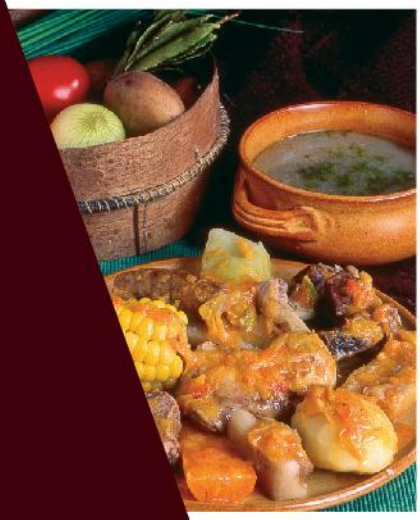
BOGOTÁ



INVESTIGACIÓN DE ASISTENTES A EVENTOS DE CIUDAD:

ALIMENTARTE 2014

idt INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ HUMANA

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, Arturo Bravo, Erica Indira Ortega Orozco, Subdirección de Gestión del Destino

Colaboradores:
Fundación Corazón Verde, Fundación Universitaria Cafam

Foto portada:
Archivo fotográfico IDT.

Diseño:
Laura Esmeralda Garzón

Contacto:
Instituto Distrital de Turismo
www.bogotaturismo.gov.co
2170711 Ext. 111- 135

Bogotá, Octubre 2014

Tabla de contenido

PRESENTACIÓN **5**

INTRODUCCIÓN **6**

OBJETIVO **9**

GENERAL 9

ESPECÍFICOS 10

MARCO CONCEPTUAL **10**

ASPECTOS METODOLÓGICOS **12**

UNIVERSO DE ESTUDIO 12

TIPO DE INVESTIGACIÓN 12

MECANISMO DE RECOLECCIÓN 12

PERIODO DE RECOLECCIÓN 13

ASPECTOS LOGÍSTICOS 13

ALIMENTARTE– PRESENTACIÓN **13**

RESULTADOS **15**

CONCLUSIÓN **34**

REFERENCIAS **36**

Tabla de gráficas

Gráfica1: Total espectadores por subpoblación 16

Gráfica 2: Total turistas 17

Gráfica 3: Total turistas según noches pernoctadas 19

Gráfica 4: Total turistas según tipo de alojamiento 20

Gráfica 5: Total turistas según motivo de viaje 21

Gráfica 6: Total turistas según actividad 23

Gráfica 7: Promedio calificación percepción de turistas 25

Gráfica 8: Total turistas según versiones de asistencia 26

Gráfica 9: Total turistas según calificación 27

Gráfica 10: Total turistas según como se enteró 27

Gráfica 11: Total turistas que invitarían o no familiares o amigos al evento 28

Gráfica 12: Total turistas que conocen el fin social de Corazón Verde 29

Gráfica 13: Total turistas asistentes a otros festivales gastronómicos 30

Gráfica 14: Total turistas según edad 30

Gráfica 15: Total turistas según género 31

Gráfica 16: Total turistas según orientación 33

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 12 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 Bogotá" se complace en presentar la primera medición de ALIMENTARTE FOOD FESTIVAL; uno de los eventos emblemáticos con 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

INTRODUCCIÓN

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.

Este complejo mestizaje encuentra su expresión no sólo en las tradiciones, artesanías y gastronomía colombianas, sino también en sus artes desde la arquitectura, la pintura y la escultura hasta la literatura, el cine y la fotografía, pasando por la música, la danza y el teatro. (Proexport, Colombia)

Bogotá pretende tener en los principales elementos gastronómicos colombianos y regionales la mezcla de ingredientes indígenas y españoles con formas de preparación africana, árabe y española. Bogotá es una ciudad cosmopolita en cuanto a gastronomía se refiere. Así, además de restaurantes especializados en comidas típicas bogotanas, los hay también que ofrecen menús de otras regiones del país, o cocina de diferentes partes del mundo. Existen restaurantes para todos los presupuestos.

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.

El Chef François Cornelis (2014) reconoce la potencialidad gastronómica de Bogotá dada su amplia y variada oferta que va desde platos típicos colombianos hasta la más variada cocina gourmet internacional, de modo que la visita a las zonas gastronómicas es una visita obligada para los turistas que arriban a Bogotá, adicionalmente es importante el papel que desempeña la gastronomía dentro de la industria turística, porque comer y dormir son las principales necesidades de un turista. Así mismo se convierte en uno de los principales motivos para visitar un destino. Una buena comida, atención, accesibilidad pueden no dejarte salir de un lugar y visitarlo en repetidas ocasiones.

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. En la actualidad se tienen 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].

Otra de las razones de la constante evolución que ha venido presentando la ciudad en materia gastronómica es que los medios de comunicación han jugado un rol importante en la promoción de Bogotá como un destino turístico ya que utilizan el atractivo gastronómico local que se tiene para la creación de imágenes en los turistas. Dado que el turismo es un producto intangible que requiere desplazarse hacia el destino para hacer

[1] Instituto Distrital de Turismo- IDT

efectiva la experiencia recreativa y es necesario crear una imagen en la mente del turista potencial para que no solo visite sino que adicional recomiende el destino.

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 12 el país invitado de honor fue Perú internacionalmente reconocido por su riqueza gastronómica, considerada como una de las más variadas y ricas del mundo. Gracias a la herencia de aproximadamente 5.000 años de historia pre-incaica, incaica y a la inmigración española, africana, chino-cantonesa, japonesa e italiana principalmente hasta el siglo XIX, la cual reúne y mezcla la comida y los exquisitos sabores de cuatro continentes, ofreciendo una variedad inigualable e impresionante de platos típicos de arte culinario peruano en constante evolución, imposible de enumerarlos en su totalidad y la cual lo hace ser un elemento especial en la gastronomía de su país.

El World Travel Awards es una organización que durante 16 años ha reconocido, premiado y celebrado la excelencia en todos los sectores de la industria de los viajes, el turismo global y hospitalidad así mismo son considerados como los Oscar del turismo;

para esta ocasión Perú ha sido premiado ya por 2 años consecutivos como el mejor destino para realizar turismo gastronómico del mundo (El Comercio, 2013) Para el presidente de la Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega) Bernardo Roca Rey, este reconocimiento fortalece el desarrollo del turismo en el país adicional que contribuye con la identidad nacional y a impulsar la inclusión social entre los cocineros y los campesinos (El País, 2013).

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 valida 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.

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.

[2] Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo- Naciones Unidas.

- ✓ **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 XII versión del Festival Alimentarte, durante el periodo del 16 al 24 de agosto del 2014.

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 1.505.

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 16 al 18 y 23-24 de agosto de 2014, en una franja horaria de recolección establecida, según lo acordado con los organizadores del evento que fue de 1:00 p.m. a 5:00 p.m.

Aspectos logísticos

La supervisión del trabajo de campo se realizó por parte de dos contratistas profesionales del IDT encargados 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 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 150 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

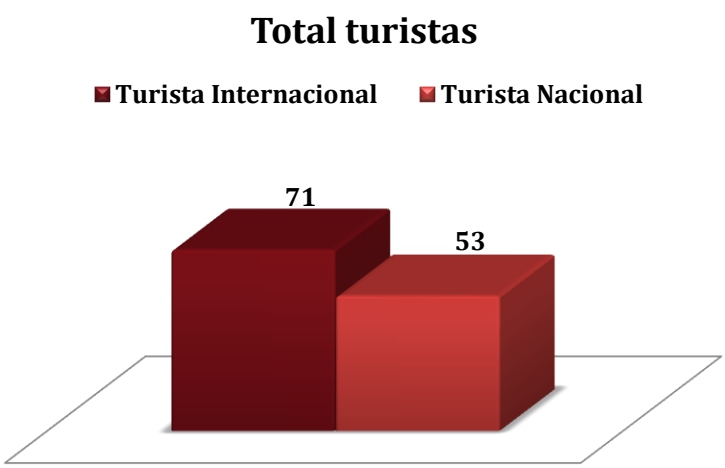
El parque El Virrey volvió a ser el escenario del festival gastronómico de mayor relevancia de la ciudad. Fue el encuentro de restaurantes, chefs, conocedores y amantes de la comida en general y que además deleitar los paladares, sirvió para apoyar la labor de la Fundación Corazón Verde. Hoy en día Alimentarte es reconocido como el evento gastronómico más importante en la agenda cultural de la capital colombiana y es catalogado como un motor generador de recursos que ayuda a soportar los proyectos de inversión social (PlanB, 2014).

Este año el Observatorio de Turismo de Bogotá en la Investigación de asistentes de eventos ciudad Alimentarte Food Festival- 2014 evidenció que el 90% de los espectadores encuestados fueron residentes lo que equivale a 1361 personas, el 5% fueron no residentes nacionales lo que equivale 71 personas y el 5% restante fueron no residentes internacionales lo que equivale a 73 personas.

Gráfica1: 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 de asistentes a eventos de ciudad Alimentarte Food Festival- 2014 evidenció datos interesantes dado quede las encuestas aplicadas hubo mayor número de turistas internacionales lo que equivale a 71 personas que de turistas nacionales lo que equivale a 53 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; mediante la publicación de la Guía Colombia que incorpora información de destinos y productos a nivel nacional; emisión de un programa de televisión de 52 capítulos de los diferentes destinos turísticos de Colombia, por el Canal Uno; la publicación de 32 guías turísticas departamentales en versión impresa y digital en page flip; desarrollo de mapas temáticos de Turismo de Naturaleza, Pueblos Patrimonio y

Salud y Bienestar al igual que un calendario nacional de ferias y fiestas; publicación de guías especializadas en avistamiento de ballenas y turismo religioso, entre otros. 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.

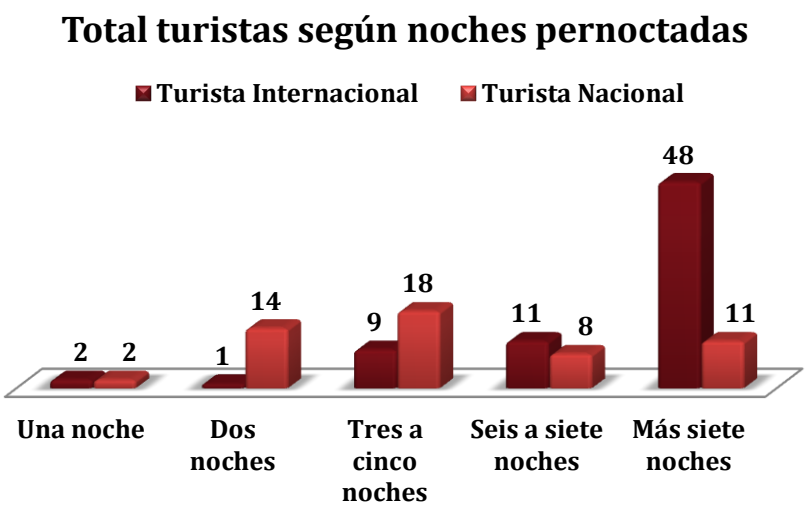


Gráfica 2: Total turistas
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

[3] Departamento, Nacional de Planeación- DNP.

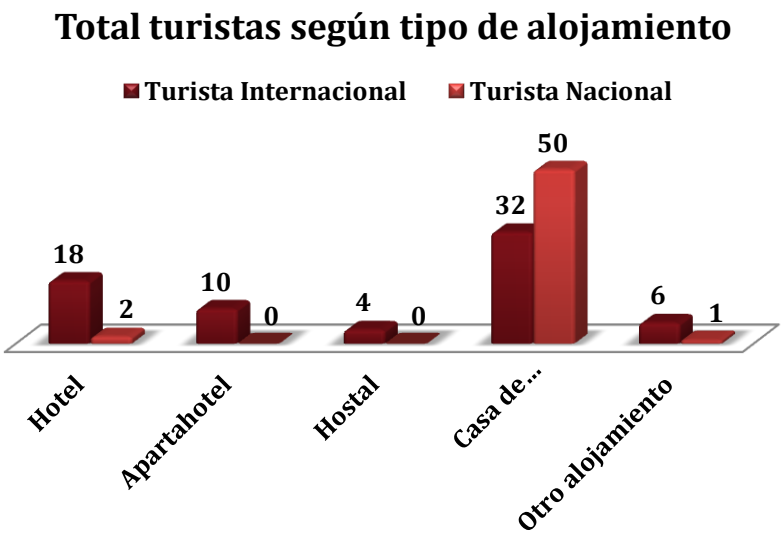
Así mismo la encuesta indagó sobre el número de noches pernoctadas en la ciudad la de mayor representación fue más de 7 noches, no obstante la principal motivación de llegada de turistas a la ciudad no fue la participación al Festival sino la visita a familiares y amigos, de este modo Alimentarte y la 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.

Otros eventos que completaron la oferta gastronómica fueron **Alimentarte Restaurant Week**, el cual tuvo lugar durante dos semanas, del 15 al 29 de agosto e invito a 15 chefs internacionales y nacionales para que diseñaran y ejecutaran durante una noche cada uno, un menú en alguno de los restaurantes de mayor prestigio de la ciudad (Invest in Bogotá). Además se realizó el **Foro Gastronómico Alimentarte 2014**. Este evento estuvo dirigido a empresarios, inversionistas, expertos y estudiantes del sector, así como a amantes de la gastronomía; Se dictaron conferencias y adicional desarrollaron talleres prácticos en diferentes restaurantes de la ciudad y como novedad este año contó con una zona gastronómica especial para los niños, donde su protagonista fue Carlos Vives con su programa "Los cuentos de Pombo" además de una programación que incluyó actividades para hacer recetas como: decora tu Cupcake, arma un pincho de gomas, diseña un muñeco de frutas y decora un huevo de pascua.



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- 2014 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.



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 el Observatorio de Turismo de Bogotá en la Investigación de asistentes de eventos ciudad Alimentarte Food Festival- 2014 justificó que los turistas internacionales encuestados visitaron la ciudad por motivos de familiares y amigos lo que equivale a 20 personas; y el turista nacional por vacaciones y recreación lo que equivale a 17 personas.

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 gráfica "Total turistas según actividad"se comprobó que tanto los turistas nacionales como los internacionales pensaron realizar entre sus actividades diferentes a la asistencia al festival recorridos por Bogotá ya que la ciudad cuenta con campañas como la que realizó el Instituto Distrital de Turismo en el año 2011 denominada "Recorre tu ciudad". Y que con esta acción se quiso 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; además existen diferentes empresas que ofrecen actividades como: Tour Fernando Botero, Tour de Esmeraldas Colombianas, Bogotá LGBTI tours, Tour gastronómico por Bogotá entre otros. Y sin dejar de un lado el Turisbog una empresa dedicada al turismo por la capital el cual es un

bus de dos pisos, con capacidad para 64 personas y el cual se encarga de realizar un recorrido por los lugares más importantes de la ciudad.

Otra de las actividades de preferencia por los turistas internacionales encuestados lo que equivale a 39 personas es la actividad gastronómica como se amplió en la gráfica 2 del total de turistas la agenda tan variada con la que contó el evento. La Subdirección de Gestión de Destino está proyectando a Bogotá como un destino gastronómico pero "*primero requiere poseer las mismas condiciones de cualquier destino turístico, esto es: una infraestructura turística adecuada, conformada por buenas vías de acceso, servicios públicos adecuados, condiciones de seguridad y salubridad óptimas; una buena planta de servicios turísticos: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, empresas de transporte, guías de turismo, etc.; y una buena oferta de atractivos turísticos, bien sea culturales o naturales"* (IDT,2014) En las conclusiones se ampliará más el tema de cómo desde el IDT se está trabajando para que la ciudad sea potencializada como producto turístico gastronómico.

Gráfica 6: Total turistas según actividad
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

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).

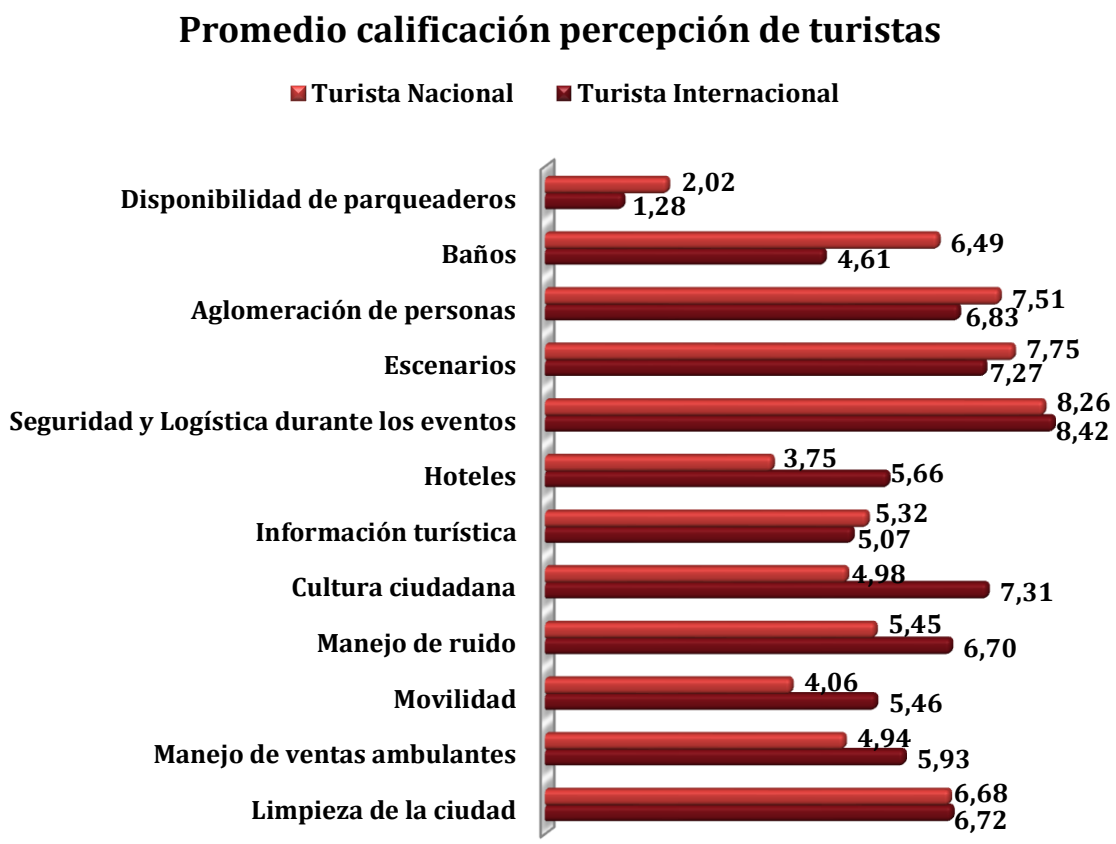
La satisfacción tiene 2 componentes: cognitivo (evaluación de los elementos citados) y afectivo (emociones de los clientes). Pueden resultar emociones positivas o negativas que influirán en la satisfacción del cliente respecto al servicio.

Según la siguiente gráfica relacionada con la percepción que tienen 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 parqueadero pues tuvo un promedio de 2,02 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.

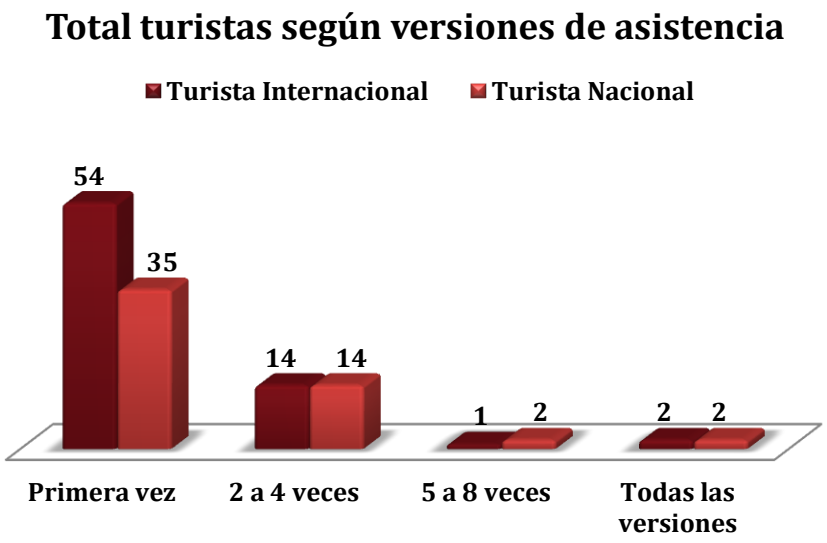
En cuanto la percepción sobre movilidad los asistentes al evento la calificaron en promedio con 4,76 lo que es evidencia de que los organizadores deben realizar una mayor difusión de la información que le permita a las personas conocer las medidas, estrategias, alternativas y actividades necesarias para minimizar el impacto generado en las condiciones habituales de movilización y desplazamiento de los usuarios de las vías. Debido que por la magnitud del evento se ha acordado con la Secretaria Distrital de Movilidad realizar afectaciones viales y/o del espacio público desde las 11:00 a.m. hasta las 8:00 p.m. durante los días de evento, es importante resaltar que no se realiza el cierre total de la vía, ni la afectación a la circulación habitualde transporte público colectivo, transporte público masivo y SITP, por lo cual no da a lugar a desvíos (Secretaria Distrital de Movilidad, 2014).

En cuanto a la percepción sobre seguridad y logística, aglomeración de personas y los escenarios, la evaluación de los asistentes es de 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 en favor de las familias de los policías caídos en desgracia aunque en las observaciones los asistentes encuestados sugieren cambiar el escenario debido al impacto ambiental negativo que sufre el parque una vez termina el evento.



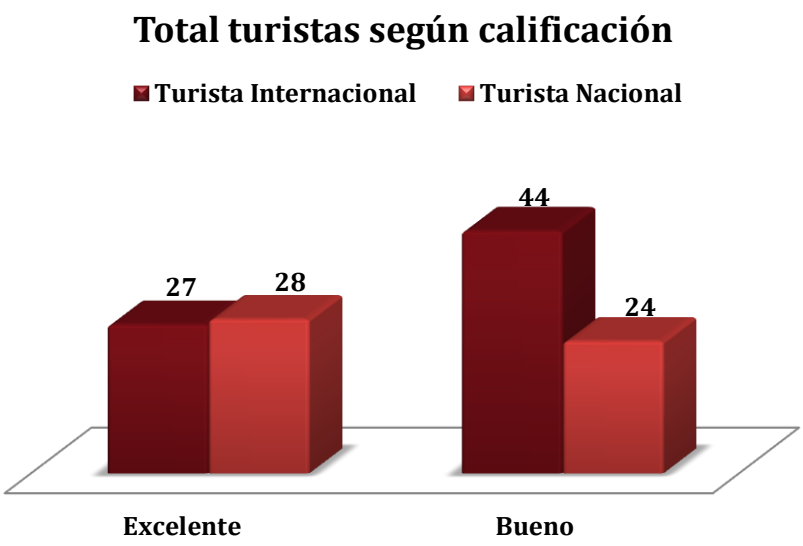
Gráfica 7:Promedio calificación percepción de turistas
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

El Observatorio de Turismo de Bogotá en la Investigación de asistentes de eventos ciudad Alimentarte Food Festival- 2014 evidenció que de los turistas encuestados el 4% fueron internacionales lo que equivale a 54 personas y el 2% fueron nacionales lo que equivale a 35 personas asistieron por primera vez a Alimentarte y como se amplió en la gráfica 5: total turistas según principal motivo de viaje estaban en la ciudad visitando familiares y amigos y ellos los llevaron al evento; el otro 1% restante tanto de nacionales como de internacionales lo que equivale a 14 personas encuestadas han asistido de 2 a 4 versiones; porque ya todos los ciudadanos esperan la fecha para deleitarse con un fin de semana lleno de gastronomía y un buen fin social.



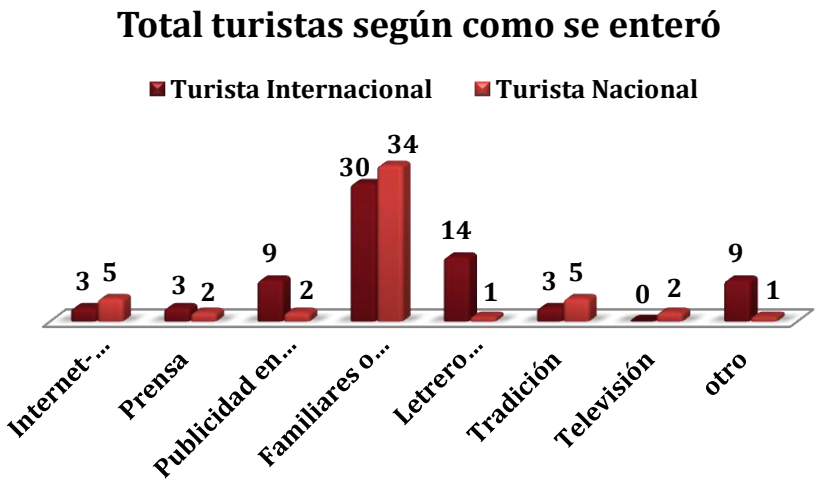
Gráfica 8: Total turistas según versiones de asistencia
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

En cuanto a la calificación del evento el turista internacional afirmó que es bueno pero que le falta mayor organización en cuanto a la distribución del espacio del parque; además notaron que en esta versión no hubo presentaciones musicales; esenciales para dispersarse y pasar una tarde agradable en familia; agregaron que se debe seguir mejorando en el tema de los precios, haciéndolos más asequibles para todos los asistentes para así contribuir con el objeto social que tiene el evento, es vital mejorar la oferta de boletería para facilitar su adquisición ya que los datafonos del parque no funcionaban y que las que quedaron no sirvieron para el siguiente fin de semana.



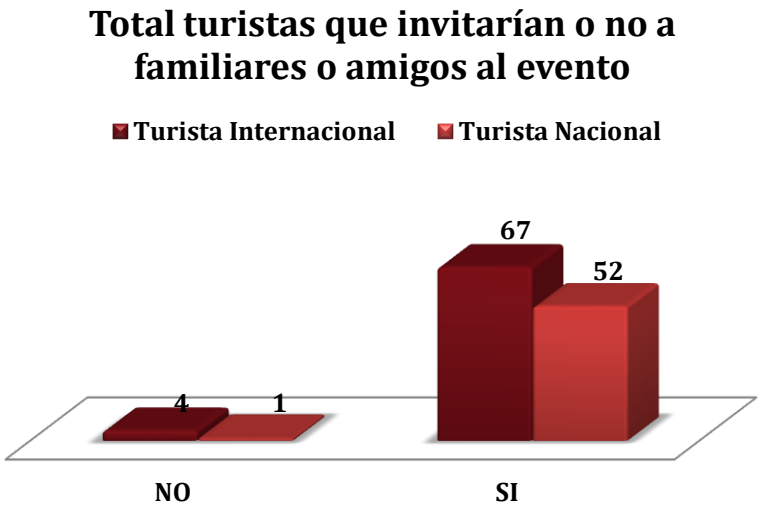
Gráfica 9: Total turistas según calificación
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

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 2% de los turistas encuestados lo que equivale a 30 personas internacionales y 34 personas nacionales; lo cual concuerda con el comportamiento que se viene presentando desde la gráfica 5. Total turistas según motivo de viaje.



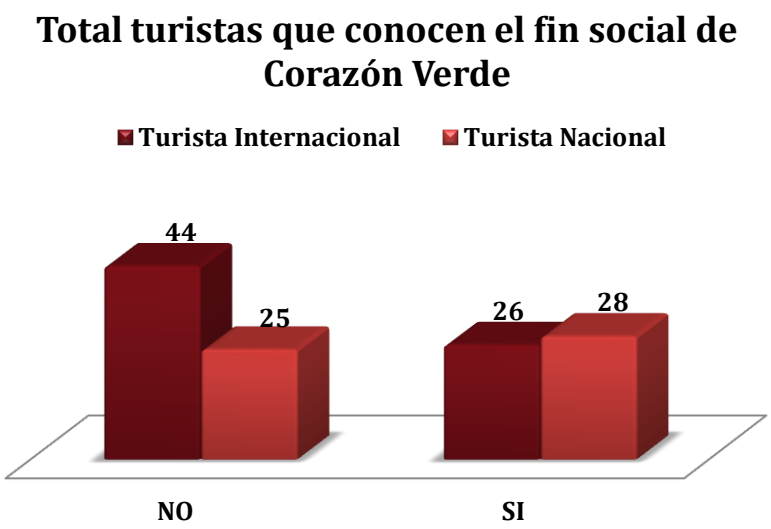
Gráfica 10: Total turistas según como se enteró
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

El Observatorio de Turismo en la Investigación de asistentes a eventos de ciudad en la pregunta si invitaría a otras personas a ese evento evidencio que el 4% de los turistas internacionales si lo haría por motivos como que vale la pena, es variado, no se realiza en otras ciudades, es un plan familiar entre otros; y el 3% 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.



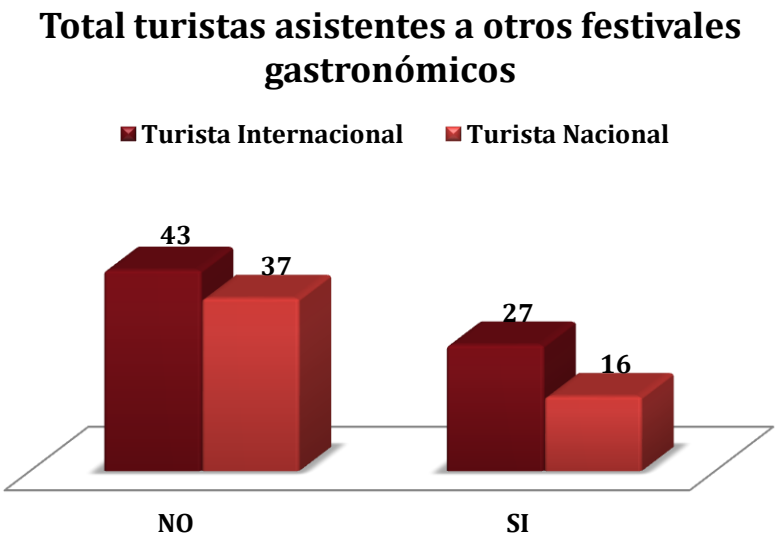
Gráfica 11: Total turistas que invitarían o no familiares o amigos al evento
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

En cuanto a la pregunta ¿si conocen el fin social que tiene Corazón verde? el 3% de los turistas internacionales encuestados no lo conoce y el 2% de los turistas nacionales encuestados si 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 conocian el fin social del evento suguirieron 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.



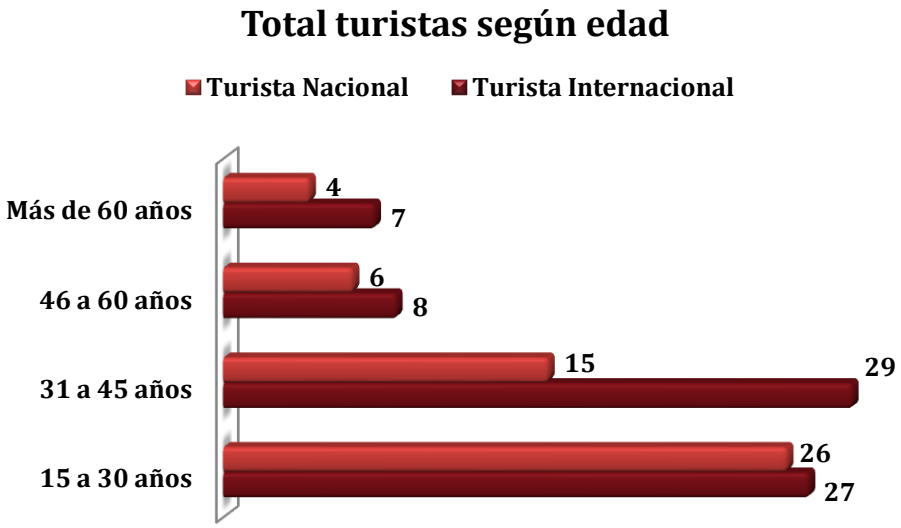
Gráfica 12: Total turistas que conocen el fin social de Corazón Verde
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

En la pregunta No 13 ha asistido a otros festivales gastronómicos se evidenció que tanto el turista nacional como el internacional no conoce de festivales gastronómicos que se realicen en la ciudad de Bogotá. Además que la ciudad se ha venido posicionando como un destino gastronómico es vital fortalecer y posicionar eventos como Festival Gourmet 137 el cual fue una idea de Cristina Botero Directora Ejecutiva de la Fundación Corazón verde la cual organiza este festival año tras año en el Parque Nueva Autopista, ubicado en la Calle 137 entre la Autopista Norte y la Avenida Carrera 19 con una agenda cultural para todas las edades que incluye: teatro, cuenteros, actos circenses, bailes, entre otros, y con horario desde las 10 de la mañana hasta las 10 de la noche (Movida Capital, 2014) Y el cual es reflejo del desarrollo que ha tenido en los últimos quince años el sector gastronómico en la capital, donde es posible encontrar tipos de cocina como: cocina de autor, comida de mercado, comida alternativa, comida rápida, gastronomía italiana, coreana, iraní, cubana, francesa, española, india, entre otras.



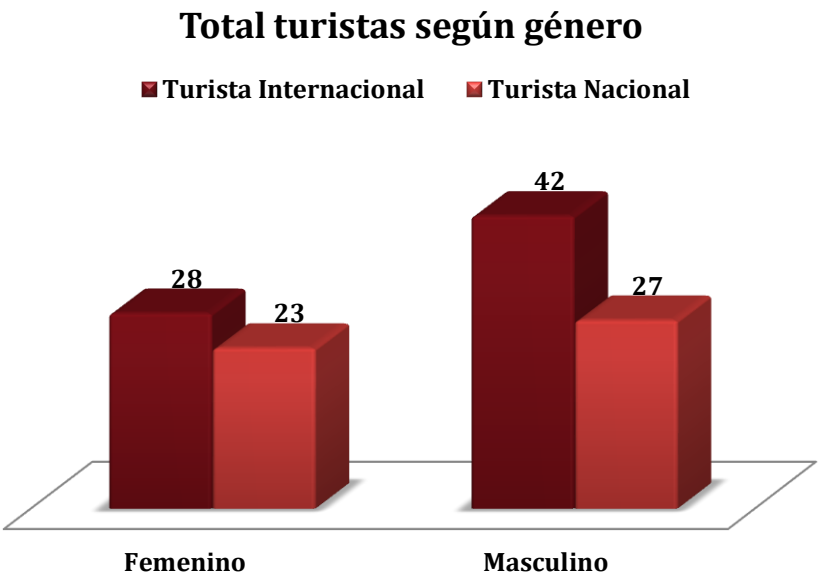
Gráfica 13: Total turistas asistentes a otros festivales gastronómicos
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

El Observatorio de Turismo de Bogotá en la Investigación de asistentes de eventos ciudad evidenció que los turistas que más asistieron al festival fueron en el rango de edad de 15-30 seguido del rango de 31-45 años.



Gráfica 14: Total turistas 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 turistas internacionales de género masculino tuvieron una representación del 3% y los turistas nacionales de género femenino tuvieron una representación del 2%.



Gráfica 15: Total turistas según género
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

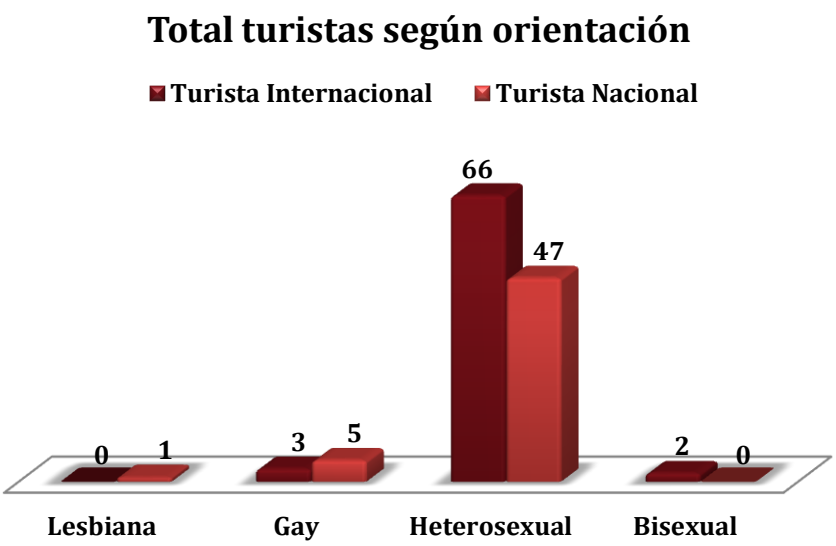
Gracias al trabajo organizado por las personas de los sectores LGBT en Bogotá en acompañamiento de la administración Distrital, se logró expedir el Decreto 608 del 28 de diciembre de 2007 y el Acuerdo 371 de 2009 por el cual se establecen los lineamientos de la Política Pública que garantizan los derechos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

[4]Secretaria Distrital de Integración Social- SDIS.

Se incluye la pregunta de identidad de género en esta investigación en el marco de identificación de la demanda de turismo, desde el análisis de producto turístico LGBTI que fue asignado al IDT en el marco de lo establecido en la acción No 41 del decreto 062 de Febrero 7 de 2014, en donde se plantea *"Promover a Bogotá como un destino turístico incluyente para las personas de los sectores LGBTI, desarrollando productos y servicios acordes con las necesidades de estos sectores sociales"*. Sin duda este aspecto es el punto de partida para futuras mediciones y desarrollos sobre esta materia.

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 orientación sexual (SDP)[5]entre 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.

[5]Secretaria Distrital de Planeación Bogotá- SDP.



Gráfica 16: Total turistas según orientación
Fuente: Investigación de asistentes a eventos de ciudad - Observatorio de Turismo de Bogotá. Cálculos IDT

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

Referencias

Proexport Colombia, Cultura Colombiana, Recuperado de: http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/cultura

Instituto Distrital de Turismo, Bogotá Gastronómica, Recuperado de: http://www.bogotaturismo.gov.co/pagina-area/gastronomia

Instituto Distrital de Turismo, (2014), Gastronomía de calidad, Recuperado de: http://www.bogotaturismo.gov.co/noticias/gastronom-de-calidad

Instituto Distrital de Turismo, Bogotá Gastronómica, Recuperado de: http://www.bogotaturismo.gov.co/pagina-area/gastronomia

El Comercio Economía, (2013), Perú es el Mejor Destino Culinario del Mundo por segundo año consecutivo, Recuperado de: http://elcomercio.pe/economia/peru/peru-mejor-destino-culinario-mundo-segundo-ano-consecutivo-noticia-1667389

El País Economía, (2013), Perú celebra su designación como el mejor destino culinario del mundo, Recuperado de: http://economia.elpais.com/economia/2013/12/03/agencias/1386111151_082897.html

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

LAREPUBLICA.CO, (2014), Bogotá es la séptima ciudad más cara de Latinoamérica, Recuperado de: http://www.larepublica.co/economia/bogot%C3%A1-es-la-s%C3%A9ptima-ciudad-m%C3%A1s-cara-de-latinoam%C3%A9rica_99986

Román, (2011), D, La percepción de la calidad del destino turístico mar del plata (argentina), Recuperado de: http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1376/0201_Lefrou.pdf?sequence=1

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/SeguimientoPoliticas/politicasLGBTI/QueEs

idt
INSTITUTO DISTRITAL
DE TURISMO

ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ
HUMANA