 5. Resultados y Análisis

### 5.1. Impacto social

El FITB en su edición XII comprendió espacios diversos donde congregó diferentes sectores de la sociedad bogotana. Las instituciones de orden local hicieron un seguimiento de los resultados sociales y culturales del FITB, ya que a través de este buscaron contribuir al desarrollo cultural de la ciudad. Para tal fin contó con un observatorio de cultura (Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte de Bogotá, 2011).

En general, la mayor parte de los espectadores fueron bogotanos de la clase media (50%). No

obstante, hay públicos diferentes entre los espectáculos de calle, obras en sala y en ciudad teatro. Los asistentes a las obras en sala son de una clase socioeconómica alta en comparación con los espectadores de ciudad teatro provenientes de la clase media en su mayoría, mientras que los espectáculos de calle son vistos por públicos de clase baja en su mayoría.

Por otro lado, más de la mitad de los espectadores del FITB no tienen conocimiento en artes escénicas o algún tipo de conocimiento en el área teatral. Esto lleva a reconocer que el público no tiene el conocimiento suficiente para escoger entre una y otra obra y se dejan llevar por las recomendaciones hechas en revistas, periódicos, televisión, etc... (Alcaldía Mayor de Bogotá y Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte-Observatorio de Culturas, 2009). No obstante, los locales encontraron en el FITB una excelente oportunidad para disfrutar de un mayor número de actividades sociales porque la asistencia al festival se acompañó de otro tipo de actividades sociales, tales como cenas, tomar café, tomar unas copas, entre otros (Observatorio de Culturas- Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá, 2010). Estos planes complementarios se reforzaron para una mayor percepción de seguridad, iluminación, aseo, parqueaderos para autos disponibles, diversidad de servicios y facilidad para llegar e infraestructura suficiente, en barrios y lugares donde se llevan a cabo el FITB (Instituto Distrital de Turismo y Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011).

### 5.2. Impacto cultural

A lo largo de sus más de veinte años el FITB ha contribuido al crecimiento de la cultura teatral nacional. Año tras año los espectadores son más, han dado mayor importancia a las artes escénicas y han disfrutado de obras nacionales e internacionales de alta calidad artística. Adicionalmente, los grupos y compañías teatrales han creado vínculos con otros grupos, han encontrado en el FITB canales de comunicación para una mayor interacción, más oportunidades para realizar presentaciones nacionales, internacionales y mayor reconocimiento.

Otro impacto igualmente importante ha sido consolidación de un público cada vez mayor para las artes escénicas en Bogotá. La mitad de los espectadores que asistió a la edición XII del FITB asistió de una a cinco obras de teatro en el año inmediatamente anterior, de acuerdo al "Sondeo anual de opinión a asistentes" realizado por la Secretaría Distrital de Cultura,

**Tabla 2. Estadísticas del edición número XII del FITB.**

<b>Participación</b>	Continentes	5	<b>Actividades</b>	Funciones gratuitas en espacios públicos	195
	Países	32		Funciones en sala	384
	Compañías Internacionales	72		Funciones en Ciudad Teatro	709
	Grupos Colombianos	148		Conciertos de grupos nacionales	84
	Países representados en VIA	21		Presentaciones de cuenteros	104
	Grupos nacionales en VIA	90		Eventos especiales por inscripción	870
	Total artistas participantes	3.500		Eventos especiales gratuitos	43
	Artistas en espectáculos de calle	1.620		<b>Espacios usados</b>	Salas de Teatro
<b>Asistencia</b>	Abonos vendidos	3.964	Espacios para teatro callejero		49
	Total asistentes al festival	3.919.085	Centros comunitarios		4
	Espectadores en sala	499.085	Grandes escenarios		6
	Espectadores en calle	3.000.000	Días de Ciudad Teatro		15
	Visitantes a Ciudad Teatro	420.000	<b>Logística</b>	Empleados Directos	1.200
	Maestros en eventos especiales	72		Empleados indirectos	3.000.000
	Participantes de eventos especiales	6.489		Guías intérpretes	120
	Invitados internacionales en VIA	107		Horas de montaje	25.000
	Ocupación de salas de teatro	92%		Técnicos colombianos	386
	Periodistas nacionales e internacionales	1.200		Escenografías hechas en Colombia	16
	Televidentes diarios del Canal del Festival	5.000.000		Toneladas de carga	800
Entradas de cortesía y canjes	83.007	Habitaciones en 5 hoteles		850	
Asistentes a clausura	250.000	Pasajes internacionales		1.287	
<b>Actividades</b>	Estrenos Mundiales	15		Pasajes nacionales	900
	Grandes Conciertos	2	Staff del canal del festival	180	
	Funciones de sala, calle y conciertos	1.300	Horas de grabación y edición	600	
	Desfile principal	1	Horas al aire	51	
	Gran clausura	1			

Fuente: Osorio (2010) y Fundación Festival iberoamericano de Teatro (2010).

**Tabla 3. Criterios y variables analizadas**

Dimensión Social	Composición del público espectador Conocimiento del público Actividades y beneficios conexos al festival	Dimensión Turística	Ingreso económico de turistas Lugar de alojamiento Procedencia Género Edad Nivel educativo Llegada de viajeros a Bogotá Satisfacción de turistas Satisfacción del público local Percepción del espacio público por turistas Percepción del espacio público por público local Medios de transporte utilizado Imagen del festival entre el público local
Dimensión Cultural	Aporte a la actividad teatral Aumento del público de artes escénicas Formación de nuevos públicos		
Dimensión Económica	Inversión nacional Inversión local Inversión internacional Inversión privada Venta de entradas Gasto de participantes Transporte Alojamiento		

**Tabla 4. Impacto económico del FITB edición XI 2008.**

Impactos directos			Impactos indirectos		
Rubro	Cantidad*	Proporción	Rubro	Cantidad*	Proporción
Presupuesto destinado por la nación	\$ 1.793.200.000	5,5%	Transporte	\$ 2.310.000.000	7,1%
			Alojamiento	\$ 136.260.000	0,4%
Presupuesto destinado a nivel local	\$ 2.739.747.831	8,4%	Total impactos indirectos	\$ 2.446.260.000	7,5%
Presupuesto derivado de gestión diplomática	\$ 519.473.213	1,6%			
Presupuesto de organizaciones privadas	\$ 5.545.662.513	17,1%			
Venta de Entradas	\$ 9.900.467.176	30,4%			
Gasto participantes	\$ 9.576.000.000	29,4%			
Total impactos directos	\$ 30.074.550.733	92,5%			
<b>Impacto total*</b>	<b>\$ 32.520.810.733</b>				

Fuente: Molina (2008). \*: cifras en pesos colombianos de 2008.

**Tabla 5. Estadísticas del público extranjero**

Nivel de ingreso (en dólares)	107000-200000	2%	sexo	Masculino	57%
	870000-106000	12%		Femenino	43%
	66000-86000	20%	Edad	Entre 55-64	5%
	45000-65000	29%		Entre 45-64	19%
	< 45000	37%		<b>Entre 35-44</b>	<b>33%</b>
<b>Entre 25-34</b>				<b>36%</b>	
Lugar de alojamiento	Apartamento/casa alquilada	2,4%	Nivel educativo	Posgrado	45%
	Apartamento/casa propia	2,4%		Universitario	48%
	Hostal	9,5%		Secundaria	7%
	Hotel	35,7%			
	Amigos/familiares	50,0%			
	Procedencia	Norteamérica	14%		
	Europa	29%			
	Latinoamérica	57%			

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a asistentes.

Recreación y Deporte de Bogotá (2010). Sin embargo, es necesario resaltar que buena parte del público que asiste a teatro no tiene un criterio sólido de elección. Muchos de ellos lo hicieron por casualidad, por el título de la obra, la difusión y promoción en medios de comunicación y sobre todo, por el precio de la entrada. Este resulta ser uno de los obstáculos más difíciles de superar y requiere educar al público en torno a las artes escénicas. Al respecto, el FITB ha incluido en su programación una serie

de talleres formativos abiertos al público (ver tabla 2 – eventos especiales por inscripción), con este tipo de esfuerzos este ha contribuido a aumentar los conocimientos en artes escénicas del público.

### 5.3. Impacto económico

Aunque no se cuenta con cifras para 2010, se presenta un análisis del impacto económico de la edición XI. No obstante, a partir de las cifras

presentadas en la tabla 2, el impacto económico del FITB en la edición XII generó mayores ingresos respecto a 2008. Los impactos económicos del XI FITB se han cuantificado como directos e indirectos. Los primeros se presentan como indicadores de presupuesto y gasto, mientras que el impacto indirecto se presenta como sectores beneficiados de su realización.

Molina (2008) realizó un estudio del impacto económico de la edición XI del FITB. La tabla 3 presenta los impactos directos e indirectos estimados por este autor. En esta, los impactos directos se calculan a partir de tres rubros. El presupuesto, que comprende recursos provenientes de instituciones de orden nacional, local recursos internacionales provenientes de embajadas y recursos del sector privado. El gasto de participantes hace referencia a los gastos estimados en los cuales incurren los artistas participantes, periodistas internacionales y enviados especiales para un promedio de catorce días de estadía en Bogotá. El gasto del público se refiere a los ingresos percibidos por la venta de entradas a las actividades artísticas y talleres. Por otro lado, los gastos indirectos se cuantifican desde dos rubros, transporte y alojamiento. Aunque parcial, esta estimación de impactos económicos permitió acercarse a la magnitud de la edición XI festival su importancia para la ciudad en la evaluación de impacto realizada por Molina (2008) y resumida en la tabla 3. Aunque no se cuenta con cifras para 2010, dadas las cifras presentadas en la tabla 2 sobre la edición XII, el impacto del FITB tiene una tendencia creciente y en 2010 fue mayor respecto a 2008.

El FITB es un caso *sui generis* en el mundo respecto a la forma de financiación que ha desarrollado. En su presupuesto (ver tabla 3), a diferencia de eventos similares a nivel mundial, los recursos del estado no son su principal fuente (22%); la proporción de recursos lograda por los mismos organizadores ha sido muy alta: por venta de entradas (48%), recursos privados (27%) y diplomáticos (2,5%). Adicionalmente, la financiación mediante recursos diplomáticos ha sido subvalorada porque no se ha cuantificado la asistencia y financiación en gestión y logística para el contacto y desplazamiento de participantes, montajes conjuntos de obras, celebración de acuerdos, entre otros (Valderrama, 2010). Este modelo de financiación ha sido producto de un proceso de aprendizaje organizacional con asesoría externa; en el cual se conciben ingresos por venta de entretenimiento (*Entertainment*), por recursos de empresas privadas que encuentran en el festival un espacio para publicidad y mercadeo (*Advertainment*) y través de la marca

e imagen del festival, con la cual se perciben ingresos por objetos promocionales (*Merchandising*) y recursos nacionales e internacionales de organizaciones e instituciones que tienen un compromiso con la cultura (Valderrama, 2010).

#### 5.4. Impacto Turístico

Entre el público que aglutinó el evento fue notoria la participación de extranjeros de habla castellana. Muy seguramente por las características del nombre del Festival-Iberoamericano que hace pensar que las funciones se reducen a la cultura americana y la ibérica, fundamentalmente. Sin embargo, se sabe que el Evento convoca culturas de todo el mundo y se presentan obras no necesariamente de habla castellana. Sin embargo no deja de ser curioso que la mayoría de asistentes extranjeros sean personas que tienen por lengua materna el castellano.

El aporte del Festival a la singularidad de la atracción de la ciudad por los días de su celebración es inmejorable. Por ejemplo, para los locales Bogotá en época del evento es otra ciudad, en opinión de ellos. Disfrutan de las diferentes expresiones artísticas y escénicas, algunas callejeras. Por su parte el visitante se encuentra con una ciudad alegre, cosmopolita, diversa, "La ciudad, en muchos sentidos, se convierte hacia el delirio, un delirio creado a partir de la fantasmagoría de mundos imaginarios suscitada por este Festival, que es, ante todo, un carnaval de formas, imágenes y gestualidad corporal". (Carbonell, 2010)

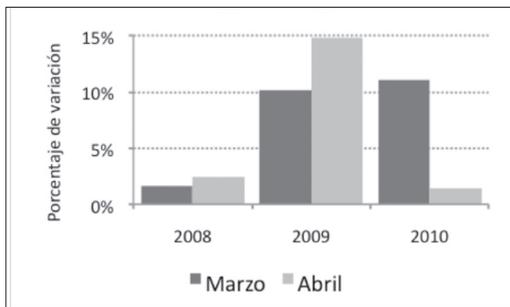
El perfil socioeconómico de los extranjeros que vienen a Bogotá atraídos por el FITB corresponde a un segmento de alto nivel educativo, jóvenes y adultos jóvenes con una buena disponibilidad de gasto. Hay una ligera mayoría de hombres sobre mujeres (ver Tabla 5). En atención a estos rasgos socio demográficos se convierte en un segmento de mercado de turistas adultos atractivo para la ciudad como quiera a que corresponde a una demanda cualificada, que gusta y aprecia lo cultural, lo patrimonial y respetuoso de lo ambiental. De acuerdo con las características de la oferta turística de Bogotá, de ser un destino con exuberancia cultural, religiosa, patrimonial, museológica, pues se da una alta convergencia de intereses entre las expectativas de viaje de este segmento que nos visita con motivo del Festival y la oferta de atractivos de la ciudad. El nivel de ingresos anuales de los extranjeros que nos visitan con motivo del FITB es alto, en su mayoría; en efecto, el 63% de los extranjeros tienen un ingreso igual o superior a \$ 45.000 dólares al año.

El motivo principal de viaje a Bogotá de este segmento por esta época es la asistencia

al Festival, particularmente a aquellas funciones desarrolladas en recintos cerrados. Sin embargo, este segmento ejerce una demanda de actividades complementarias importantes, como gastronomía y compras. La cantidad de viajeros extranjeros que viene a Bogotá año tras año viene aumentando y el FITB hace su contribución en el mes de marzo. La figura 2 muestra que en 2010 respecto del año anterior arribaron a Bogotá alrededor de un 11% más de viajeros.

La cantidad de viajeros extranjeros que viene a Bogotá año tras año viene aumentando y el Festival Iberoamericano de Teatro hace su contribución en el mes de marzo. La figura 2 muestra

**Figura 2.** Porcentaje de variación anual de llegada de viajeros extranjeros a Bogotá.



Fuente: Elaboración Propia a partir de Instituto Distrital de Turismo (2008, 2010)

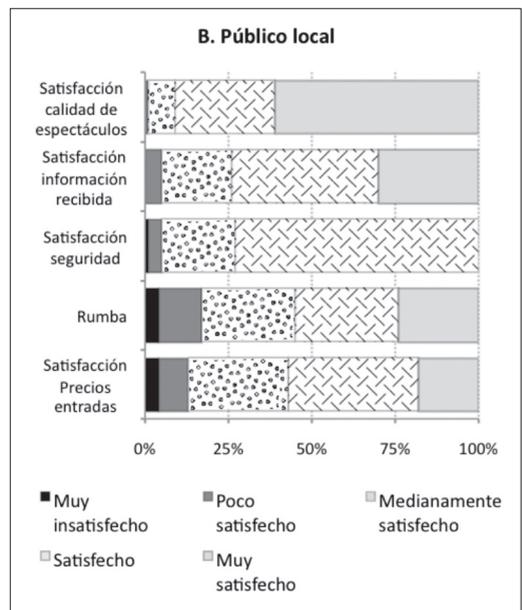
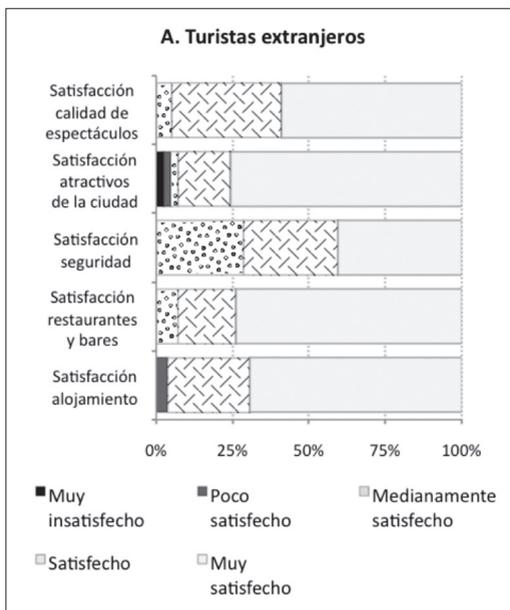
que en 2010 respecto del año anterior arribaron a Bogotá alrededor de un 11% más de viajeros.

Al evaluar el grado de satisfacción del público a través de múltiples criterios se encontraron resultados positivos, como lo presentan las figuras 3A y 3B. En general, tanto turistas como bogotanos se mostraron satisfechos con la realización del FITB lo que permite que estos se identifiquen con el evento. Los mismos resultados indican que habrían aspectos por mejorarse como es el caso de la información que aporta la organización y la necesidad de establecer una política de democratizar de las tarifas, pues aunque el Festival es de altas calidades, como lo reconocen los mismos residentes, las tarifas pueden constituirse en impedimento para una asistencia más numerosa y frecuente de los capitalinos.

Definitivamente los extranjeros que llegaron a la ciudad atraídos por el Festival fue un segmento de mercado bien definido que correspondió a simpatizantes, seguidores, interesados en las artes escénicas. Es este su principal expectativa y motivo de viaje. Las actividades que desarrollaron están en función de la satisfacción de este “consumo cultural”. Se convalida este argumento con el hecho de que este mismo segmento es conocedor de otros festivales y expresiones culturales populares como el carnaval de Barranquilla o el festival de cine de Cartagena.

Los servicios turísticos directos que emplea el extranjero los califica muy bien. Es notable

**Figuras 3.** Nivel de satisfacción del público asistente.



Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a asistentes.

la buena evaluación que recibieron los servicios de alojamiento, para quienes hacen uso de estos establecimientos, la oferta gastronómica y de bares, de Bogotá. Pero, es también significativa la calificación deficiente que reciben los aspectos relacionados con la infraestructura y los servicios públicos de la ciudad.

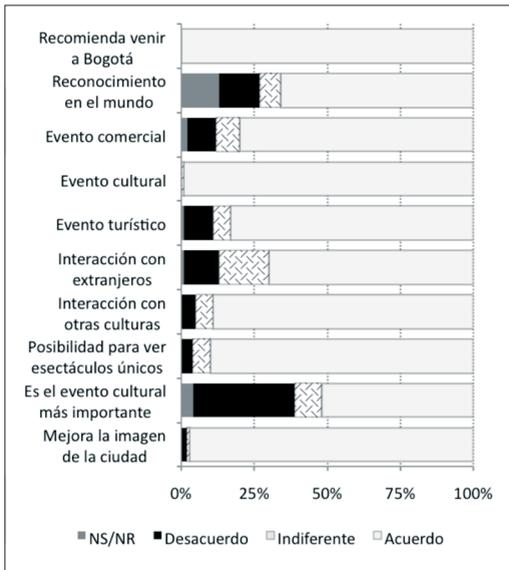
Los bogotanos mayoritariamente consideraron que este festival es el hecho cultural más importante de la ciudad y de Colombia, por tanto lo estiman como un evento que ayuda a mejorar la

imagen de Bogotá y por consecuencia a posicionarla favorablemente en los mercados turísticos internacionales. En general este certamen fue considerado como un hecho positivo y de repercusiones favorables para los intereses turísticos, comerciales y sociales de la ciudad. Los datos presentados en la figura 4 reafirman el concepto unánime de los bogotanos de recomendar su ciudad para ser visitada, con ocasión del FITB.

A partir de los datos recogidos en la figura 5 se identificaron algunos aspectos a mejorar. Se pueden establecer dos dimensiones; de una parte algunos son competencia de la Organización del Festival y, otros, corresponden a la gestión de las autoridades públicas locales. Es el caso relacionado con la necesidad de disponer de más sitios de parqueo, para acceder a los teatros, evitar las aglomeraciones y disminuir la contaminación visual. Estos aspectos, aunque calificados a nivel medio por los residentes, pueden convertirse en una próxima ocasión en una amenaza para la comodidad que debe otorgar la Organización a sus asistentes y que corresponde a la calidad integral del festival.

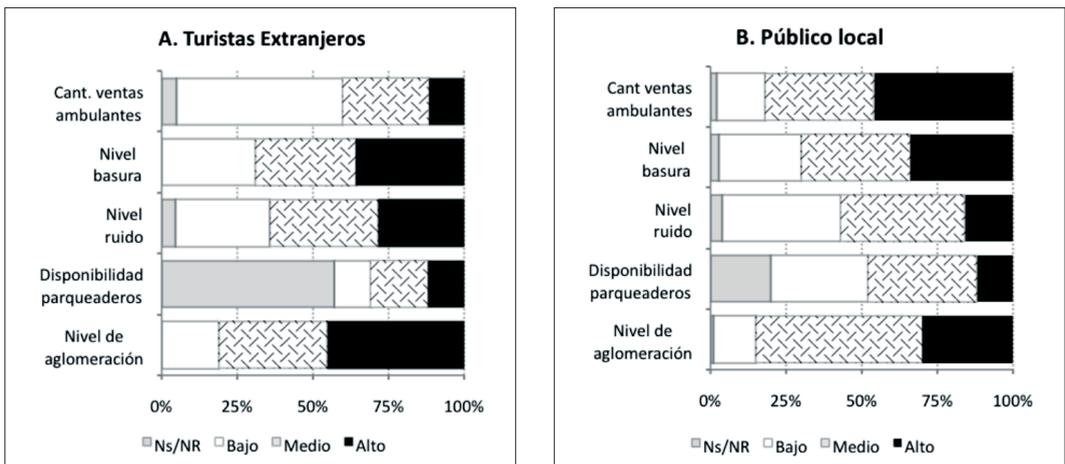
No menos preocupante es lo relacionado con los factores que competen a la autoridad pública, como es el caso de las ventas ambulantes, los niveles de ruido y el manejo de basuras que no son bien calificados por los residentes de la ciudad que asisten a este Evento. Como lo presenta la 6, un porcentaje alto de los asistentes (cerca del 40%) utiliza el carro para desplazarse hasta el lugar de las funciones. En atención a esta consideración la movilidad y el acceso a sitios de parqueo se constituyen en un inconveniente para estos espectadores lo que va en detrimento

**Figura 4.** Imagen del festival de teatro entre el público local



Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a asistentes.

**Figura 5.** Percepción sobre espacio público.



Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a asistentes.

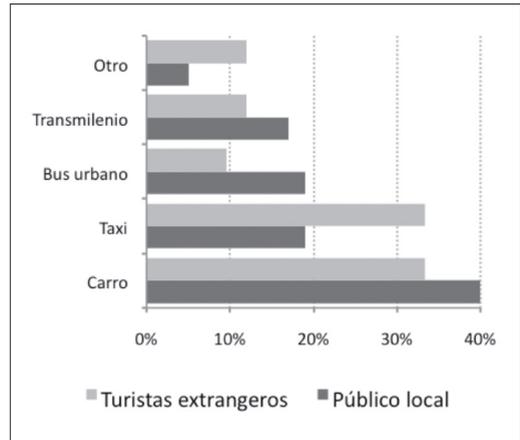
de la imagen que pueda transmitir la celebración del Festival. De igual manera, en un 46%, los bogotanos consideran que ven afectada su movilidad por este evento.

Sin embargo, como se anotó arriba, es necesario que la ciudad mejore en los aspectos relacionados con la infraestructura y los servicios públicos; además que los operadores turísticos innoven su oferta comercial de paquetes turísticos en función de la realización del FITB.

Bogotá, como destino turístico, encuentra en el Festival iberoamericano de Teatro una importante oportunidad de “fidelizar” a estos turistas pues la mayoría visitan la ciudad por primera vez. Naturalmente dependerá del mejoramiento de la calidad que perciben de la ciudad en relación con la oferta de productos y de servicios turísticos, la seguridad, la hospitalidad, las buenas prácticas ambientales, las facilidades de movilidad, la conectividad. Estos factores, significativos en la decisión de viaje, son algunos de los aspectos que, de mejorarse, facilitarán que Bogotá ocupe un lugar preferencial en sus decisiones de viaje.

Una oportunidad que tienen los operadores turísticos nacionales con motivo del FITB

**Figura 6.** Transporte utilizado.



Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a asistentes.

es innovar la oferta y la comercialización de “paquetes” turísticos para este mercado. Los resultados obtenidos muestran que el viaje se hace de manera independiente y con consumos fragmentados, sin un programa comercializado

**Tabla 6.** Análisis factorial.

Component Matrix(a)					
Factor	Component		Factor	Component	
	1	2		1	2
Información recibida	0,453	0,035	FIT es un evento comercial	0,294	0,205
Seguridad de los eventos	0,436	-0,056	FIT es reconocido en el mundo	0,3	-0,017
Calidad de los espectáculos	0,455	0,031	Cuánto gasta adicionalmente	0,284	-0,187
Rumba alrededor del teatro	0,364	0,027	Gasto en actividades culturales el mes pasado	0,389	0,017
Precios de boletas	0,517	-0,109	Niveles de aglomeración	-0,037	0,603
FIT mejora la imagen de la ciudad	0,394	0,004	Disponibilidad de parqueaderos	0,313	0,201
FIT es el evento cultural más importante	0,435	-0,026	Niveles de ruido	-0,041	0,756
FIT ofrece espectáculos que de otra manera no hubiera podido apreciar	0,359	-0,008	Niveles de basura	0,004	0,693
Oportunidades de interactuar con otras culturas	0,606	0,018	Cantidad de ventas ambulantes	0,024	0,665
Oportunidades de interactuar con extranjeros	0,646	0,034	Nivel de contaminación visual	-0,036	0,631
FIT es un evento turístico	0,339	0,175	Afecta la movilidad del sector	0,078	-0,157
Extraction Method: Principal Component Analysis.					
a. 2 components extracted.					

Fuete: Elaboración propia a partir de entrevistas a asistentes.

previamente y sin que el viajero se beneficie de tarifas promocionales por la compra “empaquetada” y anticipada de los servicios. Es alta la probabilidad que un visitante use la casa de amigos, como medio de alojamiento y que adquirirían las boletas de manera individual, lo que muestra un vacío en la comercialización del Festival a nivel internacional, a nivel de programa turístico.

Se utilizó un análisis factorial para explicar las interrelaciones de las variables sometidas a valoración por residentes como por visitantes de la ciudad, con motivo del FITB. Con este análisis multivariado se busca establecer las variables dependientes que son explicadas por variables comunes y únicas, de acuerdo con la medición realizada. En efecto, a partir del análisis de componentes principales se realizó la extracción de factores; los resultados finales de la extracción de dos factores se aprecian en la Tabla 6.

Este análisis nos permite establecer que el factor 1 se le puede interpretar como el factor relacionado con el turismo cultural, el cual se desarrolla a partir de la celebración del Festival en el que la comunidad residente percibe el evento como una oportunidad para interactuar con otras culturas y con extranjeros. Es decir existe una alta correlación entre la celebración del FITB y el turismo cultural que desarrolla la ciudad.

Por su parte el factor 2 esta correlacionado con los temas ambientales en los que la percepción es negativa por parte de los residentes y visitantes; en efecto se establece una alta correlación entre la celebración del festival y aspectos como: Niveles de aglomeración, Niveles de ruido, Niveles de basura, Cantidad de ventas ambulantes, Nivel de contaminación visual

## 6. Conclusiones

El FITB convierte a la ciudad en un enorme escenario cultural y turístico para el disfrute de locales y de visitantes, la ciudad es más cosmopolita que nunca. Por otro lado, este ha crecido sostenidamente desde sus inicios hasta hoy convirtiéndose en un mega-evento que ha trascendido lo regional, lo iberoamericano y hoy es mundial. Por lo tanto, aunque este estudio recomendó cambiar su nombre de iberoamericano a mundial, la razón de su bien ganado posicionamiento de marca no lo hace viable o recomendable.

La exposición mediática de la ciudad es global se acreditan más de 550 medios de todos los continentes que, durante el evento, transmiten las imágenes de cosmopolitismo de la ciudad. Adi-

cionalmente, el impacto económico y social del FITB es importante para la ciudad, como quiera que incrementa el número de visitantes atraídos por este mega evento y por consecuencia mejora la ocupación y potencia la utilización de la infraestructura y la oferta turística del destino. Este impacto también se refleja en la generación de empleo directo y otro indirecto, expresado en oportunidades de trabajo que contribuye a aportar en uno de los mayores retos sociales de la ciudad, como es la generación de empleo.

Con la celebración del FITB la ciudad gana en posicionamiento de destino turístico cosmopolita como quiera que la exposición mediática es global y, ante todo, por representar una oportunidad para la diversificación de su producto turístico pues trasmite un mensaje de destino cultural, gastronómico y de negocios. Adicionalmente, los residentes asocian el Festival con la oportunidad que tiene la ciudad de mostrarse como destino turístico cultural y valoran positivamente el intercambio con culturas diferentes. Se concluye que el FITB se ha convertido en el «sello» de identidad artística y cultural de la ciudad y se constituye en el principal atractivo turístico de la ciudad a nivel internacional. En consecuencia, el FITB ha contribuido significativamente en la construcción de una identidad de Bogotá como ciudad cultural y cosmopolita

El FITB además de ser el evento cultural de la ciudad se ha consolidado como medio de difusión y promoción turística de Bogotá y por asociación del país. Las exhibiciones teatrales realizadas en recintos y en espacios públicos se han convertido en un ícono turístico que permite hacer visibles la identidad cultural y los elementos emblemáticos de nuestro patrimonio tangible e intangible.

La demanda turística de la ciudad se incrementa significativamente por la época del Festival, particularmente el segmento internacional. Este es un claro beneficio para los prestadores de servicios turísticos de la capital que vienen aumentando cuantitativa y cualitativamente su oferta habitacional y gastronómica, de manera que este evento cultural se constituye en una excelente respuesta y alternativa al clamor de estos empresarios que demandan una nueva dinámica del turismo receptivo.

Aun así, la ciudad debe hacer esfuerzos por mejorar sus facilidades y servicios turísticos, en aspectos como información al turista, seguridad, buenas prácticas ambientales, facilidades de movilidad, conectividad, entre otros. Por otro lado, los tour operadores de turismo deben buscar alianzas estratégicas con el estado local y la corporación organizadora del FITB para mejorar los beneficios de toda la cadena productiva.

## Bibliografía

- Alcaldía Mayor de Bogotá, y Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte-Observatorio de Culturas.
- 2009 *El público en la escena teatral bogotana*. Bogotá D.C.: Alcaldía Mayor de Bogotá-Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte. Recuperado a partir de <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/observatorio/documentos/analisis/publico%20en%20la%20escena.pdf>
- Andersson, T., y Getz, D.
- 2009 Tourism as a mixed industry: Differences between private, public and not-for-profit festivals. *Tourism Management*, 30(6), 847-856. doi:10.1016/j.tourman.2008.12.008
- Borja, J., y Muxí, Z.
- 2001 Espacios públicos como oportunidades. *Perfiles Latinoamericanos*, (19): 115-130.
- Carbonell, C.,
- 2010 *Imago mundi y cosmopolitismo en la promoción de la identidad urbana: El Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá*
- Fundación Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá.
2010. Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá. *Bogotá*: Recuperado Julio 5, 2011, a partir de <http://www.festivaldeteatro.com.co/>
- García, B.
2008. "Política cultural y regeneración urbana en las ciudades de Europa occidental: lecciones aprendidas de la experiencia y perspectivas para el futuro". *RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 7(1): 111-125.
- García, S.
- 2008 "Centros históricos, procesos urbanos y planeación urbana en México". *Quivera*, 10(2): 77-87.
- Instituto Distrital de Turismo, y Alcaldía Mayor de Bogotá.
- 2011 *Boletín de Estadísticas de Turismo de Bogotá, Primer semestre 2010* (pág. 72). Bogotá D.C.: Instituto Distrital de Turismo y Alcaldía Mayor de Bogotá. Recuperado a partir de [http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/05/boletin\\_estadistico\\_i\\_sem.2010.pdf](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/05/boletin_estadistico_i_sem.2010.pdf)
- Kronfle, R.
- 2007 "Reflexión y resistencia: diálogos del arte con la regeneración urbana en Guayaquil". *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, (27): 77-89.
- Molina Pulido, J. E.
- 2008 *Metodología para la evaluación de resultados: Caso Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá*. Bogotá: Universidad de Los Andes. D.C. Recuperado a partir de [http://biblioteca.uniandes.edu.co/Tesis\\_12009\\_primer\\_semestre/448.pdf](http://biblioteca.uniandes.edu.co/Tesis_12009_primer_semestre/448.pdf)
- Observatorio de Culturas- Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá.
- 2010 *Festival Iberoamericano de Teatro 2010* (Sondeo de Opinión No. 8). Mediciones y sondeos (pág. 153). Bogotá D.C.: Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte. Recuperado a partir de [http://issuu.com/investigaciones/docs/mediciones\\_festival\\_iberamericano\\_y\\_alternativo\\_2](http://issuu.com/investigaciones/docs/mediciones_festival_iberamericano_y_alternativo_2)
- Osorio, A.
- 2010, Mayo 29. *Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá- Impacto y Supervivencia* (Tesina para optar al título de master). Madrid, Instituto Complutense de CC Musicales. Recuperado a partir de <http://www.mastergestioncultural.org/files/File/TESINAS/T10-0235%20Osorio,%20Amaranta%20Festival%20Iberoamericano%20de%20Teatro%20de%20Bogot.pdf>
- Pascarella, R., y Fontes, J. R.
- 2010 "Competitividad de los destinos turísticos. Modelo de evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas públicas". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(1): 1-17.
- Perles, J. F.
- 2006 "Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística". *Cuadernos de Turismo*, (17): 147-166.
- Prentice, R.
- 2003 "Festival as creative destination". *Annals of Tourism Research*, 30(1): 7-30. doi:10.1016/S0160-7383(02)00034-8
- Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte de Bogotá.
- 2011, Marzo 23. Festivales de teatro. *Mediciones y Sondeos, Observatorio de Culturas*. Recuperado Julio 12, 2011, a partir de <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/observatorio/medTeatro.html>
- Valderrama, A. I.
- 2010 *El Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá: ¡más allá de un acto de fe! Gestión de patrocinios, aprendizaje y cambio organizacional* (Tesis para optar al título de administración). Bogotá D.C., Universidad de Los Andes.
- Vázquez, A.
- 2007 "Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial". *Investigaciones Regionales*, (11): 183-210.

Recibido: 12/03/2012  
 Reenviado: 19/09/2012  
 Aceptado: 04/10/2012  
 Sometido a evaluación por pares anónimos