

INVESTIGACIÓN DE ASISTENTES A EVENTOS DE CIUDAD: ALIMENTARTE 2015



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

GUSTAVO PETRO URREGO
Alcalde Mayor de Bogotá

CARLOS SIMANCAS
Secretario de Desarrollo Económico

TATIANA PIÑEROS LAVERDE
Directora General
Instituto Distrital de Turismo

ERICA INDIRA ORTEGA OROZCO
Asesora

Investigación equipo técnico del IDT
Luisa Fernanda Parra, Luis Fernando López Sierra, Oscar Fabián Merchán López, Erica Indira Ortega Orozco

Textos:
Luisa Fernanda Parra, Erica Indira Ortega Orozco

Colaboradores:
Fundación Corazón Verde, Fundación Universitaria Cafam, Misión Bogotá

Foto portada:
Archivo fotográfico IDT.

Diseño:
Laura Esmeralda Garzón

Contacto:
Instituto Distrital de Turismo
www.bogotaturismo.gov.co
2170711 Ext. 111- 147

Bogotá, Noviembre 2015

Tabla de contenido

PRESENTACIÓN.....	5
INTRODUCCIÓN	6
OBJETIVO.....	9
GENERAL	9
ESPECÍFICOS	9
MARCO CONCEPTUAL	9
ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	11
UNIVERSO DE ESTUDIO	11
TIPO DE INVESTIGACIÓN	11
MECANISMO DE RECOLECCIÓN	12
PERIODO DE RECOLECCIÓN.....	12
ASPECTOS LOGÍSTICOS.....	12
ALIMENTARTE– PRESENTACIÓN.....	12
RESULTADOS	14
CONCLUSIÓN	26
REFERENCIAS	29

Tabla de gráficas

Gráfica 1: Total espectadores por subpoblación.....	14
Gráfica 2: Total turistas	15
Gráfica 3: Total turistas según noches pernoctadas	16
Gráfica 4: Total turistas según tipo de alojamiento	17
Gráfica 5: Total turistas según motivo de viaje.....	17
Gráfica 6: Total espectadores según versiones de asistencia.....	21
Gráfica 7: Total asistentes que invitarían o no familiares o amigos al evento	22
Gráfica 8: Total asistentes que conocen el fin social de Corazón Verde	23
Gráfica 9: Promedio asistentes según edad	23
Gráfica 10: Total asistentes según sexo.....	24
Gráfica 11 Total residentes según se reconoce	25

Índice de Tablas

Tabla 1 Total turistas según actividad.....	18
Tabla 2 Promedio calificación percepción de asistentes	20
Tabla 3 Total asistentes según calificación	21
Tabla 4 Total asistentes según como se enteró.....	22
Tabla 5 Total asistentes según género.....	25

PRESENTACIÓN

Alimentarte Food Festival, es un evento el cual se ha venido realizando en la ciudad de Bogotá en el parque El Virrey desde hace 13 años y es cada vez más conocido no solo entre el público asistente, sino también dentro del mundo de la empresa gastronómica. El objetivo de este evento es mostrar a visitantes y turistas la diversidad de comidas que tiene el país, entre la comida tradicional colombiana y la comida internacional, la cual hacen de Colombia un destino turístico cosmopolita y multicultural de talla mundial. Además, este evento es de gran importancia por la labor social que representa y las ganancias que se generan están destinadas para ayudar a las familias de los policías colombianos.

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” se complace en presentar la segunda medición de ALIMENTARTE FOOD FESTIVAL; uno de los eventos emblemáticos con los que cuenta la ciudad y que ha convertido a Bogotá en un referente gastronómico en el mundo toda vez que contribuye a hacer visibles los elementos patrimoniales tangibles e intangibles más representativos de la identidad Bogotana. Al final del estudio, presentaremos los resultados de las evidencias recolectadas en la investigación, y que sin duda serán de gran importancia para los lectores interesados en el desarrollo del Turismo para Bogotá. Por lo tanto ponemos a disposición de ustedes este importante documento, esperando que el mismo sirva de consulta y de apoyo al conocimiento de estos temas de ciudad.

Tatiana Piñeros Laverde

Directora General

Colombia es un país multiétnico y pluricultural, donde cada región posee rasgos propios que la distinguen de sus vecinas. Se puede hablar de una cultura Andina en la que se siente con mayor fuerza el ancestro europeo; de una cultura Caribe, amalgama de herencias indígenas y africanas; de una cultura Pacífica, de raigambre africana y de la cultura de la Orinoquía y Amazonía, esencialmente indígena.

La diversidad geográfica y cultural da la riqueza de las cocinas tradicionales. El rondón, la arepa de huevo, el cuy y las hormigas culonas son algunos de los platos más representativos que se tienen y que no los encuentras en ningún otro lugar. (Colombia.travel, Colombia)

Restaurantes de alta cocina han convertido a Bogotá en un destino gastronómico importante, tanto en comida colombiana como internacional. También hay buenos sitios que sirven platos populares.

Para conocer a Bogotá se debe alistar el paladar, con el fin de disfrutar cada aroma, color y sabor. Sólo así será posible degustar una de las gastronomías más ricas y variadas de Suramérica.

La ciudad está viviendo un importante auge gastronómico el cual la ha venido posicionado como una de las preferidas para los expertos de la buena mesa. Como por ejemplo la revista especializada Restaurant cuando incluyó al restaurante Leo Cocina y

Cava en la lista de los 50 mejores del mundo. Y esta posición se corroboró en la cita anual que tuvieron los mejores restaurantes del mundo en “Madrid Fusión”

Según el artículo publicado por el Periódico Portafolio en 2007 denominado “La Industria de la buena mesa tiene cada día más comensales” menciona que:

“Las zonas especiales del sabor y la nueva carta era un lugar escondido hace algunos años. Pero hoy es abierta y se integra con la decoración de los establecimientos. Términos como cocina fusión o de autor, eran desconocidos, hoy están de moda porque identifican escuelas gastronómicas de vanguardia.”

En la ciudad de Bogotá existen Escuelas de gastronomía reconocidas, como la Escuela Mariano Moreno que ya en la ciudad cuenta con tres (3) sedes y una (1) de pastelería. La fusión reúne varios orígenes étnicos que no son difíciles en este país diverso y la de autor da libertad a la creatividad del chef.

Es por ello que desde el Instituto Distrital de Turismo y la Subdirección de Gestión de Destino se viene trabajando en las reconocidas zonas para disfrutar de la gastronomía local y también de otras regiones del país y del mundo, como la Zona G, que se encuentra entre calles 65 y 70 y carreras 6 y 5; la Zona C, ubicada en el Centro Histórico de la ciudad; la Zona T, entre calles 82 y 84 sobre la carrera 13; el entorno de la plaza de Usaquén; la Zona M, en el barrio La Macarena, el Parque de la 93; y algunos restaurantes situados en los alrededores de la capital (IDT, cosas por hacer)¹.

¹ Instituto Distrital de Turismo- IDT

Este año en la ciudad de Bogotá se realizó uno de los eventos más representativos en materia gastronómica el cual se lleva a cabo cada año en el Parque el Virrey y reúne a los mejores Chefs del mundo este evento se llama “Alimentarte Food Festival” y ha sido la puerta de cerca de 200 restaurantes y chefs que se han vinculado para ofrecerle a los residentes una muestra gastronómica de países como Cuba, Perú, Italia, España, Alemania, Suiza entre otros.

Para su versión número 13 el país invitado de honor fue España reconocida por su posición geográfica afortunada al encontrarse situado en la Península Ibérica y estar rodeado de agua; esta situación hace que el pilar fundamental de ellos sea el pescado. El resto de España es un territorio formado por elementos de diversas cadenas montañosas, exuberantes praderas, fértiles huertas y largas costas. (Enforex, 2015)

Y la región insignia de esta versión fueron los Llanos Orientales la cual se caracteriza por platos típicos como la ternera a la llanera o mamona, la cual se prepara asando unos cortes típicos de ternera en un horno de barro durante todo un día, entre otros. (Llano colombiano, 2015)

Los asistentes a Alimentarte tuvieron la oportunidad de degustar la rica gastronomía peruana, además de los platos típicos de diferentes países del mundo y la región y así mismo con este evento de talla internacional se logra explorar la posibilidad de posicionar a Bogotá como un destino gastronómico.

OBJETIVO

General

Analizar el impacto que tiene el Festival Alimentarte 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.

Específicos

- Estimar comportamientos relacionados con la pernoctación de los asistentes al evento en la ciudad, tanto nacionales e internacionales.
- Determinar si la principal motivación de viaje a Bogotá obedece a la asistencia al Festival.
- Medir la satisfacción de los asistentes respecto a las actividades realizadas durante el Festival y frente a la ciudad como anfitriona del mismo.
- Identificar el perfil del asistente al evento, bien sea residente, visitante nacional o internacional a Bogotá.
-

Marco Conceptual

- ✓ **Hábitos de consumo:** Pretende conocer el comportamiento del viajero y del residente, sus prácticas en cuanto a que actividades le gusta realizar en la ciudad, la importancia que tiene sobre él los eventos y actividades.
- ✓ **Satisfacción:** Busca identificar que tan satisfecho se encuentra en cuanto a la organización de este tipo de eventos y la realización de ellos en la ciudad de Bogotá.
- ✓ **Viajero:** Es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración.

- ✓ **Residente:** Son todas aquellas personas que viven permanentemente en un lugar.
- ✓ **Lugar de residencia habitual:** Por lugar de residencia habitual se entiende el lugar geográfico en que la persona reside habitualmente, este concepto permite la clasificación de los visitantes de conformidad con lugar de origen y para la caracterización de su destino (Naciones Unidas, Pagina 11, 2008)², haciendo posible identificar las diferentes formas de turismo, diferente al país de residencia habitual.
- ✓ **Motivo principal del viaje turístico:** El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etc.)
- ✓ **Visitantes:** Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por un período de tiempo no superior a doce meses, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar de la visita.
- ✓ **Visitantes Internos:** Cualquier persona que viaja por espacio inferior a un año a algún lugar dentro del país pero fuera de su entorno habitual y cuyo motivo principal de viaje no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.
- ✓ **Visitantes Internacionales:** Cualquier persona que viaja por espacio inferior a un año a un país distinto del que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual y cuyo motivo principal de viaje no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

² Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo- Naciones Unidas.

Los visitantes internos e internacionales se subdividen a su vez en dos grandes categorías: turistas y visitante del día (excursionistas).

- ✓ **Alojamiento turístico:** Un alojamiento turístico es toda instalación que regularmente (u ocasionalmente) disponga de plazas para que el turista pueda pasar la noche.
- ✓ **Turista:** Visitante que permanece una noche (pernocta) por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o región visitada.
- ✓ **Visitante del día o excursionista:** Aquel visitante que no pernocta en el país visitado. No incluye pasajeros en conexión.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Universo de estudio

Personas mayores de 15 años que asistieron a la XIII versión del Festival Alimentarte, durante el periodo del 15 al 23 de agosto del 2015.

Tipo de investigación

Se diseñó un sondeo a partir de encuestas destinadas a conocer la opinión pública. Esta medición se realizó por medio de muestreos que usualmente se diseñan para representar las opiniones de una población llevando a cabo una serie de preguntas y luego extrapolando generalidades en proporción o dentro de un intervalo de confianza, lo que permite obtener errores en la estimación de variables determinantes máximo del 3% para un porcentaje estimado de la población. En este sentido, el total de encuestas que se aplicaron durante el Festival fueron de 788 efectivas.

Mecanismo de recolección

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

Periodo de recolección

El período de recolección corresponde a los días de duración del evento del 15 al 17 y 22-23 de agosto de 2015, en una franja horaria de recolección establecida, según lo acordado con los organizadores del evento que fue de 12:30 m. a 5:30 p.m.

Aspectos logísticos

La supervisión del trabajo de campo se realizó por parte de una contratista profesional del IDT encargada de coordinar todo el equipo que participó en la recolección de la información en el evento. Además se contó con el apoyo de estudiantes de la Fundación Universitaria Cafam, Guías de Misión Bogotá y encuestadores del Observatorio de Turismo de Bogotá para la aplicación de las encuestas en los escenarios acordados con la organización del festival.

ALIMENTARTE– PRESENTACIÓN

Historia

La Fundación Corazón Verde es una entidad sin ánimo de lucro cuyo propósito es desarrollar iniciativas sociales que buscan mejorar integralmente la calidad de vida de las

viudas y huérfanos de los policías. Sus objetivos primordiales son la educación, la vivienda y la asistencia psicológica.

La Fundación fue creada en 1998 por un grupo de empresarios COLOMBIANOS durante los años 90. Aproximadamente mil policías eran asesinados al año a manos de la delincuencia que sometía al país.

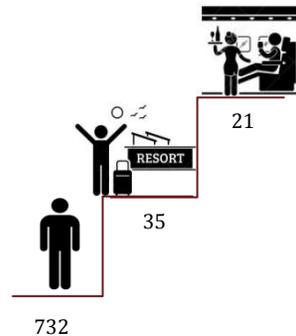
Debido a esta situación que vivía el país surgió Corazón Verde como una entidad privada encaminada a dar amparo a esta comunidad de viudas y huérfanos que habían perdido a su padre y esposo, arrebatado por actos de violencia.

En la actualidad la Fundación cuenta con varios programas sociales los cuales permiten el desarrollo para que cada proyecto sea auto sostenible y se realiza en torno a grandes eventos en el mundo del entretenimiento, Sus actividades aportan a la ciudad eventos con sentido social que pretenden tener un impacto positivo para mejorar la calidad de vida de sus habitantes; éstos proyectos son: Bajo Techo, la cual ha entregado más de 250 viviendas en las principales ciudades del país; Grado Once que ha becado más 5.000 menores de edad para realizar estudios de básica primaria y secundaria; el proyecto Presentes que hace acompañamiento en el manejo del duelo a las viudas y huérfanos de los policías fallecidos en actos servicio; y Alimentarte Food Festival el cual durante un fin de semana le abre la puerta acerca de 200 restaurantes en el Parque el Virrey donde todas las ganancias que se generan durante esas jornadas, están destinadas para apoyar a las familias de los policías colombianos (Fundación Corazón Verde, 2014). “Alimentarte

es un plan familiar en el que disfrutan lo mejor de la gastronomía, a muy buenos precios y donde la participación de cada asistente al evento, hace la diferencia en la vida de las familias de los Policías de Colombia, por eso su slogan, Ayudar Alimenta”, afirmó Cristina Botero, directora de la Fundación Corazón Verde a la revista Semana.

RESULTADOS

Este año en su segunda medición el Observatorio de Turismo de Bogotá en la Investigación de asistentes a de eventos ciudad Alimentarte Food Festival- 2015, evidenció que el 93% de los espectadores encuestados (732) fueron residentes, el 4% fueron no residentes nacionales (35), y el 3% restante fueron no residentes internacionales (21).

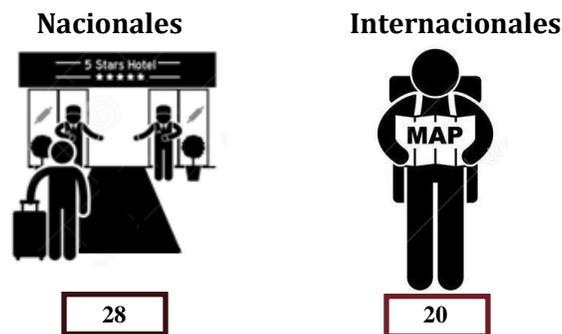


Gráfica 1: Total espectadores por subpoblación

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

En cuanto al total de turistas que pernoctaron en la ciudad, la Investigación evidenció datos interesantes dado que, de las encuestas aplicadas, hubo mayor número de turistas nacionales, lo que equivale a 28 personas, que de turistas internacionales lo que equivale a 20 personas ; y se infiere que esto se debe a las diferentes acciones de promoción nacional que realizó el Ministerio de Comercio Industria y Turismo en el Plan Sectorial de Turismo 2014-2018 el cual fortalece la demanda turística, destacando la Campaña

Nacional de Turismo “*Para todo lo que quieras vivir, la respuesta es Colombia*”, que busca motivar a los colombianos a elegir el país como su destino durante las vacaciones, fines de semana y temporadas turísticas; Adicionalmente, a través del Fondo Nacional de Turismo se realizó una inversión de \$30.400 millones para el apoyo a la promoción de los destinos por medio de eventos de las regiones entre esos Alimentarte Food Festival (DNP,2014)³, la cual le brindó a turistas y locales la oferta de cerca de 150 restaurantes diferentes, con presencia de importantes chefs y reconocidos restaurantes representantes de diferentes partes del mundo, que el primer fin de semana ofrecieron la mejor selección de la comida peruana la cual fue la protagonista con la temática *Mundo Con Boca* y el siguiente fin de semana lo mejor de la comida colombiana con la temática *Colombia Sí Sabe* para demostrar que Bogotá es aún un destino gastronómico.



Gráfica 2: Total turistas

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

Así mismo la encuesta indagó sobre el número de noches pernoctadas en la ciudad. La de mayor representación fue más de 7 noches. De las encuestas aplicadas, 8 turistas internacionales se quedaron en la ciudad más de 7 noches, y para los turistas nacionales fueron 12 de los encuestados, no obstante la principal motivación de llegada de turistas a

³ Departamento, Nacional de Planeación- DNP.

**Investigación de asistentes a eventos de ciudad-
ALIMENTARTE FOOD FESTIVAL 2015**

la ciudad no fue la participación al Festival, sino la visita a familiares y amigos. De este modo Alimentarte y la variada agenda cultural de la ciudad que completaron la experiencia del mes convirtiendo a Bogotá en un destino turístico de gran importancia durante el mes de agosto.

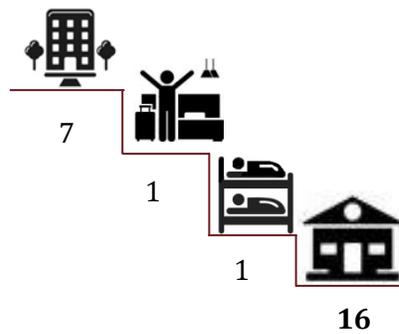


Gráfica 3: Total turistas según noches pernoctadas

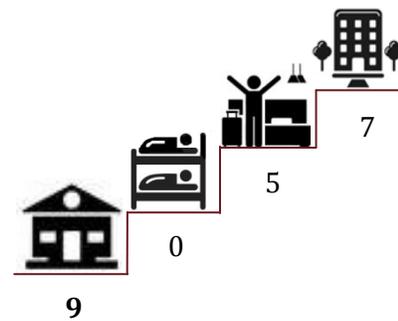
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

Este año el Observatorio de Turismo de Bogotá en la Investigación de asistentes de eventos ciudad Alimentarte Food Festival- 2015 evidenció en las encuestas aplicadas que la mayoría de los turistas que llegan a la ciudad prefieren alojarse en casa de familiares y amigos por comodidad y por minimizar gastos; se infiere que esto obedece a que Bogotá es una ciudad cuyo costo de vida es elevado de acuerdo con el ranking de Costo de Vida a nivel mundial realizado por Expatistan el cual evidencia cuales son las ciudades del mundo más costosas para vivir; en su Edición 2014 (La República, 2014) determinó que Bogotá es la séptima ciudad más cara de Latinoamérica, después de Río de Janeiro que ocupa el primer lugar y el 67 a nivel mundial; Y a pesar de que la capital de la República sigue en el top 100 vale la pena resaltar que perdió 38 puestos con respecto a la medición del año pasado, en la que se encontraba en la posición 60.

Turistas Nacionales



Turistas Internacionales

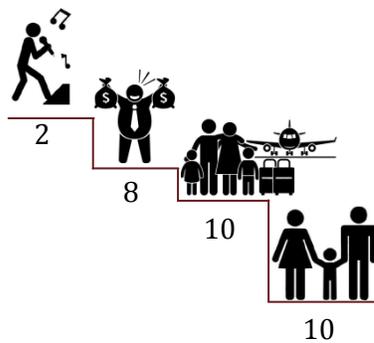


Gráfica 4: Total turistas según tipo de alojamiento

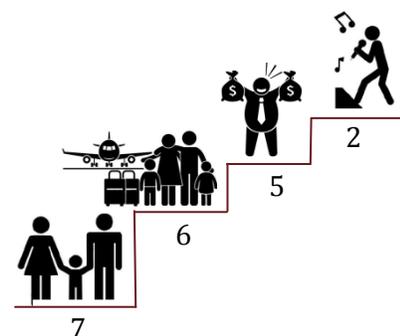
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

En cuanto al principal motivo de viaje la Investigación justificó que los turistas internacionales encuestados visitaron la ciudad por motivos de familiares y amigos lo que equivale a 7 personas de los 48 turistas encuestados lo que equivale al 15%; y el turista nacional por vacaciones/recreación y visita familiares y amigos a lo que equivale a 10 personas (21%).

Turistas Nacionales



Turistas Internacionales



Gráfica 5: Total turistas según motivo de viaje

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

En la siguiente tabla (en la tabla 1) “Total turistas según actividad” los resultados del sondeo evidenciaron que tanto los turistas nacionales como los internacionales pensaron

realizar actividades diferentes a la asistencia al festival, los recorridos por Bogotá ya que la ciudad cuenta con campañas como la que realiza el Instituto Distrital de Turismo denominada “Recorre tu ciudad”. La cual tiene como objetivo afianzar los conocimientos acerca de la riqueza natural, cultural, patrimonial y arquitectónica de Bogotá, con el fin de ofrecer a residentes, visitantes y turistas la oportunidad de valorar aquellos espacios y atractivos turísticos que por sus características propias son merecedores de ser reconocidos y visitados ya que se viene posicionando a nivel nacional.

	Internacionales	Nacionales
Visita a Museos	10	5
Vida nocturna	8	10
Gastronomía	12	8
Compras	10	5
Visita parques	4	5
Recorridos por la ciudad	7	5
Cine	3	1
Otras	5	6

Tabla 1 Total turistas según actividad

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

Otra de las actividades de preferencia por los turistas internacionales encuestados lo que equivale a 10 personas es la visita a museos ya que en la ciudad de Bogotá existen más de 92 museos identificados por la Mesa cultural de Museos; el cual tiene como reto establecer los mecanismos de comunicación y concertación permanente con los agentes, organismos y organizaciones de los sectores que hacen parte de esta mesa.

La satisfacción del cliente evalúa la diferencia que existe entre el servicio esperado y el recibido o experimentado por el cliente, dado que es un proceso dinámico, activo, mínimo, tolerable, deseado y dependiente del entorno para lograr la satisfacción del

cliente se convierte en una cuestión de gran importancia para el destino y las empresas de servicios que en él operan, dado que de ello dependerá que el turista repita su visita, y que realice una comunicación positiva del destino a otros clientes (Román, 2011).

La satisfacción tiene 2 componentes: cognitivo (evaluación de los elementos citados) y afectivo (emociones de los clientes). Pueden resultar emociones positivas o negativas que influirán en la satisfacción del cliente respecto al servicio.

Según la siguiente tabla relacionada con la percepción que tienen los residentes y los turistas sobre la ciudad de Bogotá, tanto para los nacionales como los internacionales, el tema que aún necesita fortalecer y que más adelante se realizarán recomendaciones en las conclusiones del documento es respecto a la disponibilidad de parqueaderos, pues tuvo un promedio de 3,3 debido que no se cuenta con una zona de parqueo disponible en el parque ni a sus alrededores ya que su ubicación esta sobre la carrera 15 y la Autopista Norte.

En cuanto la percepción sobre movilidad los asistentes al evento la calificaron en promedio con 5,61 lo que es evidencia de que los organizadores han realizado una mayor difusión de la información y ya los asistentes saben que cuando se realiza el evento la movilidad por el Parque el Virrey es un poco complicado. Sin embargo, muchos se movilizaron en bicicleta.

**Investigación de asistentes a eventos de ciudad-
ALIMENTARTE FOOD FESTIVAL 2015**

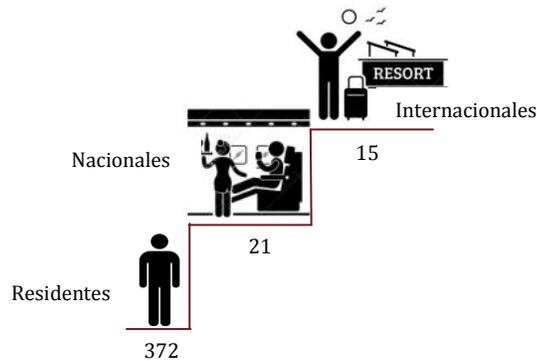
En cuanto a la percepción sobre seguridad y logística el puntaje promedio fue de 7,9; la aglomeración de personas fue calificada con 6,8 y los escenarios con 7,5; eso quiere decir que la Fundación Corazón Verde ha trabajado para que año tras año el Parque el Virrey sea un icono en cuanto a la labor social a favor de las familias de los policías caídos en desgracia aunque en las observaciones los asistentes encuestados en esta segunda medición siguen sugiriendo cambiar el escenario debido al impacto ambiental negativo que sufre el parque una vez termina el evento.

	Residentes	Internacionales	Nacionales
Limpieza de la ciudad	6.98	7.24	6.77
Manejo de ventas ambulantes	6.02	4.48	6.37
Movilidad	5.50	6.24	5.09
Manejo del ruido	6.39	6.00	6.49
Cultura ciudadana	6.14	7.81	5.69
Información turística	5.32	4.62	4.74
Hoteles	5.46	5.90	5.94
Seguridad y logística durante el evento	7.92	8.19	7.71
Escenarios	7.73	7.67	7.34
Aglomeración de personas	6.94	7.14	6.37
Baños	6.05	4.95	5.71
Disponibilidad de parqueaderos	4.03	2.10	3.94

Tabla 2 Promedio calificación percepción de asistentes

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

El Observatorio de Turismo de Bogotá en la variable “Incluyendo esta, a cuantas versiones ha asistido” evidenció que tanto los residentes como los turistas nacionales e internacionales que tuvieron mayor representatividad fueron los que fueron por primera vez al evento.



Gráfica 6: Total espectadores según versiones de asistencia

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

En cuanto a la calificación del evento tanto para los residentes como para los turistas internacionales y para los nacionales afirmaron que es bueno pero que le falta mayor organización en cuanto a la distribución del espacio del parque; los asistentes sienten que le falta publicidad en redes sociales, mesas, sombrillas, zona de parqueaderos para bicicletas y no permitir el ingreso de mascotas o crearles una zona exclusiva para ellos.

	Residentes	Internacionales	Nacionales
Excelente	128	2	6
Bueno	211	4	8
Regular	11	0	0

Tabla 3 Total asistentes según calificación

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

En cuanto a la variable de cómo se enteró de Alimentarte, los familiares y amigos fueron el principal medio de difusión del evento representando el 35% para los residentes, los 43% para los turistas internacionales y 37% para los turistas nacionales; lo cual concuerda con el comportamiento que se viene presentando desde la gráfica 5. Total turistas según motivo de viaje.

**Investigación de asistentes a eventos de ciudad-
ALIMENTARTE FOOD FESTIVAL 2015**

	Residente	Internacional	Nacional
Internet- Redes Sociales	149	2	9
Prensa	78	4	0
Publicidad en la calle	79	3	3
Familiares o amigos	254	9	13
Letrero	21	3	1
Otro	48	0	6
Tradicición	64	0	2
Televisión	20	0	1
Radio	13	0	0

Tabla 4 Total asistentes según como se enteró

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

El Observatorio de Turismo en la Investigación de asistentes a eventos de ciudad, en la pregunta “invitaría a otras personas a ese evento” evidenció que los residentes si invitarían a familiares y amigos a que vengan a la ciudad a este tipo de eventos por motivos como que el plan es chévere, por la comida, por diversión por cultura; y el 4% de los turistas nacionales lo haría por que las otras personas conozcan que no solo asistan al evento sino que realicen otras actividades, por la diversidad gastronómica que tiene el evento.

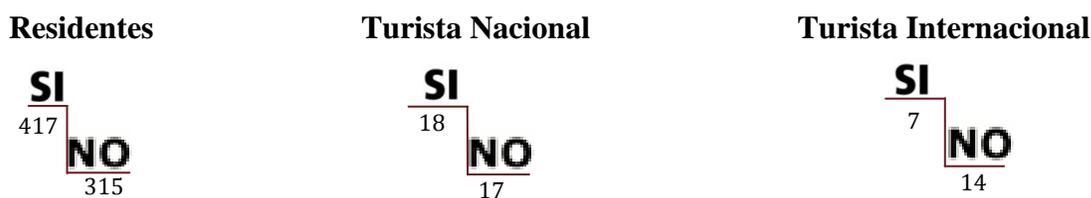


Gráfica 7: Total asistentes que invitarían o no familiares o amigos al evento

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

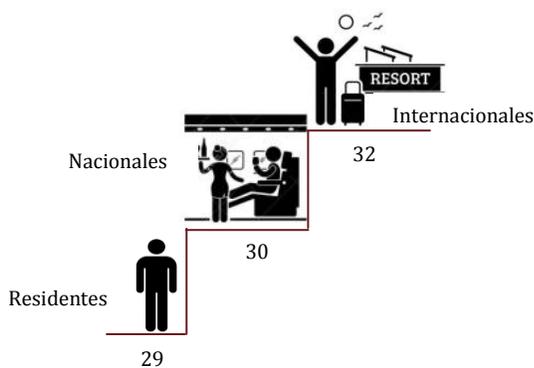
En cuanto a la pregunta ¿si conocen el fin social que tiene Corazón verde? el 53% de los residentes encuestados, lo que equivale a 417 personas, sí conoce el fin social que existe tras el evento; el 2% de los turistas internacionales encuestados no conoce el fin social

que tiene la Fundación y es el motivo por el cual año a año asisten a este evento; los encuestados que no conocían el fin social del evento sugirieron que se realizarán pancartas o folletos donde se publicara el objetivo social de Alimentarte para que las mismas personas se animaran más a contribuir y que no quedara como un festival gastronómico más de la ciudad de Bogotá o que asistieron porque iban pasando.



Gráfica 8: Total asistentes que conocen el fin social de Corazón Verde
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

En cuanto a la variable de edad, este año el Observatorio de Turismo de Bogotá no midió esta variable por rango de edad sino que se les preguntó a los asistentes su edad puntual y a continuación se presenta el promedio de las edades más representativas.



Gráfica 9: Promedio asistentes según edad
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

Así mismo la investigación evidenció que de los encuestados los residentes fueron los que tuvieron mayor representación siendo las mujeres las de mayor participación; y en

cuanto a los turistas tanto nacionales como los internacionales el género masculino tuvo mayor representación con el 2% respectivamente.



Gráfica 10: Total asistentes según sexo

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

Gracias al trabajo organizado por las personas de los sectores LGBT en Bogotá con el acompañamiento de la administración Distrital, se logró expedir el Decreto 608 del 28 de diciembre de 2007 y el Acuerdo 371 de 2009 por el cual se establecieron los lineamientos de la Política Pública que garantizan los derechos plenos de las personas lesbianas, gays bisexuales y transgeneristas - LGBT - y sobre identidades de género y orientaciones sexuales en el Distrito Capital (SDIS)⁴.

El instituto Distrital de Turismo está comprometido con la caracterización del sector es por ello que se incluye la variable de identidad de género en esta investigación. Por tener las características anteriormente presentadas, la política pública LGBT pretende garantizar el ejercicio pleno de derechos a las personas de estos sectores como parte de la producción, gestión social y bienestar colectivo de la ciudad mediante acciones como la promoción de una cultura ciudadana basada en el reconocimiento, garantía y restitución del derecho a una vida libre de violencias y de discriminación por identidad de género y

⁴Secretaría Distrital de Integración Social- SDIS.

orientación sexual (SDP)⁵entre otras. Aunque la pregunta para las personas entrevistadas aun genera un poco de recelo la Secretaria Distrital de Planeación y la Secretaria Distrital de Integración social le solicitaron al IDT identificar la población para generar resultados que serán presentados para el análisis, la discusión y el uso de interesados en el tema; de tal manera que el ejercicio podría ser tomado como punto de referencia en la investigación de este tipo de eventos y que es vital continuar trabajando en la implementación de dicha política.

A continuación se muestran los resultados de las variables “Con cuál género se identifica” y “Usted se reconoce como” estos aspectos son el punto de partida para futuras mediciones y desarrollos sobre esta materia.

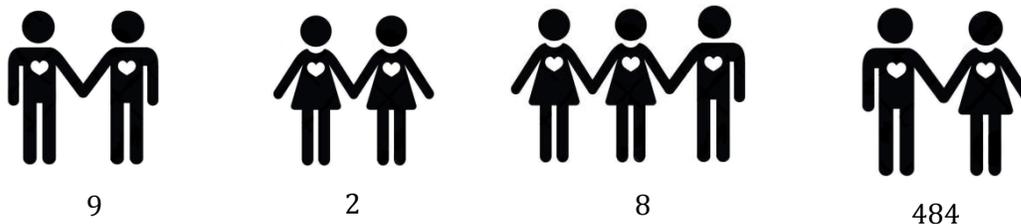
	Residente	Internacional	Nacional
Masculino	313	10	15
Femenino	303	7	15
Ns/Nr	90	2	3

Tabla 5 Total asistentes según género

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

Las siguientes graficas muestran la variable según se reconoce

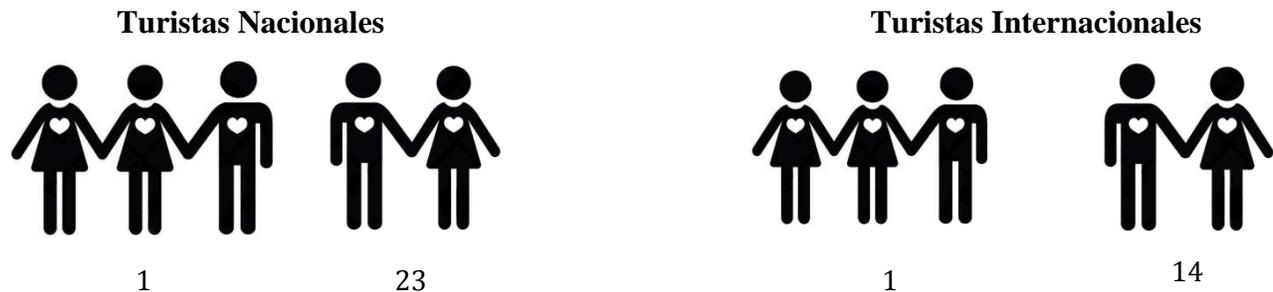
Residentes



Gráfica 11 Total residentes según se reconoce

Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

⁵Secretaria Distrital de Planeación Bogotá- SDP.



Conclusión

Después de realizada esta investigación se puede afirmar que aunque Alimentarte Food Festival cuenta con un número de asistentes significativo las personas evidenciaron que el evento aún tiene temas débiles que es vital continuar fortaleciendo y dieron sugerencias a los organizadores del evento, como temas relacionados con la movilidad, la seguridad, el sitio, la disposición de los escenarios y el espacio en general, el posicionamiento de la actividad como una labor social, y otras, de ahí la importancia de desarrollar un sondeo sobre la percepción de los asistentes a fin de mejorar el evento y lograr posicionarlo como parte del producto turístico gastronómico de la ciudad.

Aunque el evento ya cuenta con una consolidación como un producto turístico cultural asociado con la imagen de Bogotá como una ciudad cosmopolita y con potencial gastronómico, es importante continuar fortaleciendo la promoción y difusión del mismo, dado que según la investigación desarrollada por el Observatorio de Turismo de Bogotá la calificación de la organización del evento es aún un punto débil según lo manifestaron los entrevistados en aspectos asociados a la difusión y la información sobre el mismo, es así como se señaló como debilidad el no tener una página oficial del evento, con una campaña de expectativa, no se contó con información suficiente para tener accesibilidad

en cuanto horarios, boletería, tipos de comida, entre otros. En cuanto a twitter y facebook no se evidenció un marketing digital impactante para los asistentes.

Los entrevistados sugieren algunos temas a los organizadores del evento para la continuidad del mismo; es vital buscar una nueva ubicación para el evento pues el parque el Virrey es muy pequeño para la cantidad de restaurantes y de personas que se presentan en Alimentarte y dejan poco espacio de circulación, la señalización dentro del evento ya que no es suficientemente claro en donde queda cada cosa sino que tienes que recorrer todo el parque para ubicarte, mayor silletería y mesas ya que en hora de almuerzo era complicado encontrar alguna mesa desocupada, es vital implementar espacios por si llueve, mejorar los precios de los platos y temas logísticos en general como se amplió en la gráfica 9 calificación del evento.

Como se mencionó en la **gráfica 6 total turistas según actividad**, el IDT desde la Subdirección de Gestión del Destino está trabajando en la consolidación del producto turístico gastronómico y está contemplando estrategias como *“Estudios de mercado, Consulta y colaboración con los interesados a través de la conformación de una mesa técnica de turismo gastronómico de la ciudad, Actualización del inventario de atractivos turísticos relacionados con la gastronomía, Identificación de productos insignia, Creación de circuitos, rutas y eventos, Promover el desarrollo de la cadena de valor del turismo gastronómico en la ciudad, Generación, fortalecimiento y divulgación de eventos gastronómicos locales, nacionales e internacionales, Cualificación de la oferta en las zonas gastronómicas existentes y en las emergentes, Generar información estadística*

**Investigación de asistentes a eventos de ciudad-
ALIMENTARTE FOOD FESTIVAL 2015**

*sobre este segmento, Diseño y desarrollo de acciones de marketing y promoción,
Desarrollo de recursos humanos” (IDT,2014)*

Referencias

Enforex, Historia de la cocina Española, Recuperado de:

<http://www.enforex.com/espanol/cultura/historia-cocina-espanola.html>

Llano Colombiano, Gastronomía de los Llanos Orientales, Recuperado de:

<https://llanocolombiano.wordpress.com/gastronomia-de-los-llanos-orientales/>

Colombia, (2015), Bogotá el corazón de los Andes- Qué comer, Recuperado de:

<http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/andina/bogota>

Instituto Distrital de Turismo, Bogotá Gastronómica, Recuperado de:

<http://www.bogotaturismo.gov.co/pagina-area/gastronomia>

Fundación Corazón Verde, (2014), Recuperado de:

<http://fundacioncorazonverde.com/Contenido/Default.aspx?Id=341b>

Revista Semana, Festival gastronómico Alimentarte vuelve a Bogotá, Recuperado de:

<http://www.semana.com/Imprimir.aspx?idItem=352112>

PLANB.COM.CO, Alimentarte (2014), Recuperado de:

<http://www.planb.com.co/bogota/restaurantes-en-bogota/evento/alimentarte-2014/67989>

Departamento, Nacional de Planeación, Plan Sectorial de Turismo 2014- 2018-

“Turismo: herramienta de apoyo para la construcción de la paz en Colombia”, (2014),

Recuperado de:

[PROPUESTA PRELIMINAR PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2014-2018.pdf](#)

Invest in Bogotá, Alimentarte Food Festival, Recuperado de:

<http://es.investinbogota.org/alimentarte-food-festival>

Secretaria Distrital de Movilidad, (2014), Afectaciones viales por evento “Alimentarte Virrey Food Festival 2014”, Recuperado de:

<http://www.movilidadbogota.gov.co/?pag=1863>

Movida Capital, (2014), Fundación Corazón Verde organiza festival gastronómico en Bogotá, Recuperado de: <http://movidacapital.com/gourmet-137-2014/>

Secretaria Distrital de Integración Social, Política Publica LGBT, Recuperado de:

http://www.integracionsocial.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=92&Itemid=40

Secretaria Distrital de Planeación Bogotá, Política pública para la garantía plena de los derechos de las personas LGBTI y sobre identidades de género y orientaciones sexuales del distrito capital, Recuperado de:

<http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/SeguimientoPolíticas/políticasLGBTI/QueEs>

