# ALIMENTARTE FOOD FESTIVAL 2017

JOSÉ ANDRÉS DUARTE GARCÍA
**Director General**
**Instituto Distrital de Turismo**

GABRIEL EDUARDO MORENO VELOZA
**Asesor**

**Investigación:**

JOSÉ AUGUSTO ARAGÓN,
MAURICIO ACOSTA
**Coordinadores**

CATALINA GONZÁLEZ
**Estadística**

DEYNA NATHALY CUBILLOS
**Economista**

En colaboración con:

**Buró de Convenciones de Bogotá y Cundinamarca**

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

Bogotá, agosto 2017

# Resultados sondeo

Alimentarte es un festival gastronómico liderado por la Fundación Corazón Verde, que convierte a la ciudad de Bogotá en un referente turístico, gastronómico y multicultural, durante dos fines de semana. Cada año este festival ha reunido cerca de 200 restaurantes y chefs, así como ha sido un espacio para realizar muestras gastronómicas de diferentes países del mundo, acompañadas de manifestaciones culturales.

Gracias a los ingresos que recibe la Fundación a través de la ejecución de este festival se ha fortalecido la implementación de programas como:

- **Bajo techo**: entregando más de 250 soluciones de vivienda en las principales ciudades del país.
- **Grado Once**: otorgando becas a más de cinco mil menores de edad para realizar estudios de básica primaria y secundaria.
- **Presentes**: acompañando en el manejo del duelo a las viudas y huérfanos de los policías fallecidos en actos de servicio.

En el año 2017 este evento fue desarrollado los días 19, 20, 21, 26 y 27 de agosto, en su versión décima quinta, siendo los principales invitados Francia y el departamento de Boyacá, con sus muestras "Mundo con Boca" los días 19, 20 y 21, y "Colombia Sí Sabe" (sabores del Altiplano Cundiboyacense) los días 26 y 27, respectivamente.

Durante estos días el Instituto Distrital de Turismo, a través del Observatorio de Turismo, apoyó la caracterización de los asistentes al evento, mediante un sondeo que permitiera percibir el tipo de personas que atendieron Alimentarte 2017 y su percepción y conocimiento sobre el evento. En este documento se exponen los resultados encontrados en dicho proceso, como fuente de información para fortalecer el evento en sus próximas versiones.

# CONTENIDO

CONTEXTO GENERAL ALIMENTARTE 2017 ..... 5
CONCEPTOS BÁSICOS ..... 7
OBJETIVO DEL SONDEO ..... 8
METODOLOGÍA DEL SONDEO ..... 8
RESULTADOS ..... 9
Residentes… ..... 10
Caracterización de residentes asistentes al festival ..... 10
Caracterización del festival por parte de los residentes ..... 12
Visitantes…… ..... 14
Caracterización de visitantes asistentes al festival. ..... 14
Caracterización del festival por parte de los visitantes ..... 17
Turistas ..... 19
Caracterización de turistas en el festival ..... 19
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ..... 22
BIBLIOGRAFÍA ..... 23
ANEXO. Formulario Alimentarte 2017 ..... 24

# CONTEXTO GENERAL ALIMENTARTE 2017

La Fundación Corazón Verde (FCV) lleva 15 años realizando en Colombia programas sociales de educación, vivienda y apoyo al duelo de familias de los policías fallecidos o en situación de discapacidad a raíz del orden público.

Con el fin de tener un alto grado de autofinanciación, la Fundación desarrolla diferentes eventos en el sector entretenimiento. En ellos, "la FCV asume el riesgo de la realización del evento o las obras de arte; los empresarios y artistas donan un porcentaje de las ventas a cambio de un certificado de donación por el 125% del valor; y la sociedad civil apoya a la FCV al consumir los productos ofrecidos." (Fundación Corazón Verde [FCV]; s.f.).

En el año 2002, la Fundación planteó la marca Alimentarte©, como una estrategia para la generación de recursos de inversión social. La primera versión se desarrolló en Bogotá en un espacio al aire libre donde se dieron cita 20 restaurantes de la ciudad, conocido como el Festival Alimentarte – **Alimentarte Food Festival©.** Actualmente Alimentarte© se caracteriza por tres eventos de ciudad:

"1. ***Alimentarte Food Festival©:*** *realizado en el Parque el Virrey, con una participación de cerca de 200 restaurantes de la ciudad que durante 5 días trasladas su oferta gastronómica al parque El Virrey en Bogotá.*

2. ***Alimentarte Restaurant Tour©:*** *semana durante la cual chefs internacionales cocinan con chefs nacionales en diferentes restaurantes y hoteles de la ciudad, ofreciendo a locales y visitantes, un menú de varios pasos con su respectivo maridaje.*

3. ***Alimentarte Foro Gastronómico Internacional©:*** *espacio en el que periodistas gastronómicos, blogueros, chefs y académicos reconocidos en el ámbito nacional e internacional debaten acerca de los temas de actualidad relacionados con la gastronomía y su potencial como jalonador de desarrollo social, económico, turístico y cultural.*" (FCV, s.f.).

Para Bogotá este evento ha tenido impactos adicionales a la generación de recursos de inversión social; se ha transformado también en un lugar de disfrute para los residentes y para los visitantes de la ciudad.

Por lo anterior, el evento se ha comenzado a vincular en la estrategia de desarrollo del producto turístico gastronómico, que diferentes sectores han venido consolidado desde el año 2012 en las diferentes ciudades y regiones de Colombia, con el fin de convertir al país en un destino gastronómico de talla internacional; vinculación amparada en el PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2011 – 2014 "Turismo:

factor de prosperidad para Colombia" del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y el Plan Maestro de Turismo de Bogotá del Instituto de Turismo de Bogotá.

En este proceso, se sumaron a esta estrategia otros actores locales y nacionales del sector público y privado, tales como Procolombia, Instituto Distrital de Turismo de Bogotá - IDT, Invest in Bogotá, Acodrés Bogotá y Acodrés Nacional, Restaurantes, Chefs, entre otros, quienes, trabajando de manera articulada con la Fundación, han desarrollado cada vez más el sector gastronómico para generar un mayor impacto social, económico y cultural.

Debido a lo anterior, ha comenzado a ser muy pertinente la identificación y caracterización de los asistentes al evento, como fuente de información sobre el tipo de personas que lo atienden y su percepción sobre éste, para identificar fortalezas y aspectos por mejorar del mismo, así como la participación de visitantes en él. En el año 2017 esta medición se hizo mediante un sondeo, cuyas características y resultados se exponen en los siguientes apartados.

# CONCEPTOS BÁSICOS

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

**Visitante:** n visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (Naciones Unidas, 2008, párrafo 2.9).

**Turista (o visitante que pernocta):** Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (Naciones Unidas, 2008, párrafo 2.13).

**Motivo (principal) de un viaje turístico:** El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar (RIET, 2008, párrafo 3.10). La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera) (Naciones Unidas, 2008, párrafo 3.14).

**Lugar de residencia habitual:** El lugar de residencia habitual es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente, y se define por la ubicación de su vivienda principal (Naciones Unidas, 2008, párrafos 2.20 a 2.24).

**Entorno habitual:** El entorno habitual de una persona, concepto clave en turismo, se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales (Naciones Unidas, 2008, párrafo 2.21).

**Gasto turístico:** El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (Naciones Unidas, 2008, párrafo 4.2).

**Grupo de viaje:** Un grupo de viaje se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo (Naciones Unidas, 2008, párrafo 3.2).

## OBJETIVO DEL SONDEO

Caracterizar los asistentes Alimentarte Food Festival© y conocer su percepción sobre el evento.

## METODOLOGÍA DEL SONDEO

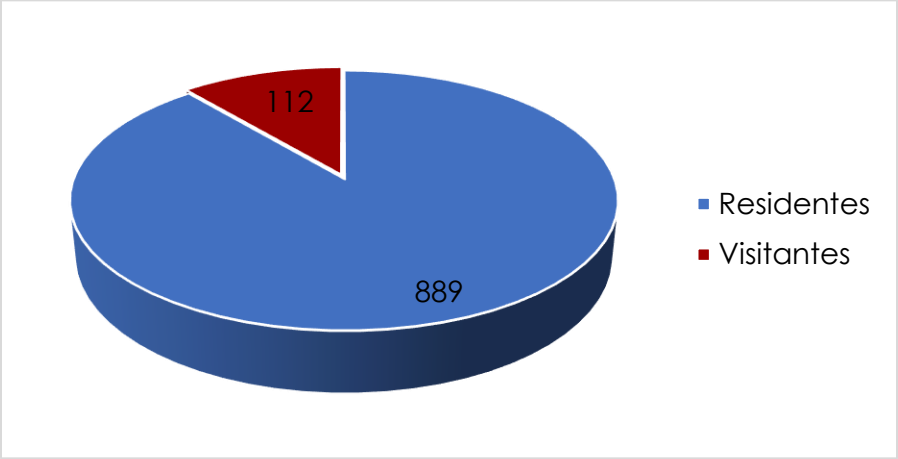
El sondeo es una metodología de encuestas no probabilística que se aplica, en general, con el fin de conocer la opinión pública sobre un tema en específico. Teniendo en cuenta la asistencia en las anteriores versiones de Alimentarte y las características propias del evento, se estableció aplicar 1.011 encuestas, distribuidas en los diferentes días de realización del evento, considerando la afluencia de público en el transcurso de cada día. Las unidades de observación fueron los asistentes al evento Alimentarte Food Festival© que realizaron compras efectivas en los establecimientos gastronómicos que hicieron parte del mismo.

Estas encuestas fueron lideradas por el equipo de investigaciones de demanda del Observatorio de Turismo de Bogotá, contando con dos supervisores de campo y 8 encuestadores, con apoyo de una estadística. El personal de campo fue distribuido en dos franjas horarias, donde se cubrió toda la jornada diaria del evento. Adicionalmente los encuestadores bilingües, realizaron apoyo en las zonas donde se encontraban visitantes extranjeros.

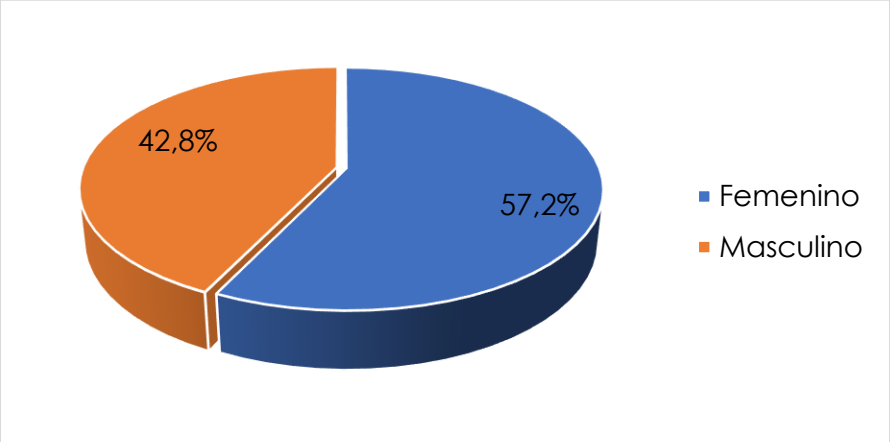
Las encuestas fueron aplicadas a través de un formato impreso, que incluía 19 preguntas, abordando temas de identificación del perfil del asistente (lugar de residencia, edad y género), características adicionales del visitante (alojamiento, motivación de viaje, actividades realizadas) y temas generales sobre el evento (asistencia, calificación, recomendación, forma de conocimiento sobre éste, conocimiento sobre la organización del mismo, gasto, entre otros). El cuestionario se presenta como anexo.

# RESULTADOS

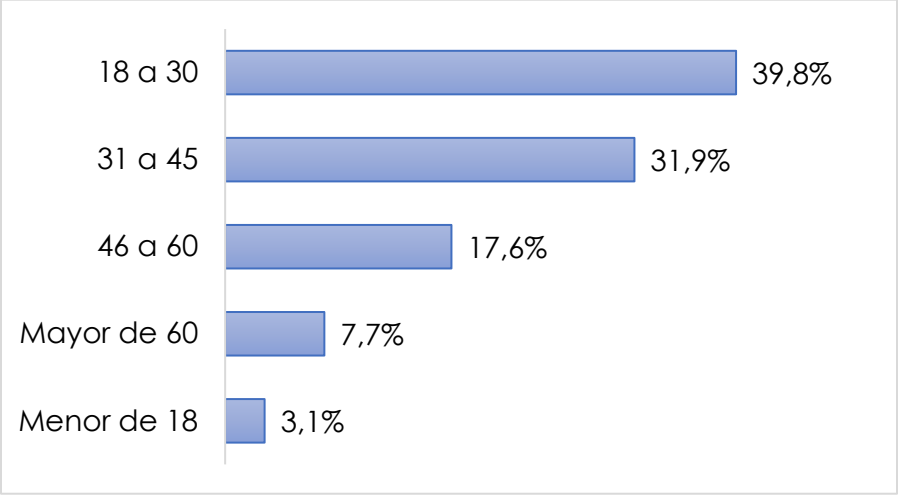
Durante el festival Alimentarte Food Festival© 2017, fueron encuestados en total 1.011 asistentes, de los cuales 899 (88,9%) residen en la ciudad de Bogotá y 112 (11,1%) eran visitantes. Según esto se evidencia que el evento fue atendido principalmente por habitantes de la ciudad de Bogotá.




De los asistentes encuestados durante el festival, el 57,2% corresponde al género femenino, mientras que el 42,8% al género masculino.



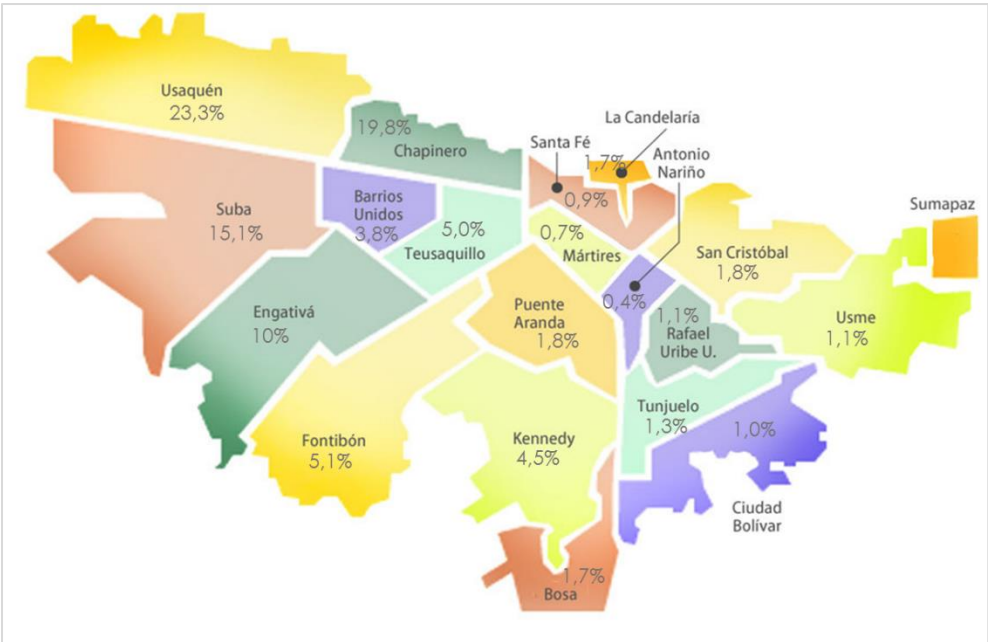

El festival recibió asistentes de todas las edades, aunque las personas con rangos de edad entre 18 y 45 años tuvieron mayor participación: 39,8% de los asistentes encuestados se caracterizó por tener entre 18-30 años y el 31,9% entre 31 y 45 años.



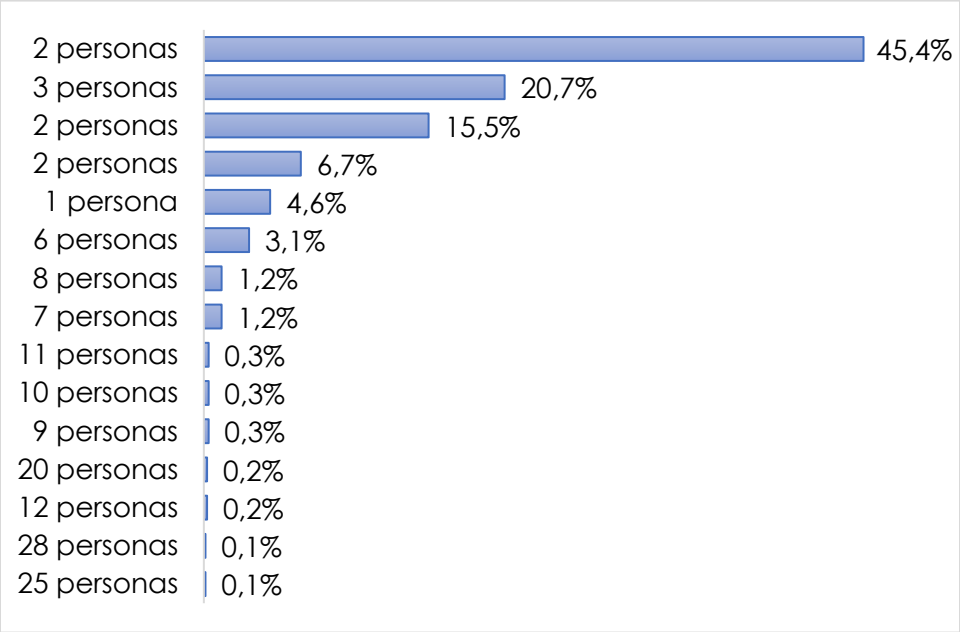

## Residentes

### Caracterización de residentes asistentes al festival

Al observar el lugar de residencia habitual de los asistentes encuestados que afirmaron ser residentes de la ciudad, se encuentra mayor participación de los residentes provenientes de las localidades Usaquén (23,3%), Chapinero (19,8%), Suba (15,1%) y Engativá (10%), abarcando cerca el 68,2% del total de residentes asistentes.

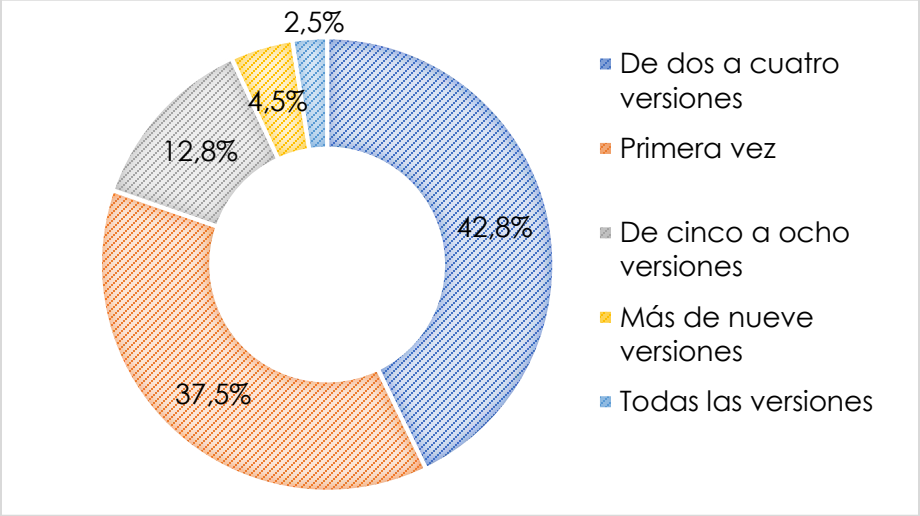


Los residentes encuestados estuvieron en su mayoría acompañados por dos (45,4%), tres (20,7%) y cuatro (15,5%) personas, incluyéndose, y solo el 4,6% afirmó asistir solo. El 13,9% restante aseguró estar acompañado en el evento por cinco o más personas; esto permite evidenciar que el evento es propicio para diferentes tipos de grupos de personas. En promedio, los residentes asistieron con 3,1 personas al festival gastronómico.



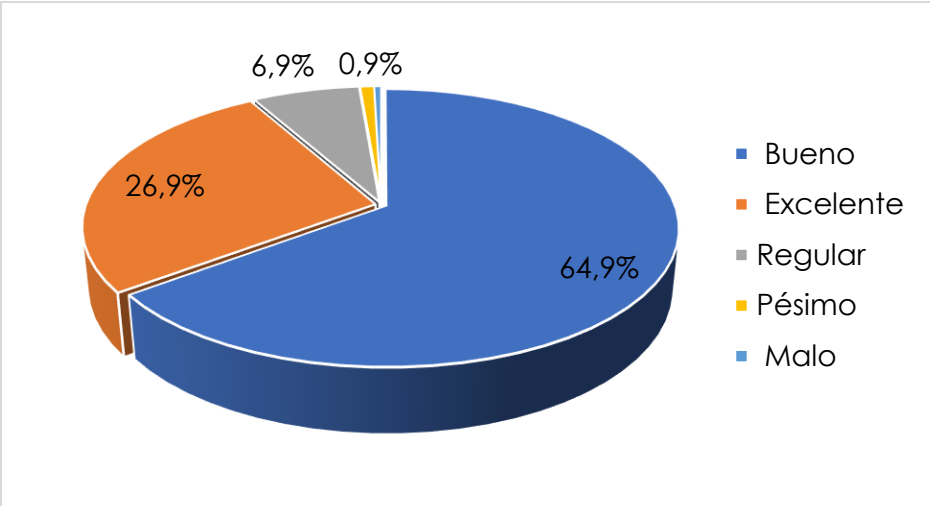

En cuanto al gasto realizado por los residentes que asistieron al evento, se resalta que el 62,4% gastó más de $60.000 pesos durante el día que asistió. En promedio, los residentes gastaron cerca de $95.000 en el festival.

Por otra parte, respecto al número de versiones a las que han asistido, un alto porcentaje de los residentes encuestados (42,8%) afirmó haber asistido de dos a cuatro versiones o indicaron que fue su primera vez en el festival (37,5%). El 19,7% restante afirmó haber asistido a más de cinco versiones.



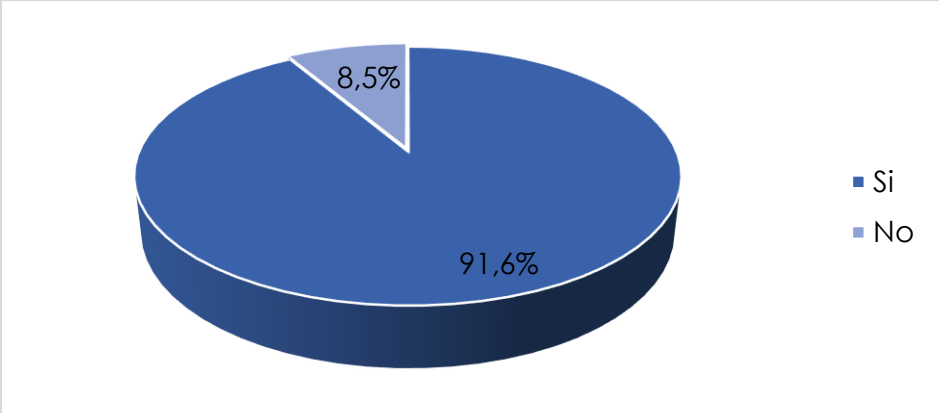

## Caracterización del festival por parte de los residentes

En general, la calificación del evento por parte de los residentes fue principalmente buena (64,9%) y excelente (26,9%). Sólo el 8,2% lo calificó como regular, malo o pésimo, lo que demuestra la buena acogida que ha tenido el evento dentro de los residentes bogotanos.




La principal fuente de información y promoción del festival, según los residentes encuestados, son los familiares o amigos (25,3%), seguido por internet y redes sociales (23,3%), tradición (13,6%), letrero de Alimentarte (11,9%) y publicidad en la calle (10,6%). El 15,5% restante nombró otras fuentes como medio de información y conocimiento sobre el festival como prensa, televisión o radio.

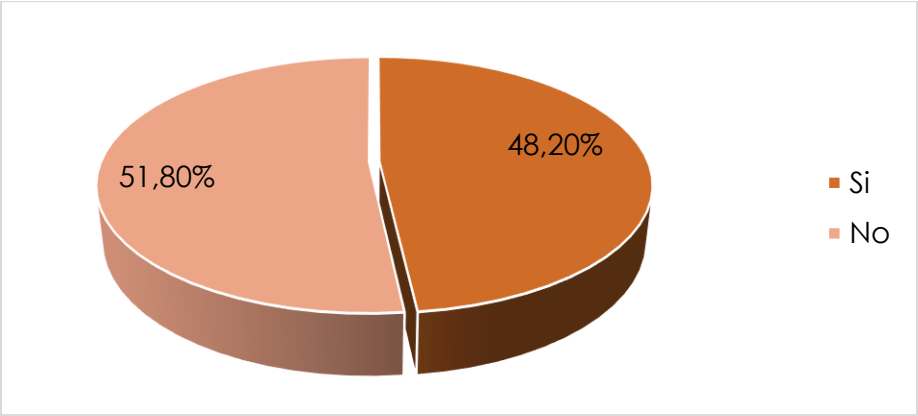
El 91,6% de los residentes encuestados afirmó que invitaría a amigos o familiares que viven fuera de la ciudad a este evento y solo el 8,5% indicó que no los invitaría.



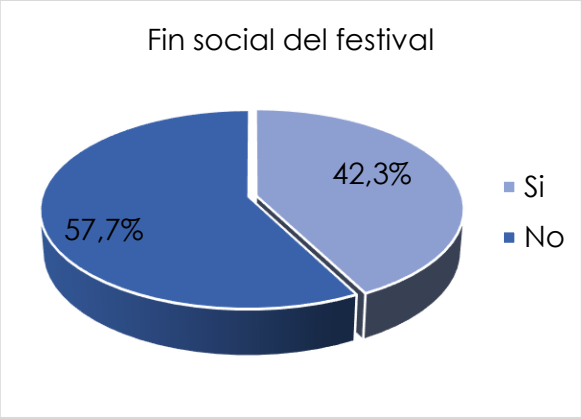

Las principales razones por las que los encuestados dieron una respuesta afirmativa a esta pregunta son: la variedad y oferta gastronómica que ofrece el festival, además de la oportunidad de encontrar un espacio diferente de entretenimiento y esparcimiento en la ciudad, compartir con amigos y familiares y apoyar las causas por las que se realiza el evento.

Del lado contrario, las respuestas no permiten reconocer las razones por las que los residentes encuestados no invitarían a amigos o familiares a este festival.

Por otra parte, según el total de residentes encuestados, el 51,8% no asiste con frecuencia a eventos o festivales gastronómicos y el 48,2% si asiste a los mismos.




Respecto a la organización general del festival, el 59,5% de los residentes encuestados no tenía conocimiento sobre la entidad encargada de la organización del festival, mientras que el 40,5% si tenía conocimiento. En este mismo sentido, de los encuestados que afirmaron conocer la entidad encargada de la organización del evento, el 57,7% no conocía el fin social que tiene la entidad Corazón Verde, mientras que el 42,3% sí.



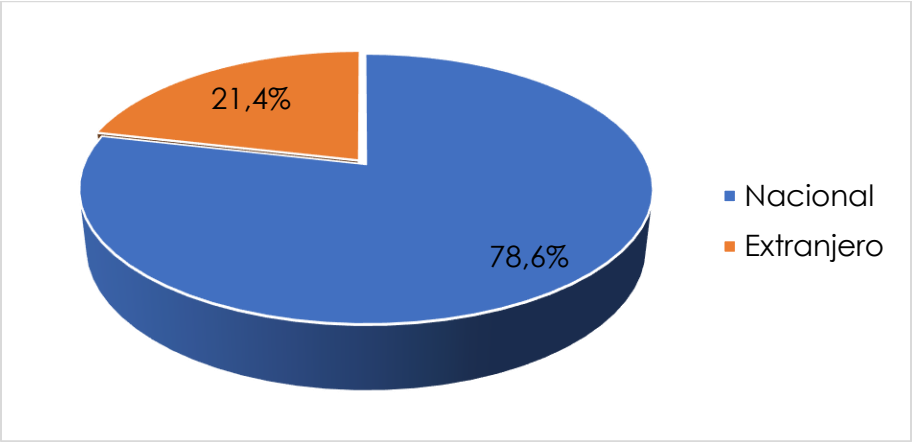

## Visitantes

### Caracterización de visitantes asistentes al festival.

El 78,6% del total de visitantes encuestados (88) que asistieron al festival afirmaron que su lugar de residencia habitual es de origen nacional y para el 21,4% es de origen extranjero.

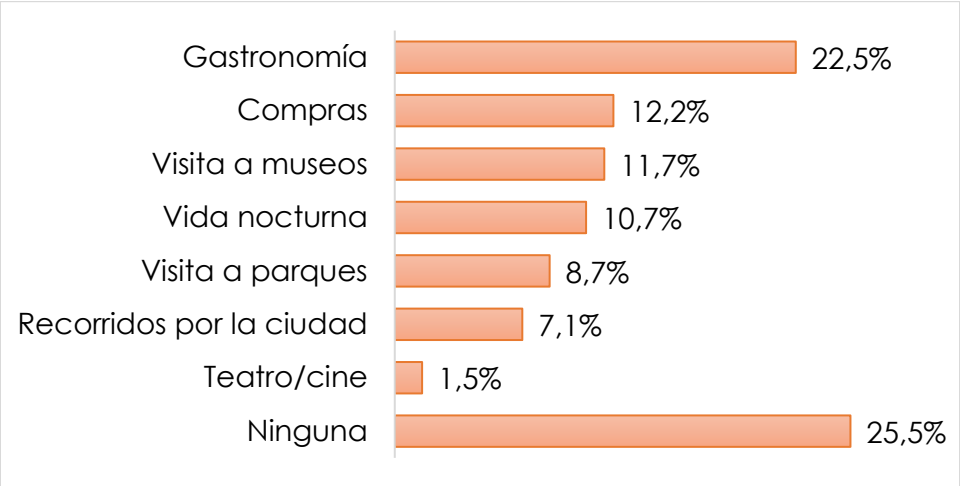
En el caso de los visitantes de origen nacional, el 57,3% residen en la región de Cundinamarca, el 5,8% en Valle del Cauca, el 6,1% en Antioquia y el 3,7% en Magdalena y Risaralda. El 22% restante reside en otras regiones del país.

En cuanto a los visitantes de origen extranjero, se observó que los visitantes de los países que mayor participación tuvieron en el evento fueron Panamá (50%), Estados Unidos (25%) y Brasil (25%).

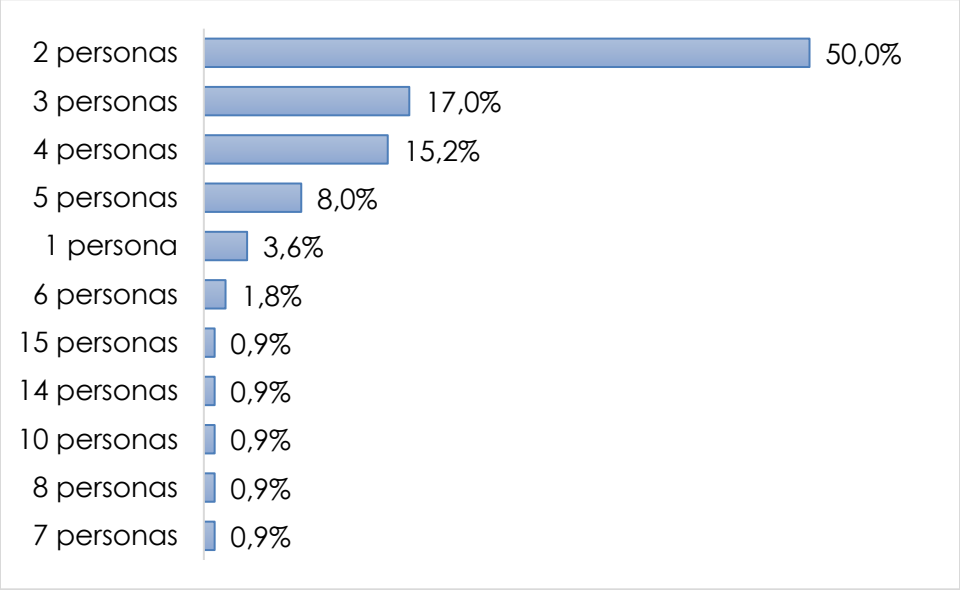



Las principales razones o motivos de viaje de los visitantes a Bogotá fueron asistir a Alimentarte Food Festival (36,6%), visita a familiares y amigos (24,1%), vacaciones, recreación u ocio (20,5%) y por negocios o motivos profesionales (9,8%). El 8,9% nombró otros motivos de viaje.

Respecto a otras actividades que realizaron los visitantes durante su estadía en la ciudad fueron principalmente visitas gastronómicas (25,5%), compras (12,2%), visitas museos (11,7%), vida nocturna (10,7%), visita a parques (8,7%), recorridos por la ciudad (7,1%) y cine (1,5%). El 25,5% afirmaron no haber realizado alguna actividad adicional a la asistencia al festival.

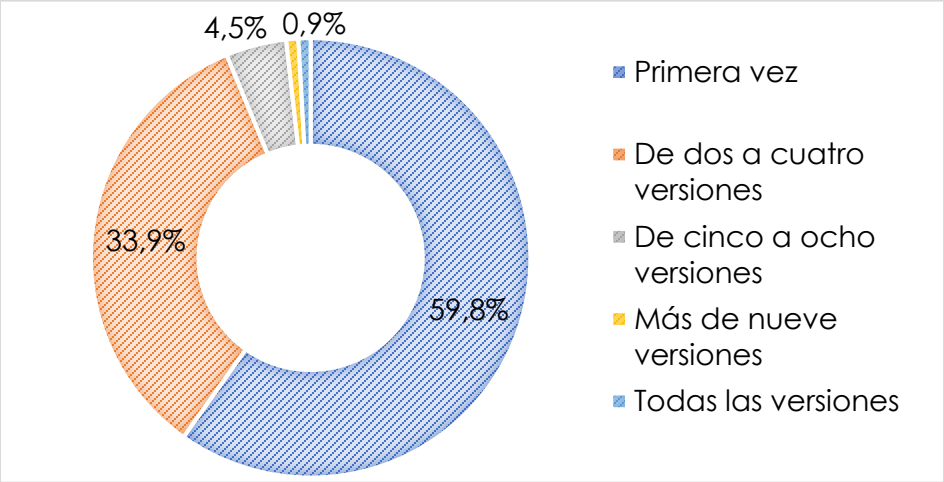



Los visitantes encuestados, estuvieron en su mayoría acompañados por dos (50,0%), tres (17%), cuatro (15,2%) y cinco (8,0%) personas. El 3,6% asistió solo al festival y el 6,2% restante fue acompañado por seis o más personas. En promedio, los visitantes asistieron con 3,1 personas al festival gastronómico.



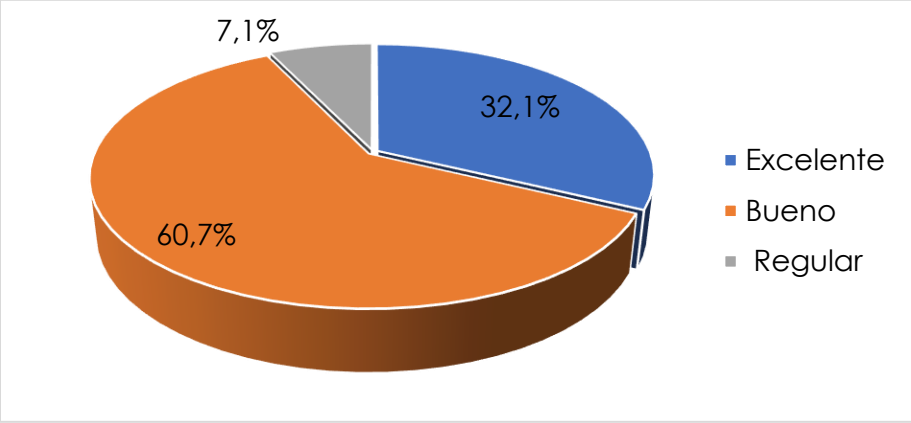
Referente al gasto realizado por los visitantes que asistieron al evento, se resalta que el 70,9% gastó más de $60.000 pesos durante el día que asistió. En promedio, los visitantes gastaron aproximadamente $107.500 en el festival.

Por otra parte, respecto al número de versiones a las que han asistido, un alto porcentaje de los residentes encuestados (42,8%) afirmó haber asistido de dos a cuatro versiones o indicaron que fue su primera vez en el festival (37,5%). El 19,7% restante afirmó haber asistido a más de cinco versiones.

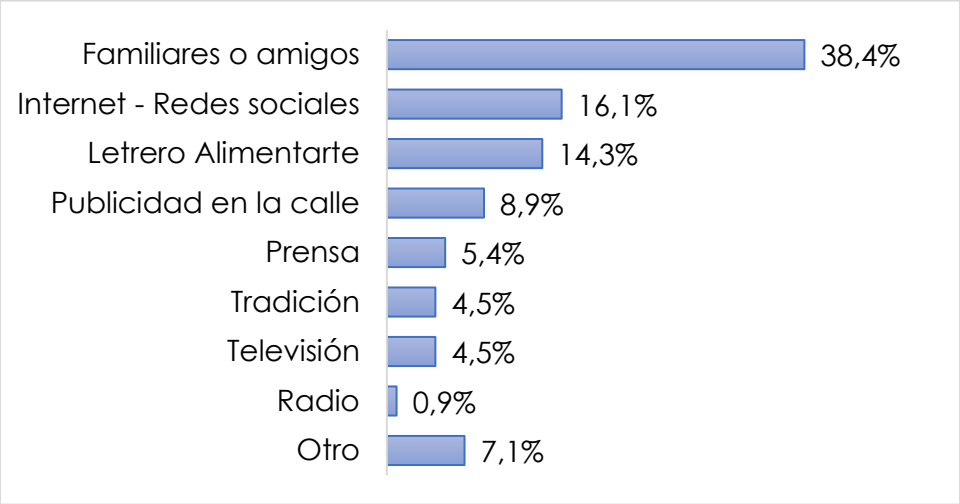



## Caracterización del festival por parte de los visitantes

En general, la calificación del evento por parte de los visitantes fue en su mayoría bueno (60,7%) y excelente (32,1%). Sólo el 7,1% lo calificó como regular, lo que indica que el festival tiene una buena organización y puede estar al nivel de festivales gastronómicos de talla mundial.

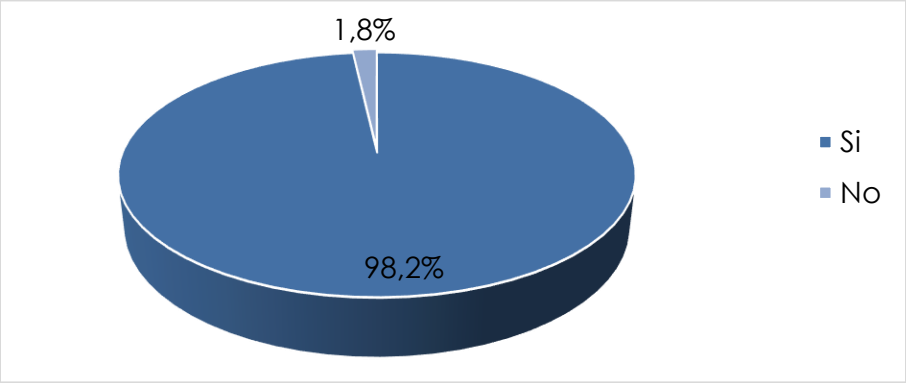


La principal fuente de información y promoción del festival, según los visitantes encuestados, son los familiares o amigos (38,4%), seguido por las redes sociales (16,1%), letreros de Alimentarte (14,3%), publicidad en la calle (8,9%), prensa (5,4%), tradición y televisión (4,5%) y radio (0,9%). El 7,1% nombró otras fuentes como medio de información y conocimiento sobre el festival, la principal es la información otorgada por parte de los hoteles.

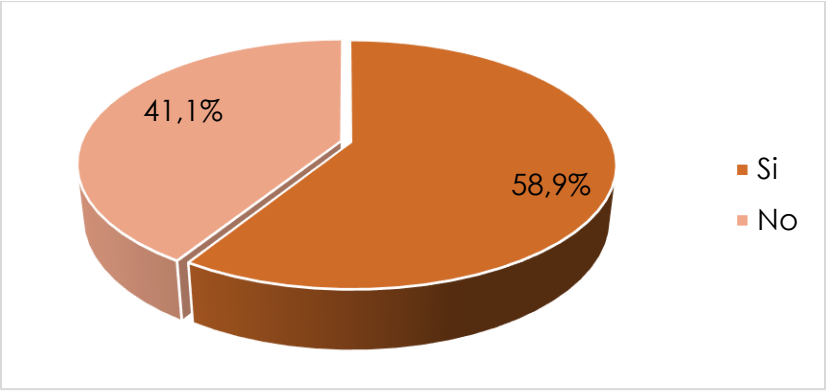



El 98,2% de los visitantes encuestados afirmó que invitaría a amigos o familiares que viven fuera de la ciudad a este evento y solo el 1,8% indicó que no los invitaría.

Las principales razones por las que los encuestados dieron una respuesta afirmativa a esta pregunta son la oportunidad de conocer la variedad gastronómica que ofrece el festival, además de ser un evento agradable y diferente al aire libre, con buena organización, que permite conocer la ciudad y disfrutar con amigos o familia.



De acuerdo con el total de visitantes encuestados, el 58,9% asiste con frecuencia a eventos o festivales gastronómicos y el 41,1% no asiste a los mismos.



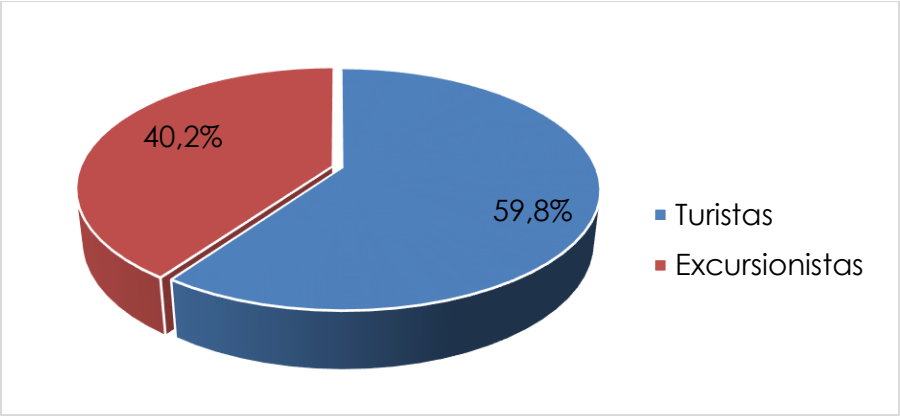

Respecto a la organización general del festival, el 68,8% de los visitantes encuestados no tenía conocimiento sobre la entidad encargada de la organización del festival mientras que el 31,3% si tenía conocimiento. En el mismo sentido, de los encuestados que afirmaron conocer la entidad encargada de la organización del evento, el 70,5% no conocía el fin social que tiene la entidad Corazón Verde, mientras que el 29,5% sí.

## Turistas

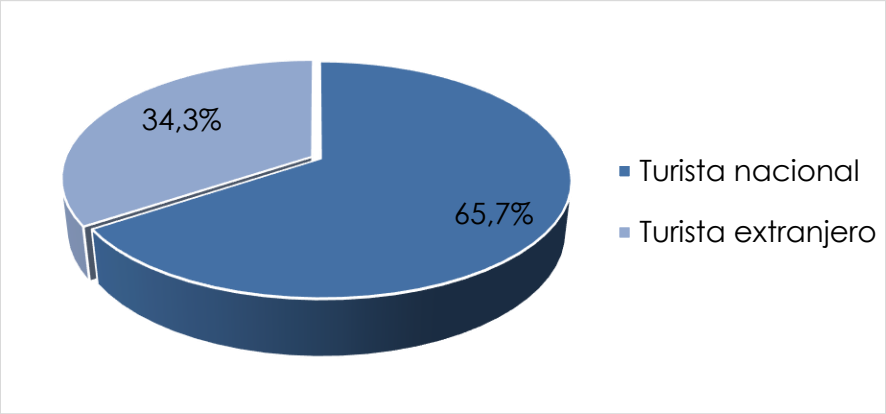
### Caracterización de turistas en el festival

Teniendo en cuenta que un visitante es reconocido como turista en el caso en que pernocta por lo menos una noche en el lugar al que viajó, se observa que el 59,8% de los visitantes (67) cumple esta característica y por ello son reconocidos como

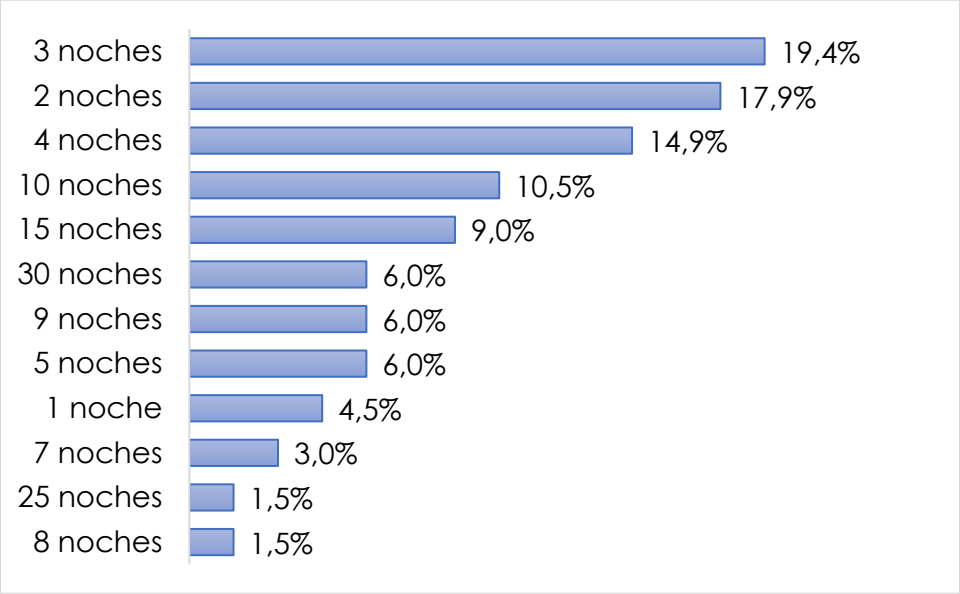
turistas que asistieron al evento. El 40,2% de los visitantes no durmió en la ciudad, por lo que son considerados como excursionistas.



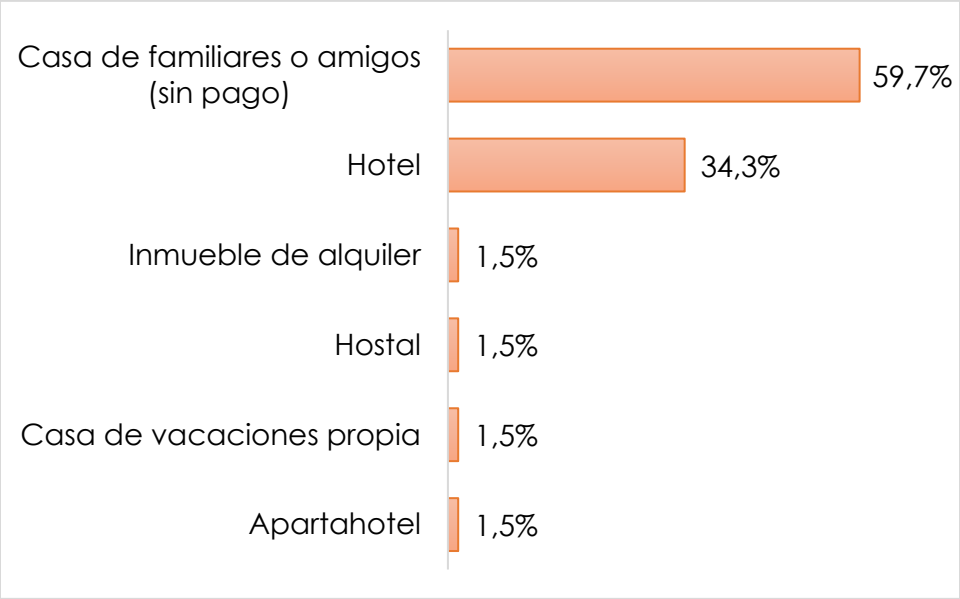

Del total de turistas, el 65,7% es de origen nacional y el 34,3% de origen extranjero.




En cuanto al número de noches pernoctadas, los turistas afirmaron haber dormido en la ciudad tres (19,4%), dos (17,9%) y cuatro (14,9%) noches. El 4,5% de los turistas durmió solo una noche. El 43,3% restante durmió cinco o más noches en la ciudad.




Finalmente, respecto al lugar de alojamiento, cerca del 60% de los turistas se alojó en casas de familiares o amigos sin pago establecido, el 34,3% en hoteles y 6,0% restante en otros lugares de alojamiento como inmuebles de alquiler, hostales, casa de vacaciones o apartahoteles.



# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En general se observa una proporción similar de asistencia entre hombres y mujeres, con lo cual se percibe que ambos géneros tienen similar actividad en el festival gastronómico. Así mismo, aun cuando la mayor parte de los asistentes encuestados se encuentran en edades que se caracterizan por ser las de mayor productividad laboral, el festival recibió asistentes de todos los grupos de edades.

El evento sigue siendo un espacio recomendado tanto por residentes como por visitantes dada la oportunidad que genera de dispersión, nuevas actividades en la ciudad, oferta y diversidad gastronómica y apoyo a programas de inversión social. Respecto a este último tema, los resultados señalan que hace falta mayor difusión sobre la organización que realiza el evento y el fin social de la misma ya que sólo cerca del 40% de los residentes y 31% de los visitantes la conocen.

Se resalta que el 62,4% de los residentes y el 70,9% de los visitantes que asistieron al evento gastó más de $60.000 pesos durante el día que asistió. En promedio, los residentes gastaron cerca de $95.000 pesos y los visitantes gastaron aproximadamente $107.500 en el festival.
Según esto y dada la disposición de los visitantes a gastar un poco más que los residentes, se hace evidente la importancia de fomentar más la asistencia y promoción por parte de los visitantes, que en esta versión fue del 11,1%.

Además de lo anterior, se observa que los residentes que asisten al evento, viven en localidades cercanas, por lo que teniendo en cuenta esto y el promedio de gasto y los objetivos principales de la actividad, se recomienda promover mayor asistencia por parte de habitantes de otras localidades que contribuirían también a un gasto importante dentro del mismo, como en los casos de localidades como Fontibón (5,1%), Teusaquillo (5,0%), Puente Aranda (1,8%) y la Candelaria (1,7%), en los que se observó muy poca asistencia .

Si bien la recomendación por parte de familiares y/o amigos y las redes sociales son las formas más reconocidas de promoción del festival, canales como la publicidad en las calles y la promoción mediante avisos publicitarios de la marca también movilizaron un alto porcentaje de los asistentes.

Es de resaltar que este es un evento calificado como bueno y excelente por la mayoría de los asistentes y que genera fidelidad en los residentes, ya que cerca del 56% de estos ha asistido más de una.

# BIBLIOGRAFÍA

Fundación Corazón Verde. (2017). *Alimentarte Food Festival*. Consultado el 05 de octubre de 2017, en: http://www.fundacioncorazonverde.org/Contenido/Default.aspx?Id=341

_____. (s.f.). *Alimentarte, una marca gastronómica*.

Naciones Unidas. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Consultado en: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1s.pdf

Instituto Distrital de Turismo. (2017). *Informe trabajo de campo.* Agosto 2017. Observatorio de Turismo de Bogotá.

Instituto Distrital de Turismo & Fundación Corazón Verde. (2017). *Encuesta Alimentarte*. Observatorio de Turismo de Bogotá.

BOGOTÁ
2600 METROS MÁS CERCA DE LAS ESTRELLAS

## Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo

# ANEXO. Formulario Alimentarte 2017

| BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS IDT | FORMATO INVESTIGACIÓN ENCUESTA DE SATISFACCIÓN<br>ASISTENTES A ALIMENTARTE FOOD FESTIVAL | CODIGO: IT-F18<br>VERSIÓN: 03<br>FECHA: 02-08-2017 |
|---|---|---|

Encuestador: _____ Crítico: _____ Fecha: _____

Supervisor: _____ Digitador: _____ ID: _____

**PRESENTACIÓN**

**Buenos días, buenas tardes. Mi nombre es:_____ Trabajo con el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá en la aplicación de una encuesta caracterización y satisfacción de los asistentes a Alimentarte Food Festival, sería tan amable de colaborarme, la encuesta dura máximo 1 minuto.**

**FILTRO**

**1. ¿Vive usted en Bogotá?**

- 1 a. Si **Continue**
- 2 b. No **Pase a 3**

**2. ¿En qué localidad vive? (Pase a 9)**

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 a. Usaquen | 6 f. Tunjuelito | 11 k. Suba | 16 p. Puente Aranda |
| 2 b. Chapinero | 7 g. Bosa | 12 l. Barrios Unidos | 17 q. Candelaria |
| 3 c. Santafe | 8 h. Kennedy | 13 m. Teusaquillo | 18 r. Rafael Uribe |
| 4 d. San Cristobal | 9 i. Fontibón | 14 n. Martires | 19 s. Ciudad Bolivar |
| 5 e. Usme | 10 j. Engativa | 15 o. Antonio Nariño | 20 t. Sumapaz |

**CARACTERIZACIÓN**

**3. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual?**

- 1 a. Nacional — Ciudad _____ Dpto. _____
- 2 b. Extranjero — País _____ Ciudad _____

**4. ¿Durmió o piensa dormir por lo menos una noche en Bogotá?**

- 1 a. Si [Continúe]
- 2 b. No [Pase a 7]

**5. ¿Cuántas noches durmió o piensa dormir en Bogotá?** ____

**6. ¿Dónde se alojó o piensa alojarse la mayor parte del tiempo en Bogotá?**

- 1 a. Hotel
- 2 b. Hostal
- 3 c. Apartahotel
- 4 d. Inmueble de alquiler
- 5 e. Casa de familiares o amigos (sin pago)
- 6 f. Casa de vacaciones propia
- 7 g. Habitación rentada en vivienda familiar
- 8 h. Otro ¿Cuál?

**7. ¿Cuál fue la principal razón o motivo de su viaje a Bogotá?**

- 1 a. Vacaciones/recreación/Ocio
- 2 b. Visita a familiares y amigos
- 3 c. Educación y formación
- 4 d. Salud y atención médica
- 5 e. Asistir a Alimentarte Food Festival
- 6 f. Religión/Peregrinaciones
- 7 g. Compras
- 8 h. Negocios y motivos profesionales
- 9 i. Otro. ¿Cuál?

**8. ¿Qué otras actividades ha realizado o piensa realizar durante su estadía en Bogotá?**

- 1 a. Visita a museos
- 1 b. Vida Nocturna
- 1 c. Gastronomía
- 1 d. Compras
- 1 e. Visita a parques
- 1 f. Recorridos por la ciudad
- 1 g. Cine
- 1 h. Otras
- 1 i. Ninguna

**9. ¿Incluyéndolo a usted, con cuántas personas asiste al evento?** ____

**10. ¿Cuánto gastó o tiene presupuestado gastar el día de hoy en este evento?** ____

**11. ¿A cuántas versiones del Festival ha asistido?**

- 1 a. Primera vez
- 2 b. De dos a cuatro versiones
- 3 c. De cinco a ocho versiones
- 4 d. Más de nueve versiones
- 5 e. Todas las versiones

**12. En general ¿Cómo califica la organización de este Festival?**

- 1 a. Excelente
- 2 b. Bueno
- 3 c. Regular
- 4 d. Malo
- 5 e. Muy Malo
- 6 f. NS/NR

**13. ¿Cómo se enteró de Alimentarte Food Festival?**

- 1 a. Internet - Redes sociales
- 1 b. Prensa
- 1 c. Publicidad en la calle
- 1 d. Familiares o amigos
- 1 e. Letrero Alimentarte
- 1 f. Tradición
- 1 g. Televisión
- 1 h. Radio
- 1 i. Otro ¿Cuál?

**14. ¿Usted invitaría a amigos o familiares que vivan fuera de la ciudad a este evento?**

- 1 a. Si ¿Por qué? _____
- 2 b. No ¿Por qué? _____

**15. ¿Es frecuente su asistencia a eventos o festivales gastronómicos?**

- 1 a. Si
- 2 b. No

**16. ¿Sabe usted que entidad organiza Alimentarte Food Festival?**

- 1 a. Si
- 2 b. No **Pase a 17**

**17. ¿Conoce usted el fin social que tiene Corazón Verde con este evento?**

- 1 a. Si
- 2 b. No

**18. ¿Cuál es su edad?**

- 1 a. Menor de 18
- 2 b. De 18 a 30
- 3 c. De 31 a 45
- 4 d. De 46 a 60
- 5 e. Mayor a 60
- 6 f. Ns/Nr

**19. Género**

- 1 a. Masculino
- 2 b. Femenino

**Observaciones**

_____
_____
_____
_____