



MEDICIÓN EVENTO EN CIUDAD

# ALIMENTARTE

# FOODFESTIVAL

## 2023 2da versión



**OBSERVATORIO**  
DE TURISMO DE BOGOTÁ  
IDT

CLAUDIA NAYIBE LÓPEZ HERNÁNDEZ  
**Alcaldesa Mayor de Bogotá**

ALFREDO BATEMAN SERRANO  
**Secretario De Desarrollo  
Económico**

ANDRÉS CLAVIJO RANGEL  
**Director General  
Instituto Distrital de Turismo**

PAOLA ANDREA SÁNCHEZ PRIETO  
**Subdirectora  
Inteligencia y Gestión de  
Tecnologías de la Información**

KATHERINE SÁNCHEZ  
YENIFER GÓMEZ LÓPEZ  
DIEGO RODRÍGUEZ  
**Investigadores**

**Contacto**

**Instituto Distrital de Turismo**  
**[www.idt.gov.co](http://www.idt.gov.co)**  
**Bogotá D.C. 2023**



**OBSERVATORIO**  
DE TURISMO DE BOGOTÁ  
IPT

## Agradecimientos a

AILINE NICOLE CASAS SIERRA  
LAURA JIMENA FIGUEREDO BARBOSA  
GERALDINE GARCIA MORALES  
ASHLEY CATALINA GAVIRIA HURTADO  
JUAN PABLO JIMENEZ BOHORQUEZ  
VALENTINA LOPEZ TRUJILLO  
ASLY VALENTINA NIÑO DAZA  
MARYURY DANIELA PEREZ CARREÑO  
YENIFER SALAZAR GUERRA  
KAROL DAYANA SANTOS CORREDOR  
LINA SOFIA TOBON AMEZQUITA  
MAYERLY ALEJANDRA VELEZ URREA  
JENNIFER VIRACACHA REAL



**Unicafam**

Fundación Universitaria Cafam

FUNDACIÓN  
**♡**RAZÓN  
VERDE





# CONTENIDO

1. PRÓLOGO.....	3
2. INTRODUCCIÓN.....	4
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	6
3.1 Objetivos .....	6
3.1.2 Objetivo General .....	6
3.1.3 Objetivos Específicos .....	6
3.2 Metodología.....	7
4. RESULTADOS. ....	9
4.1 Género de los asistentes.....	10
4.2 Edad de los asistentes encuestados .....	11
4.3 Localidades de los residentes encuestados .....	13
4.4 Departamentos de origen de los turistas nacionales encuestados.....	15
4.5 Departamentos de origen de los excursionistas encuestados.....	16
4.6 Países de origen de los turistas internacionales encuestados.....	16
4.7 Caracterización y percepción de los asistentes encuestados sobre Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.....	18
4.7.1 Tipos de acompañantes de los asistentes encuestados .....	18
4.7.2 Cantidad de acompañantes familiares por grupos de encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.....	19
4.7.3 Rangos de acompañantes amigos (as) por grupos de encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.....	22
4.7.4 Identificación fin social de la Fundación Corazón Verde en los asistentes encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.....	23
4.7.5 Medios por los cuales los asistentes encuestados se enteraron de Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.....	24
4.7.6 Percepción y evaluación de los asistentes encuestados sobre el Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.....	25
4.7.7 Grupos de personas encuestadas que han asistido a versiones anteriores del Alimentarte Food Festival y su percepción frente a la 2da versión 2023.....	27



4.7.7.1 Percepción de los encuestados que han asistido a versiones anteriores del Alimentarte Food Festival frente a la 2da versión 2023.....	28
4.7.8 Locación de preferencia para realizar el Alimentarte Food Festival según los asistentes encuestados en la 2da versión 2023.....	29
4.7.9 Gasto total por subpoblación y tipo de acompañantes de los encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.....	30
4.8 Motivos de viaje de los turistas y excursionistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.....	32
4.9 Tipos de alojamiento de los turistas encuestados en Alimentarte Food festival 2023 2da versión.....	33
5.0 Promedio de noches pernoctadas por los turistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.....	34
5.1 Otras actividades que los turistas y excursionistas encuestados realizaron durante su estadía en la ciudad.....	35
6 CONCLUSIONES.....	36



# 1 PRÓLOGO

El festival gastronómico Alimentarte Food Festival, con más de 20 años de experiencia, ha generado un reconocimiento voz a voz que ha sido imprescindible para mantener y aumentar la visibilidad del mencionado evento a lo largo de los años. Esta segunda versión del año 2023 se desarrolló los días 19, 20, 21, 26 y 27 de agosto del año 2023, la cual se llevó con gran éxito obteniendo los siguientes resultados y participaciones:

- 42.000** Asistentes
  - 70** Restaurantes
  - 74** Emprendimientos, **40** de ellos del programa “Hecho en Bogotá”
- 72.000** Platos vendidos
  - 4.356** Empleos directos
  - 3.710** Empleos indirectos
- 1.372 kg** Residuos aprovechables de diferentes materiales
- 6.000** Becas otorgadas a estudiantes de Grado Once

Este evento surge gracias a la alianza entre Fundación Corazón Verde y el programa Amazonía Mía de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (Usaid), además del apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Fondo Nacional de Turismo, La Secretaría de Desarrollo Económico, Coca Cola, Redeban, Pernod Ricard, Sal de Frutas (TecnoQuímicas), Colgas y entre otros aliados.

*María Angela Claro*  
Directora de la Fundación Corazón Verde

## 2 INTRODUCCIÓN

La Fundación Corazón Verde [FCV] tiene como fin, por medio del Alimentarte Food Festival, dar apoyo y mejorar la calidad de vida de viudas y huérfanos de la Policía y de los policías con discapacidad. Además, con el fin de expandir el evento a nuevas comunidades, el Parque El Country fue la nueva sede para esta edición N° 21 de Alimentarte Food Festival, según las afirmaciones de Paula Rodríguez, Subdirectora Ejecutiva de la FCV, el evento contó con diversas ofertas para alrededor de las 42.000 personas que asistieron para comer y disfrutar de la agenda cultural que propuso la FCV a través de este festival. Adicionalmente, Paula Rodríguez, comunicó en una entrevista realizada por El Espectador, que este evento gastronómico “Busca mantener unos estándares altos y procura tener un cartel de restaurantes atractivos para los capitalinos, siempre en pro de asegurar una experiencia gastronómica espectacular para los asistentes”.

Además de contar con 70 propuestas gastronómicas que fueron seleccionadas de forma rigurosa, presentar al público mercados campesinos, productos locales y una zona de emprendimientos, dentro de los cuales la marca “Hecho en Bogotá” liderada por la Secretaría de Desarrollo Económico, hizo presencia con más de 30 emprendimientos. Este proyecto pretendía promocionar el “mercado colombiano” ofreciendo productos locales, productos de la zona amazónica, en el marco del “Alimentarte biodiverso”, iniciativa que busca promover la conservación del medio ambiente, reducir la deforestación y promover la conservación de los bosques y la disminución del cambio climático, departamentos como Putumayo, Guaviare y Caquetá fueron algunos de los protagonistas de esta sección.

Gómez, T. (18 de julio del 2023). El Espectador



Por otro lado, también hubo nuevas experiencias para los asistentes, una de ellas fue la tarima gastronómica con clases de cocina para los asistentes y presentaciones artísticas que amenizaron el ambiente con un aire más festivalero, esto gracias al apoyo brindado desde el Viceministerio de Turismo en el marco de la estrategia "Colombia a la Mesa". Otra de las novedades para esta edición fue la tarifa para ingreso al disfrute del festival, la cual era de \$11.000 por persona, dinero que "sería destinado a las labores de impacto social que adelanta año tras año la Fundación Corazón Verde".

El Instituto Distrital de Turismo, a través del Observatorio de Turismo de la Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información, apoyó la caracterización de los asistentes al evento, en alianza con la academia UniCafam, a través de un sondeo en el cual se indagaron a **1.177** personas asistentes al evento por su lugar de origen, edad, género, acompañantes, motivo de visita a la ciudad para los turistas asistentes, tipos de alojamiento, gasto, percepción del evento frente a versiones anteriores, sobre su planificación, logística, productos, servicios y por su nueva locación.

## CONCEPTOS BÁSICOS

**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 (Naciones Unidas, 2008).

**Excursionista o visitante del día:** es una persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia por menos de 24 horas, es decir, NO existe pernoctación (Naciones Unidas, 2008).



# 3 DISEÑO METODOLÓGICO

## 3.1 OBJETIVOS

### 3.1.2 OBJETIVO GENERAL

Caracterizar a los residentes, turistas y excursionistas participantes del Alimentarte Food Festival 2023 2da Versión

### 3.1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el género, edad, lugar de residencia, localidad, departamento y país de origen de los asistentes al Alimentarte Food Festival 2023 2da Versión.
- Indagar sobre número de acompañantes a la actividad, medios por los cuales se enteraron del evento y el número de versiones a las que han asistido los encuestados en el Alimentarte Food Festival 2da versión.
- Identificar si los asistentes encuestados reconocen el fin social de la FCV.
- Determinar las motivaciones de viaje a Bogotá de los turistas y excursionistas asistentes al Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.
- Describir comportamientos relacionados con la pernoctación de los turistas asistentes al Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.
- Conocer la percepción de los asistentes encuestados respecto a varios aspectos del Alimentarte Food Festival 2023 2da versión, sobre su nueva locación y frente a versiones anteriores.



## 3.2 METODOLOGÍA

### 3.2.1 Población Objetivo

Asistentes participantes al Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.

### 3.2.2 Fecha de recolección

La recolección de información se realizó los días 19, 20, 21, 26 y 27 de agosto de 2023.

### 3.2.3 Cobertura Geográfica

Bogotá D.C.

### 3.2.4 Unidad de Observación

La unidad informante es toda aquella persona asistente participante al Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.

### 3.2.5 Tipo de Investigación

**Sondeo de opinión:** Técnica de medición a partir de encuestas destinadas a conocer la opinión pública acerca de un evento o tema de interés. A partir de esta técnica no se pueden generalizar resultados a niveles poblacionales dado que no existen diseños muestrales que soporten esta acción. La técnica de sondeo es válida para plantear hipótesis de investigación, bosquejar y/o describir las opiniones de la población encuestada

La encuesta se aplicó a **1.177 individuos** con un formulario de **18 preguntas** que indagó sobre las características de los asistentes en cuanto a edad, género, ciudad de residencia, localidad, departamento y país de origen, medios por los cuales se enteraron del evento, tipo de acompañantes, asistencia a versiones anteriores, reconocimiento del fin social de la FCV, número de acompañantes, percepción de diferentes aspectos del Alimentarte Food Festival 2023 2da y gasto promedio por persona. Por otro lado, para los excursionistas y turistas: motivaciones de viaje, aspectos relacionados con la pernoctación como tipo de alojamiento y número de noches.





### **3.2.6 PRECISIÓN DE LOS RESULTADOS**

La precisión de los resultados dependerá de la heterogeneidad natural de la población encuestada, así como de la cantidad de información recolectada. Esta precisión se puede examinar a partir de los errores estándar y/o de los coeficientes de variación obtenidos desde la información total para cada variable.

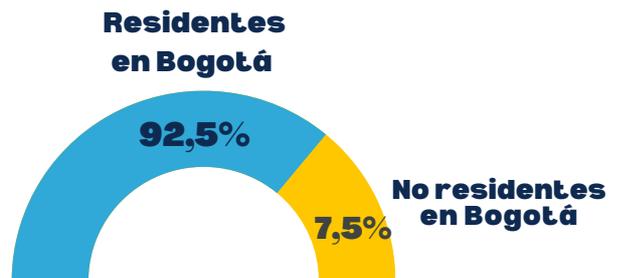
### **3.2.7 Tamaño final**

Para este tipo de metodología no se requiere de un tamaño de muestra mínimo para generar análisis de información, sin embargo, entre mayor sea la cantidad de datos recolectados, mayor será la precisión de los resultados.

# 4 RESULTADOS

Durante el Alimentarte Food Festival 2023 2da versión fueron encuestados **1.177** asistentes al evento, de los cuales el **92,5%** pertenecieron a residentes en Bogotá; y el restante **7,5%**, correspondió a turistas internacionales con el **3,2%**, turistas nacionales con el **3,3%** y a excursionistas con el **1,0%**.

**Gráfica 1.** Asistentes en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión que residen en Bogotá



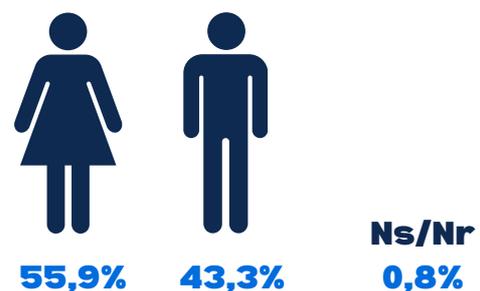
Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información

## 4.1 Género de los asistentes encuestados

### 4.1.1 Género de los residentes encuestados

El género de los residentes encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión se comportó de manera significativa para el género femenino con el **55,9%**, el género masculino contribuyó con el **43,3%** y el restante **0,8%** perteneció a quienes registraron No sabe/No responde en este espacio.

**Gráfica 2.** Género de los residentes encuestados en el Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información



### 4.1.2 Género de los turistas encuestados

En cuanto al género de los turistas encuestados en el festival, el género de los turistas internacionales se comportó de manera significativa para el femenino con el **62,2%**, y el restante **37,8%** ,para el género masculino. Por otro lado, en cuanto a los turistas nacionales, el género femenino participó con el **56,4%**; y en contraparte, el genero masculino con el **43,6%**

**Gráfica 3.** Género de los turistas internacionales y nacionales encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

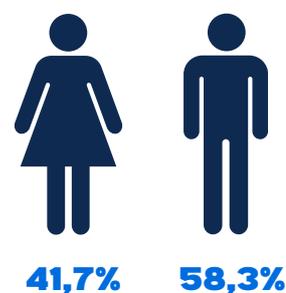


Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información

### 4.1.3 Género de los excursionistas encuestados

Con respecto al género de los excursionistas encuestados, en este caso el género masculino se llevó la mayor participación con el **58,3%**; y en contraparte, el género femenino con el **41,7%** del total de excursionistas encuestados.

**Gráfica 4.** Género de los excursionistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información

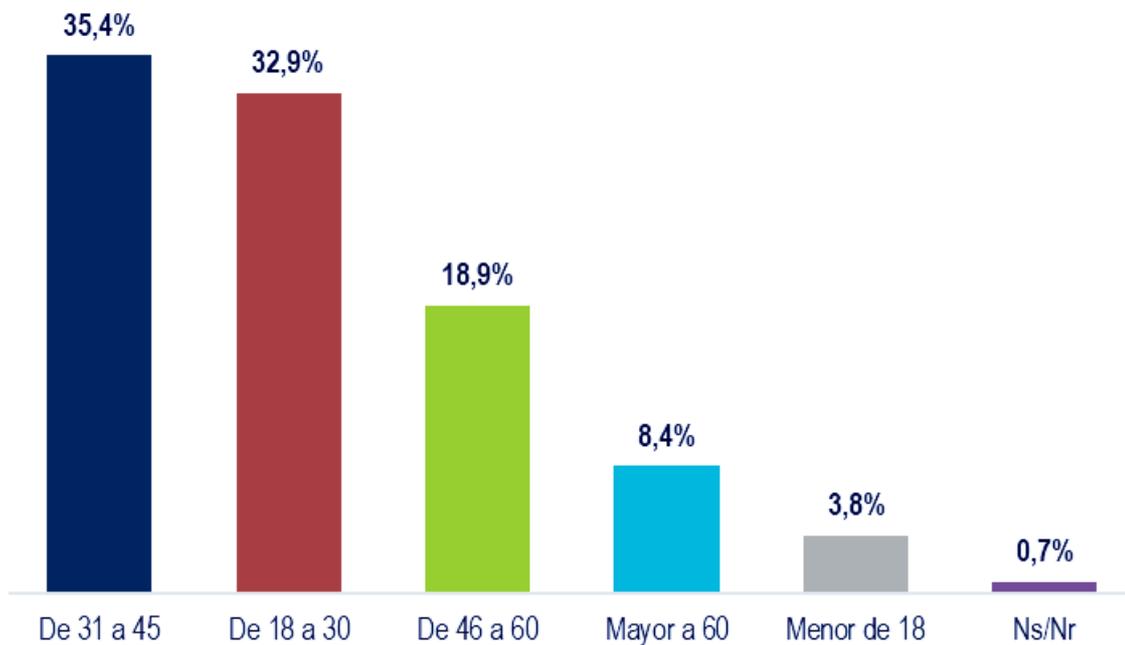


## 4.2 Edades de los asistentes encuestados

### 4.2.1 Edades de los residentes encuestados

En cuanto a los rangos de edades de los residentes encuestados, la categoría con mayor participación de este grupo fue de “31 a 45” años con el **35,4%**; en segundo lugar, de “18 a 30” años con el **32,9%** de contribución; en tercer lugar, el rango de “46 a 60” años con el **18,9%**; en cuarto lugar, la categoría “Mayor a 60” años participó con el **8,4%**; por otro lado, en quinto y último lugar “Menor de 18” años contribuyó con el **3,8%** del total de residentes encuestados. Finalmente, el restante **0,7%** perteneció a las personas registradas como “No sabe/No responde” en este espacio.

**Gráfica 5.** Rangos de edades de los residentes encuestados en *Alimentarte Food Festival 2023 2da versión*

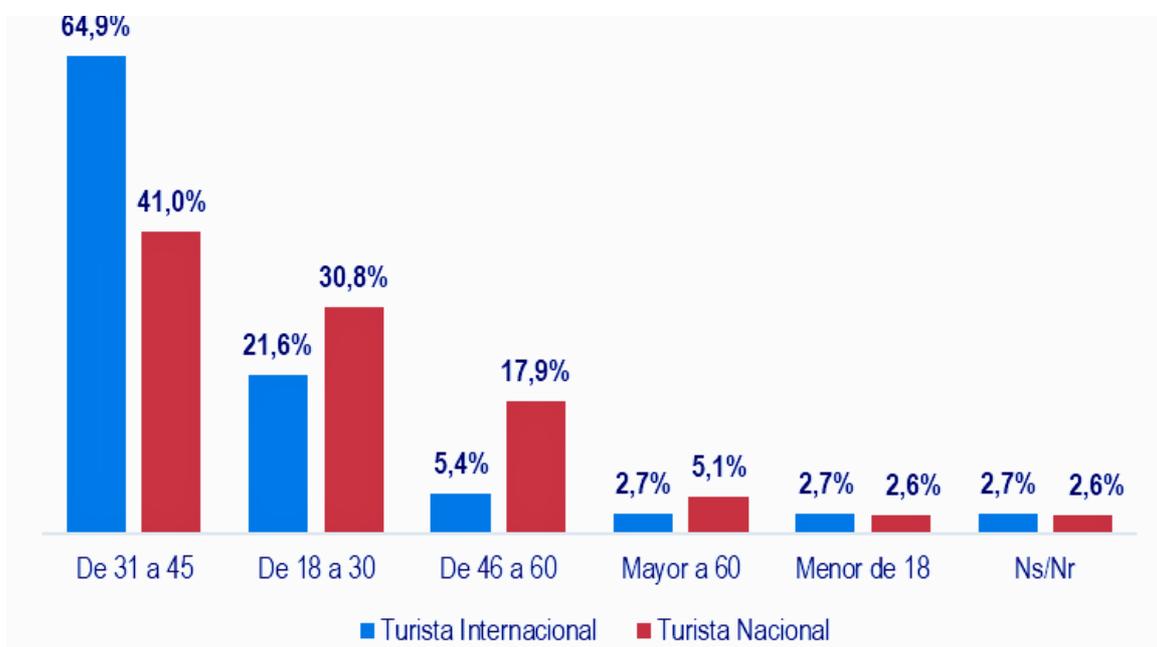


Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información

## 4.2.2 Edades de los turistas encuestados

Respecto a los rangos de edad de los turistas encuestados, la categoría con mayor participación de este grupo fue de “31 a 45” años con el **64,9%** para los turistas internacionales encuestados y **41,0%** para los turistas nacionales; en segundo lugar, de “18 a 30” años con el **30,8%** para los turistas nacionales y el **21,6%** de contribución para los turistas internacionales. En tercer lugar, el rango de “46 a 60” años con el **17,9%** para los turistas nacionales y el **5,4%** para los turistas internacionales. Por último, el resto de rangos: “Mayor a 60” y “Menor de 18” participaron en menores proporciones al **5,0%**, al igual que la contribución de quienes se registraron como “No sabe/No responde” en este espacio.

**Gráfica 6.** Rangos de edades de los turistas internacionales y nacionales encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



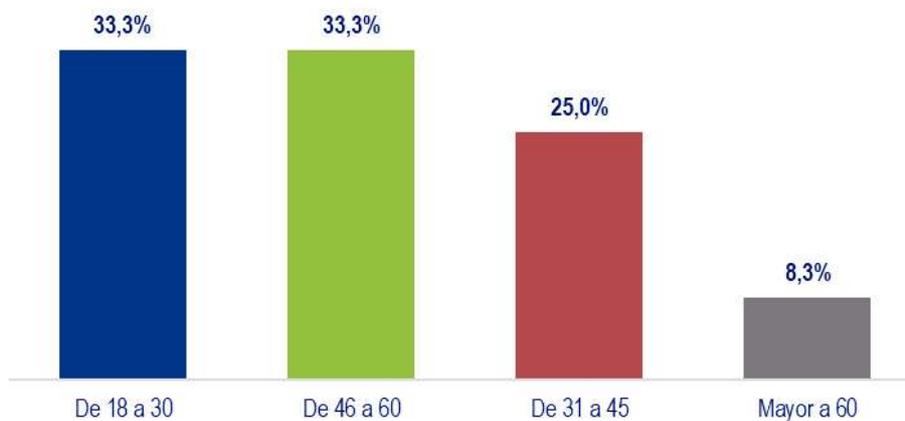
Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información



### 4.2.3 Edades de los excursionistas encuestados

En cuanto a los rangos de edad de los excursionistas encuestados, las categorías con mayor participación de este grupo fue de “18 a 30” y “46 a 60” años con el **33,3%** de forma equivalente; en segundo lugar, de “31 a 45” años con el **25,0%** de participación; finalmente, la categoría “Mayor a 60” años contribuyó con el **8,3%** del total de excursionistas encuestados.

**Gráfica 7.** Rangos de edades de los excursionistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



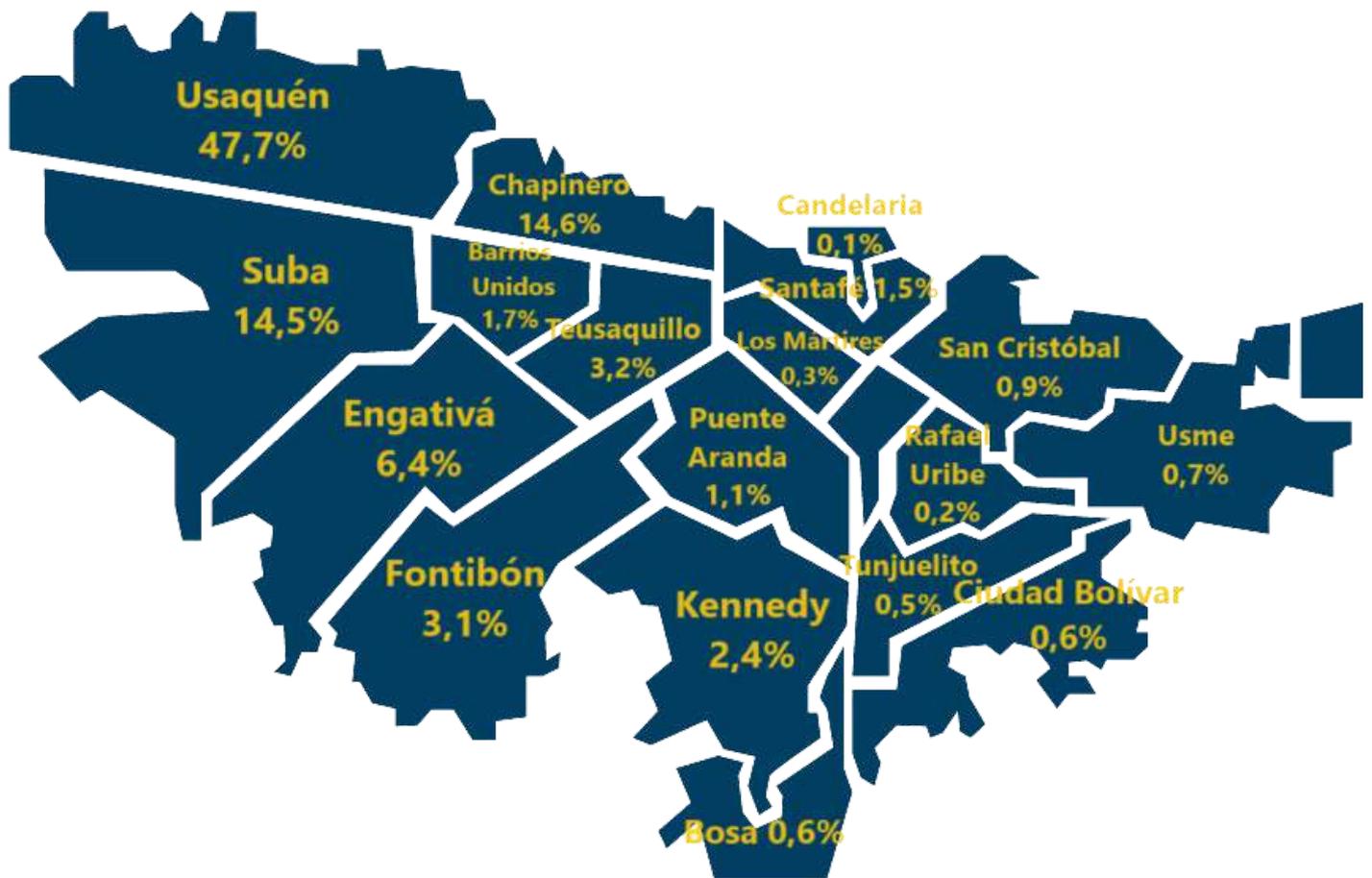
Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información

### 4.3 Localidades de los residentes encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

Las localidades de los asistentes residentes con mayor participación en el Alimentarte Food Festival 2023 2da versión fue principalmente Usaquén con el **47,7%**; en segundo lugar, Chapinero con el **14,6%**, participación casi equivalente a la localidad de Suba que contribuyó con el **14,5%**, el resto de localidades como Engativá, Teusaquillo, Puente Aranda, Kennedy, Santafé, Barrios Unidos, Bosa, Tunjuelito, La Candelaria, Rafael Uribe, Ciudad Bolívar, San Cristóbal, Usme, Los Mártires y Tunjuelito participaron en menores proporciones al **7,0%**. Cabe aclarar que no se encontraron registros de residentes que vivieran en las localidades de Antonio Nariño y Sumapáz en el festival.



**Gráfica 8.** Localidades de los residentes encuestados en *Alimentarte Food Festival 2023 2da versión*

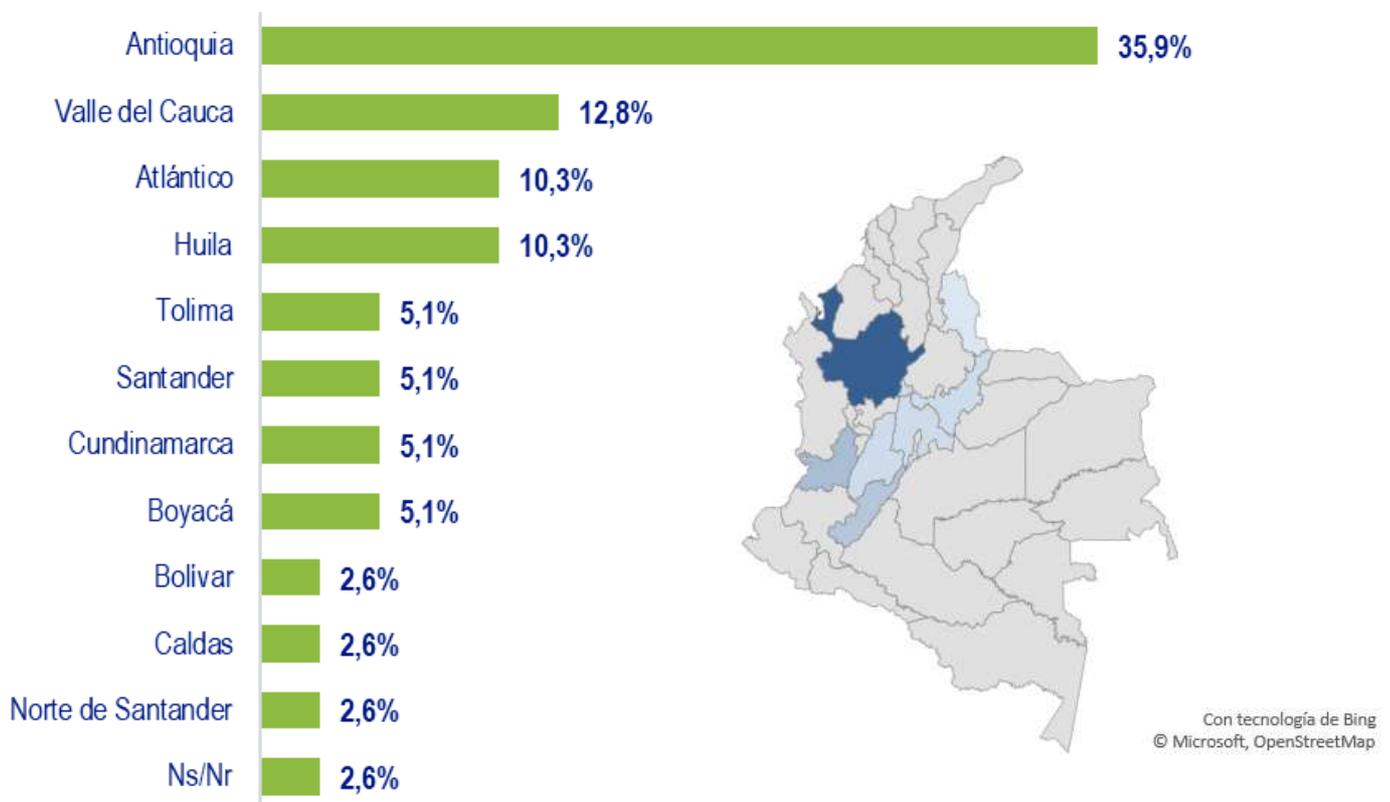


Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

#### 4.4 Departamentos de origen de los turistas nacionales encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

En cuanto a los departamentos de origen de los turistas nacionales encuestados en el festival, el departamento que contó con mayor participación de este grupos fue Antioquia con el **35,9%**; en segundo lugar, el departamento del Valle del Cauca con una contribución del **12,8%**. En tercer lugar, y de forma equivalente, los departamentos Atlántico y Huila participaron con un porcentaje del **10,3%**. El resto de departamentos como: Tolima, Santander, Cundinamarca, Boyacá, Bolívar, Caldas y Norte de Santander participaron en menores proporciones al **6,0%**. por último, el **2,6%** de los turistas nacionales encuestados fueron registrados como “No sabe/No responde” en este espacio.

**Gráfica 9.** Departamentos de origen de los turistas nacionales encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



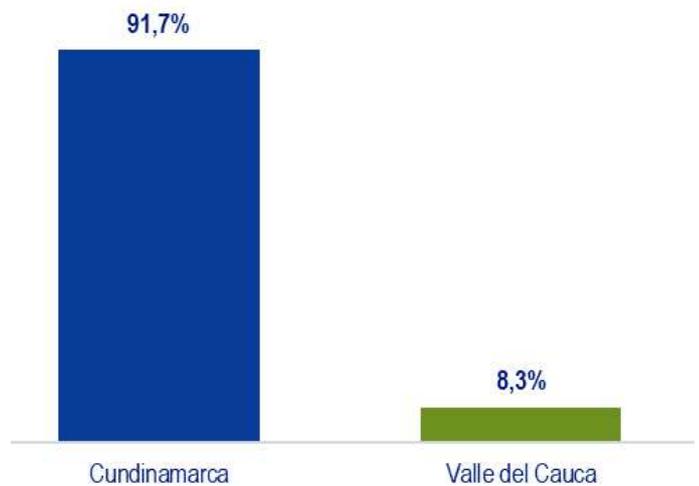
Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.



## 4.5 Departamentos de origen de los excursionistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

En cuanto a los departamentos de origen de los excursionistas encuestados, el departamento con mayor participación del total de este grupo perteneció a Cundinamarca con el **91,7%**; y el restante **8,3%**, correspondió al departamento del Valle del Cauca. Al estar la ciudad de Bogotá ubicada geográficamente en el departamento de Cundinamarca, esto permite y facilita la visita de excursionistas o “Visitantes del día” de diferentes municipios del mencionado departamento a asistir a los diferentes eventos que se realizan en la ciudad. Los municipios de los excursionistas encuestados fueron: Chía, Cajicá y Tabio.

**Gráfica 10.** Departamentos de origen de los excursionistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



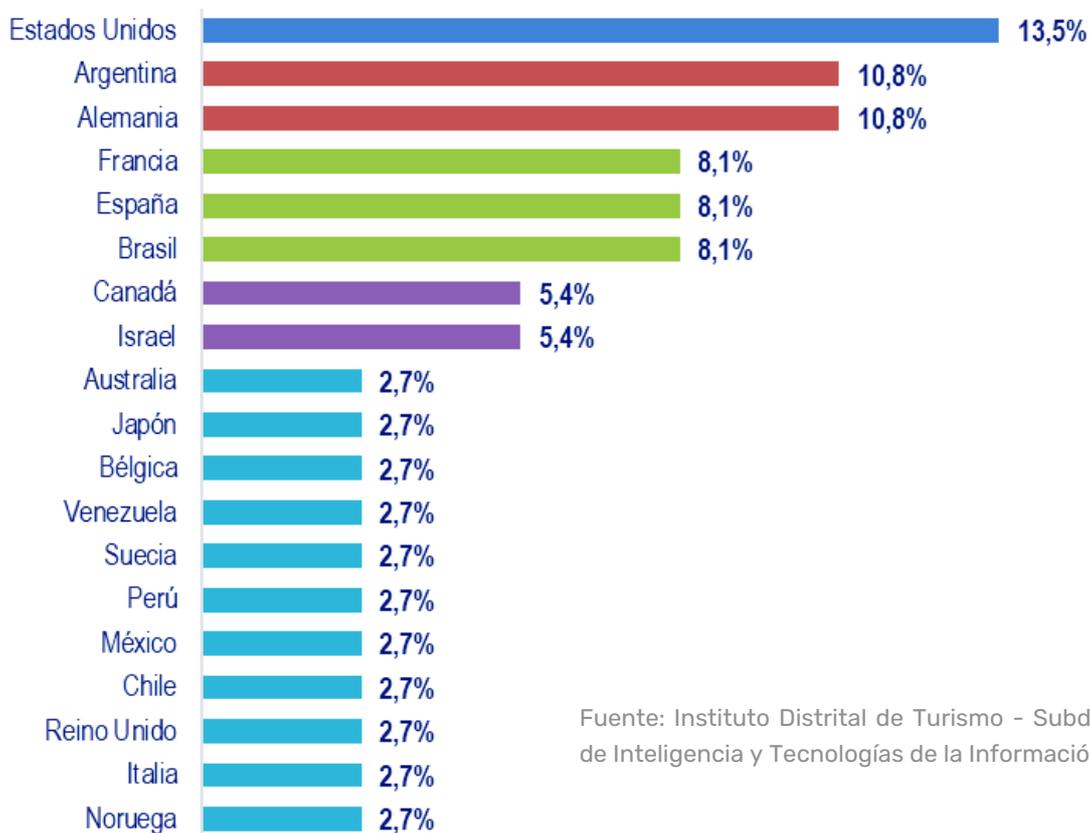
Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información

## 4.6 Países de origen de los turistas internacionales encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

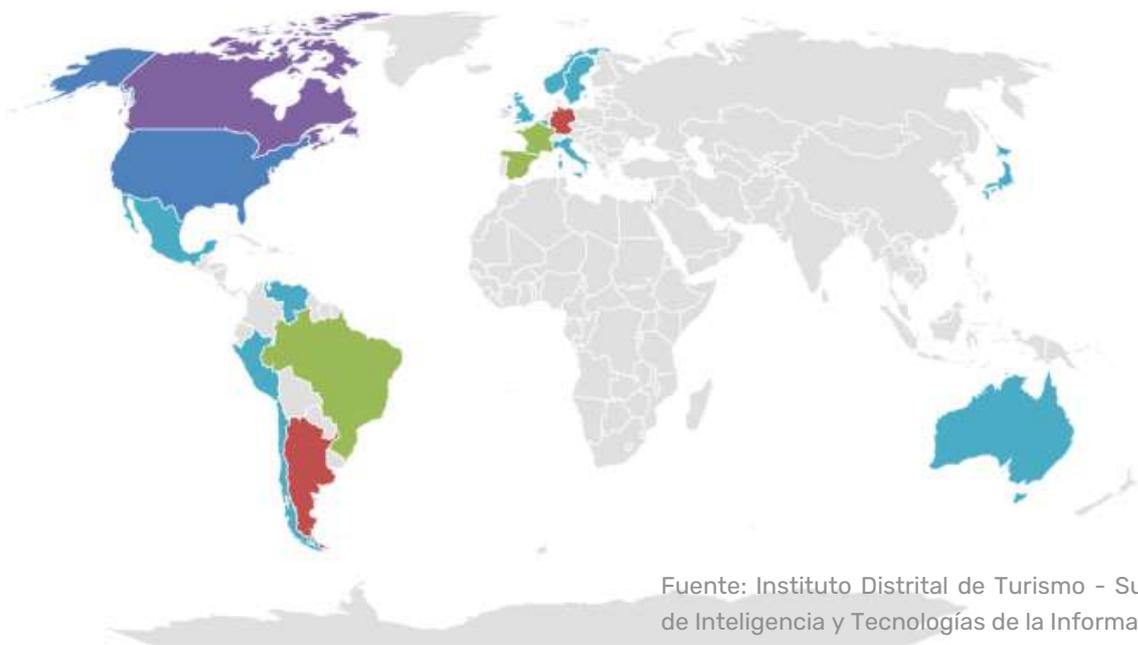
Respecto a los países de origen de los turistas internacionales encuestados en el festival, el país que contó con mayor participación fue Estados Unidos con el **13,5%**; en segundo lugar, Argentina y Alemania, con una contribución del **10,8%**, de forma equivalente. En tercer lugar, y de forma igualitaria, los países Francia, España y Brasil participaron con el **8,1%**. Por otro lado, Canadá e Israel contribuyeron con el **5,4%** del total de turistas internacionales abordados. El resto de países como: Australia, Japón, Bélgica, Venezuela, Suecia, Perú, México, Chile, Reino Unido, Italia y Noruega participaron en menores proporciones al **3,0%**.



**Gráfica 11.** Países de origen de los turistas internacionales encuestados en Alimentarte Food Festival 2023  
2da versión



Fuente: Instituto Distrital de Turismo - Subdirección de Inteligencia y Tecnologías de la Información 2023



Fuente: Instituto Distrital de Turismo - Subdirección de Inteligencia y Tecnologías de la Información 2023

Con tecnología de Bing

## 4.7 Caracterización y percepción de los asistentes encuestados sobre el Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

### 4.7.1 Tipos de acompañantes de los asistentes encuestados

Con respecto a los tipos de acompañantes de los asistentes encuestados, la categoría de acompañante que más destacó fue "Familiares" con un 66,7% para los excursionistas, 40,8% para los residentes, 30,8% para los turistas nacionales y 29,7% para los turistas internacionales. En segundo lugar, "Amigos(as)" fue el tipo de acompañantes que más destacó en las subpoblaciones encuestadas, el 46,2% de los turistas nacionales y el 40,5% de los turistas internacionales afirmaron asistir con este tipo de acompañante, residentes encuestados y excursionistas participaron con 26,7% y 25,0% respectivamente.

En cuanto a los demás tipos de acompañantes: "Novio(a)Esposo(a)/Pareja/Cónyuge", los residentes y turistas tanto nacionales como internacionales registraron haber asistido con con el 27,3% y el 24,3% respectivamente con este tipo de acompañante, mientras que ninguno de los excursionistas registraron asistir con esta categoría de acompañante.

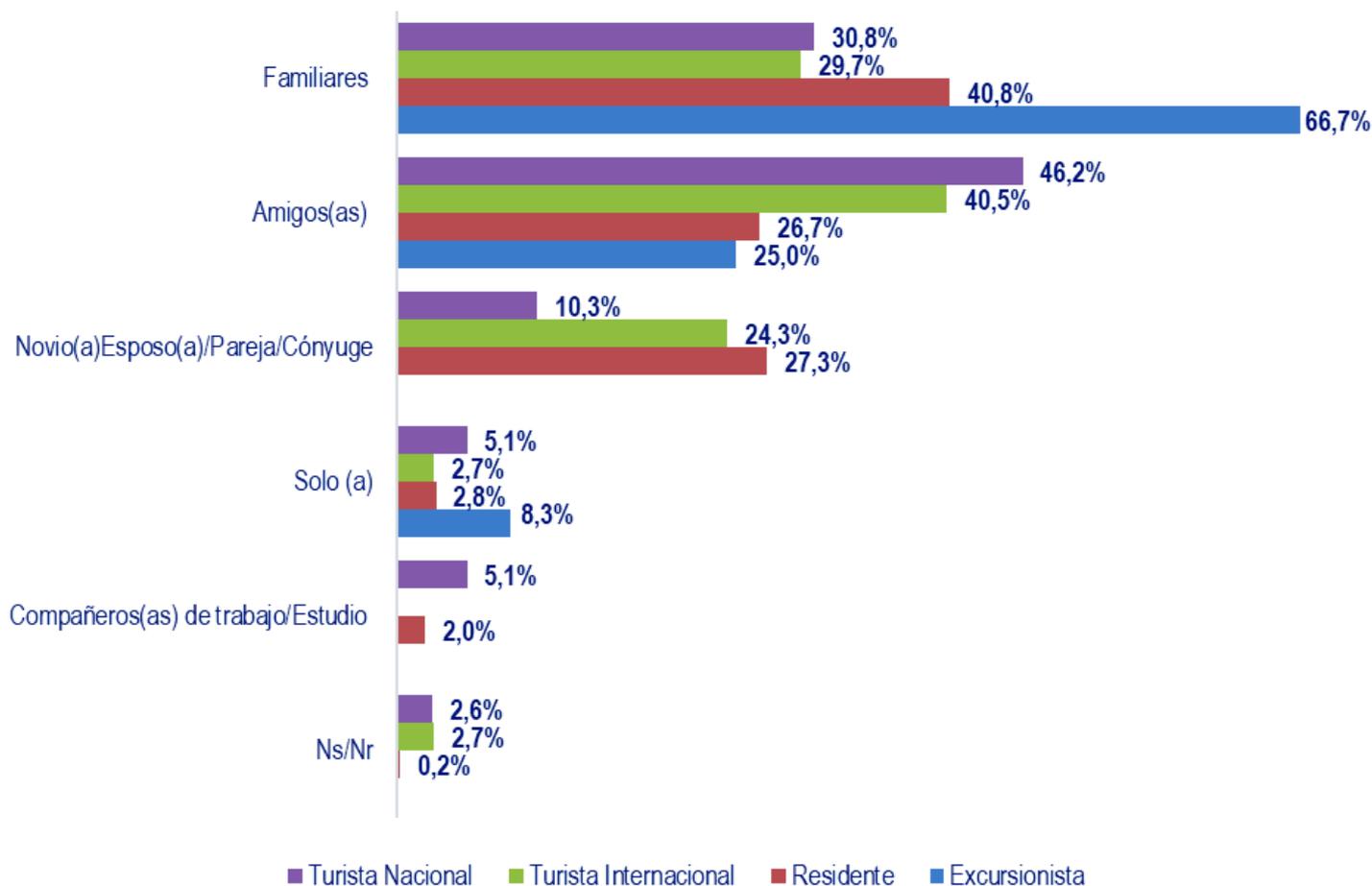
Adicionalmente, en cuanto a las personas encuestadas que afirmaron asistir "Solos(as)" al festival, las subpoblaciones encuestadas registraron haber asistido solos con proporciones menores al 10,0%. Y en cuanto a "Compañeros(as) de trabajo/estudio", para esta categoría se registraron respuestas de turistas nacionales y residentes con participaciones menores al 6,0%. Finalmente, quienes registraron la opción "No sabe/No responde" participaron con contribuciones menores al 3,0% de cada subpoblación encuestada en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión.



Fuente: Fundación Corazón Verde



**Gráfica 12.** Tipos de acompañantes por grupo encuestado en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

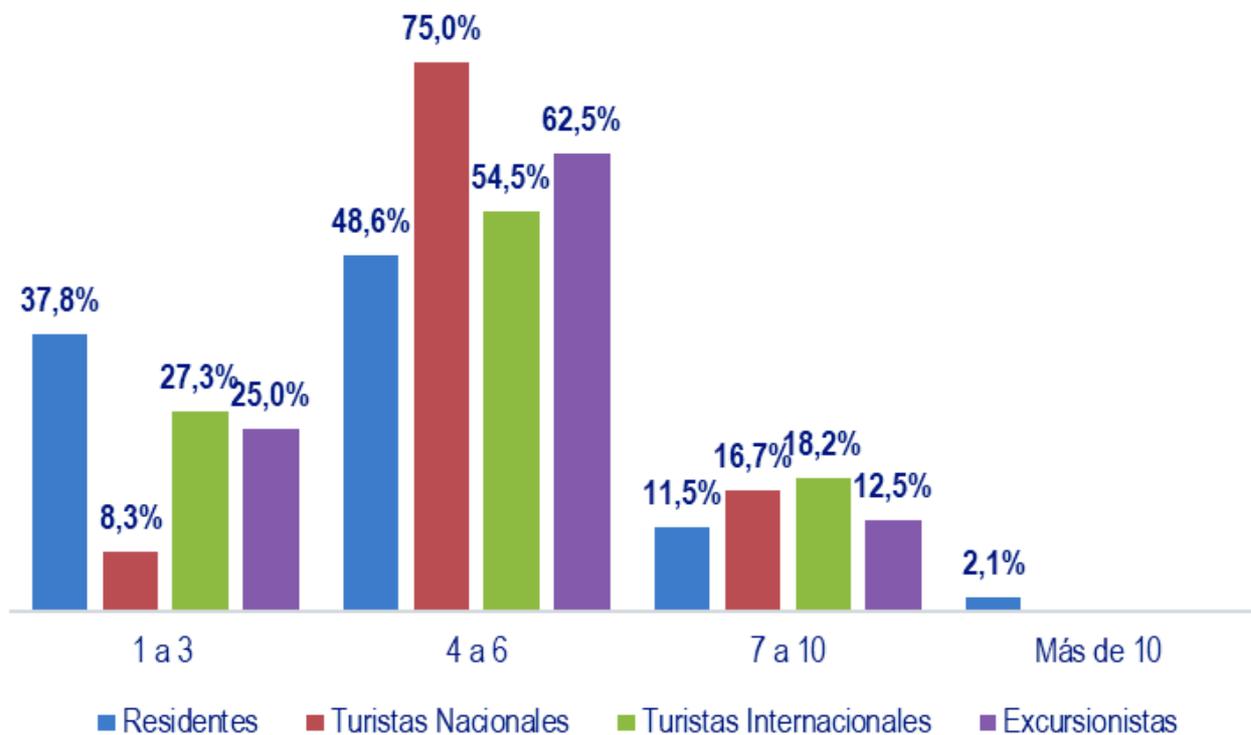
#### 4.7.2. Cantidad de acompañantes familiares por grupos de encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

Con el fin de identificar la cantidad de acompañantes familiares con que los asistentes encuestados estuvieron en el festival, se establecieron rangos de “1 a 3” acompañantes, de “4 a 6”, de “7 a 10” y “Más de 10” acompañantes”. Adicionalmente, se indagó sobre la cantidad de “adultos” y “menores” asistentes por cada grupo abordado de quienes afirmaron asistir con “Familiars” a esta actividad gastronómica.



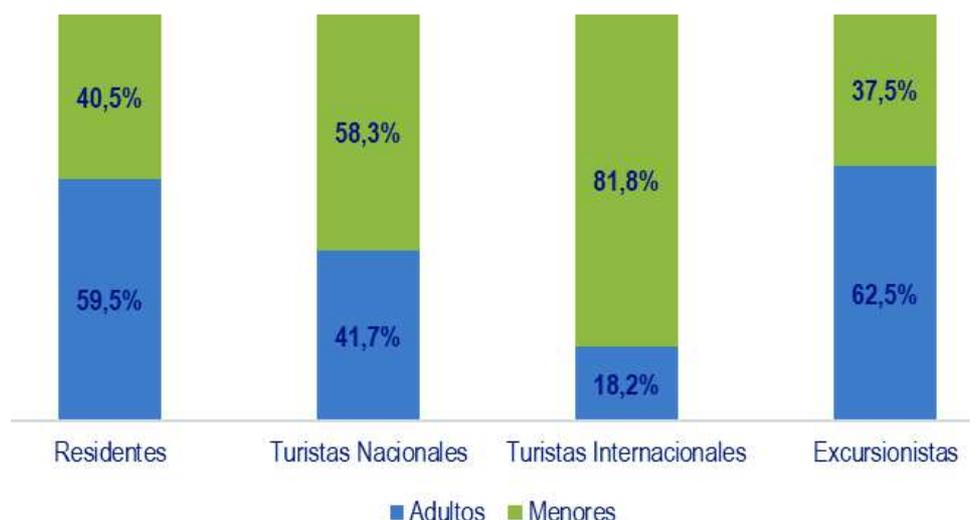
Como se evidencia en la siguiente gráfica, el rango que obtuvo mayor participación entre las subpoblaciones encuestadas fue de “4 a 6” acompañantes familiares, el grupo de encuestados que mayor participó en este rango fue “Turistas Nacionales” con el **75,0%**, seguido por el grupo “Excursionistas” con el **62,5%**; en tercer lugar, “Turistas Internacionales” con el **54,5%**; y por último, el grupo “Residentes” contribuyó con el **48,6%** en este rango de acompañantes familiares. Por otro lado, el grupo de encuestados que mayor destacó en el rango de “1 a 3” acompañantes familiares fue “Residentes” con el **37,8%**, seguido por “turistas Internacionales” con el **27,3%** y “Excursionistas” con el **25,0%**. Los rangos de “7 a 10” y “Más de 10” acompañantes familiares participaron en menores proporciones al **20,0%**.

**Gráfica 13.** Rangos de familiares acompañantes por subpoblaciones encuestadas en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

**Gráfica 14.** Adultos y menores acompañantes por subpoblaciones encuestadas en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



Con respecto al total de acompañantes “Familiares” de los asistentes encuestados, en la gráfica anterior se evidencia la participación por “Adultos” y “Menores” por grupo de encuestados, se evidencia una participación significativa de adultos con el **62,5%** para el grupo de “Excursionistas” encuestados y del **59,5%** para el grupo de “Residentes” encuestados, comportamiento indirectamente proporcional para los grupos “Turistas Nacionales” y “Turistas Internacionales”, quienes afirmaron que del total de familiares acompañantes el **58,3%** y **81,8%** eran menores de edad.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, se puede evidenciar que el evento en ciudad Alimentarte Food Festival 2023 2da versión es una actividad atractiva principalmente para familias, al proponer un ambiente con experiencias para todo tipo de público, un espacio verde para la convivencia sana y compartir un fin de semana con familiares tanto adultos como menores, además del acceso libre a mascotas dentro del festival.

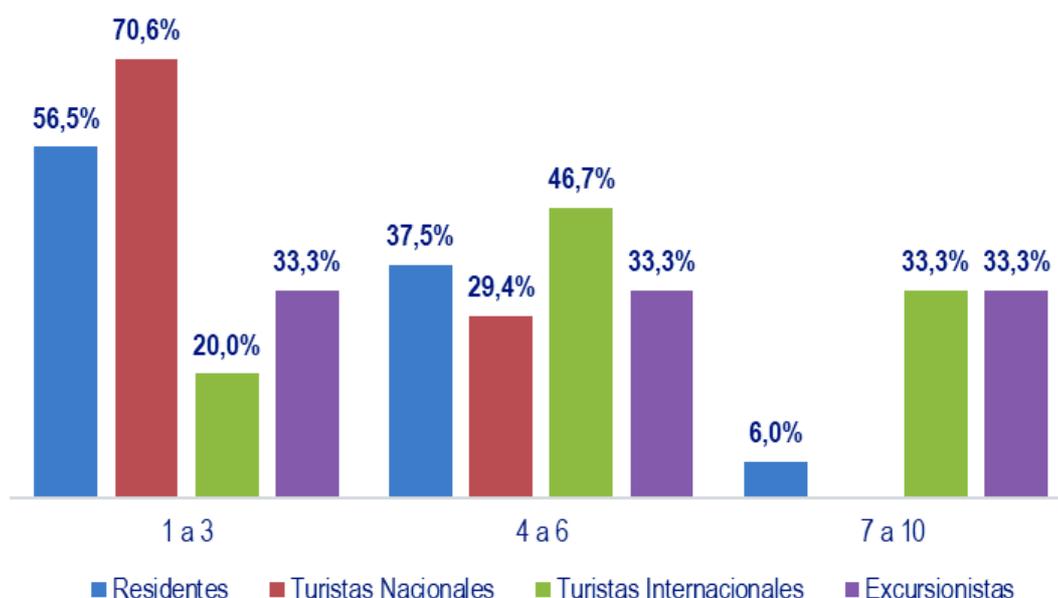


### 4.7.3 Rangos de acompañantes amigos (as) por grupos de encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

Con respecto a las personas que contestaron que asistían con “Amigos” al evento, el rango que obtuvo mayor participación entre los grupos encuestados fue de “1 a 3” acompañantes amigos (as) y el grupo de encuestados que mayor participó en este rango fue “Turistas Nacionales” con el **70,6%**, seguido por el grupo “Residentes” con el **56,5%**; en tercer lugar, “Excursionistas” con el **33,3%**; y por último, el grupo “Turistas Internacionales” contribuyeron con el **20,0%** en este rango de “Amigos (as)” acompañantes.

Por otro lado, el grupo de encuestados que mayor destacó en el rango de “4 a 6” acompañantes “Amigos (as)” fue “Turistas Internacionales” con el **46,7%**, seguido por los “Residentes” encuestados con el **37,5%**, “Excursionistas” con el **33,3%**; y por último, “Turistas Nacionales” con el **29,4%** del total de este rango de acompañantes “Amigos (as)”. Finalmente, para el rango de “7 a 10” Amigos(as) acompañantes, se registraron respuestas de “Excursionistas”, “Turistas Internacionales” y “Residentes” quienes registraron contribuciones de 33,3% y de 6,0%.

**Gráfica 15.** Rangos de amigos (as) acompañantes por grupo de encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.



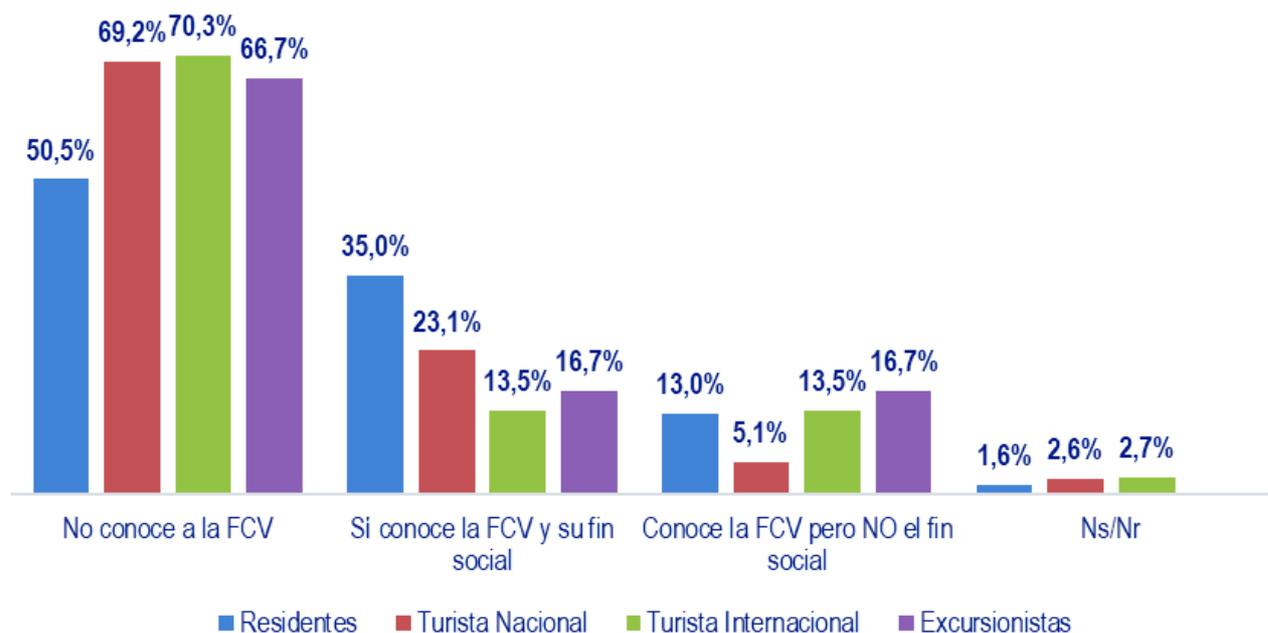
#### 4.7.4 Identificación fin social de la Fundación Corazón Verde en los asistentes encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

Con el fin de identificar si los asistentes encuestados en el festival reconocían el fin social de la Fundación Corazón Verde [FCV], la cual tiene como fin “Desarrollar iniciativas sociales que busquen mejorar integralmente la calidad de vida de las familias de los policías de Colombia, Viudas, huérfanos y policías en estado de discapacidad, víctimas de la violencia y el conflicto del país”, se indagó a los encuestados con cuatro opciones de respuestas: “No conoce a la FCV”, “Si conoce la FCV y su fin social”, “Conoce la FCV pero NO el fin social” y “No sabe/no responde”.

Por otro lado, de acuerdo con las respuestas brindadas por los encuestados,

la respuesta que más destacó fue “No conoce a la FCV” con las mayores participaciones de las subpoblaciones encuestadas, principalmente en el grupo de “Turista Internacional” con el **70,3%**, seguido por “Turista Nacional” con el **69,2%**, en tercer lugar, “Excursionistas” con el **66,7%**; y por último, “Residentes” con el **50,5%**. Este último grupo, con el **35,0%** de participación, afirma “Si conocer la FCV y su fin social”, dándole la mayor participación en esta respuesta del total de abordados. Las demás opciones de respuesta participaron con porcentajes menores al **20,0%**

**Gráfica 16.** Identificación fin social de la Fundación Corazón Verde por grupo de encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



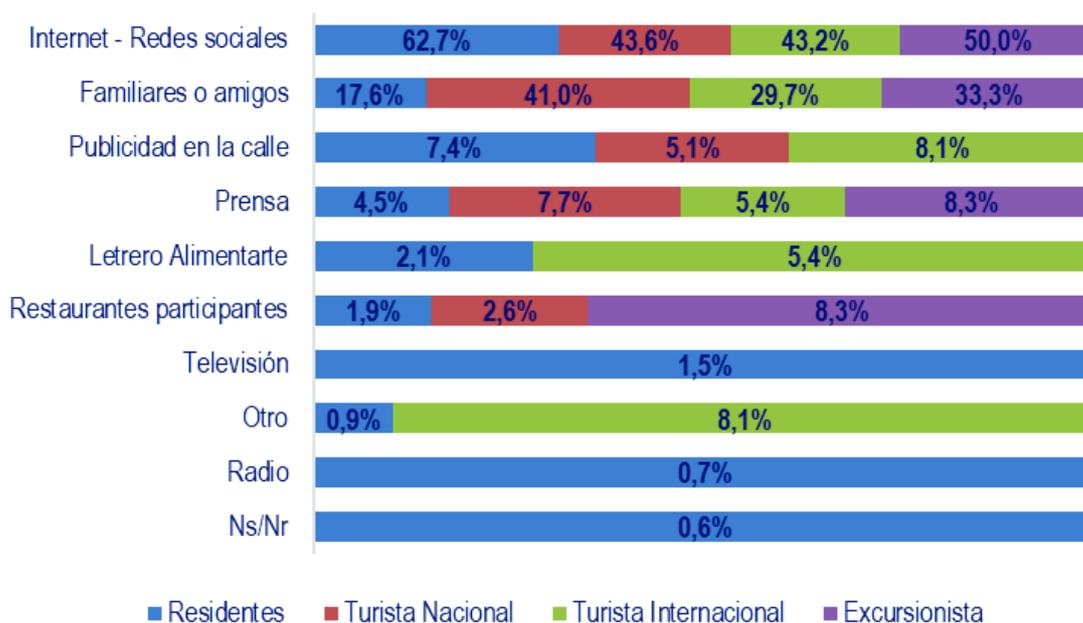
Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

#### 4.7.5 Medios por los cuales los asistentes encuestados se enteraron de Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

El principal medio por el cual los grupos de asistentes encuestados se enteraron de Alimentarte Food Festival fue por “Internet-Redes sociales”. El grupo de encuestados que más participó en esta categoría fueron los “Residentes” con el **62,7%** de participación, seguido por “Excursionistas” con el **50,0%**, y los grupos “Turista Nacional” y “Turista Internacional” contribuyeron con porcentajes casi del **44,0%** de forma equivalente. Otro de los medios con mayor participación en las respuestas de los encuestados fue por “Familiares o amigos”, en este caso “Turista Nacional” participó con el **41,0%**, seguido por “Excursionista” con el **33,3%**,

“Turista Internacional” con el **29,7%**; y por último, “Residentes” con el **17,6%**. El resto de medios como: Prensa, Letrero Alimentarte, Restaurantes participantes, Televisión, Otro y Radio participaron en menores proporciones al **10,0%**. Cabe destacar que el grupo de “Residentes” encuestados fueron quienes mencionaron todo tipo de medios. Finalmente, quienes contestaron “Otro” medio, los encuestados afirmaron haberse enterado por: “trabajo”, “haber asistido antes”, “Por qué viven en la localidad”, “por la aplicación Tu Boleta”, “caminando por el parque” y por medio de la Fundación Corazón Verde.

**Gráfica 17.** Medios por los cuales los asistentes encuestados se enteraron del Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

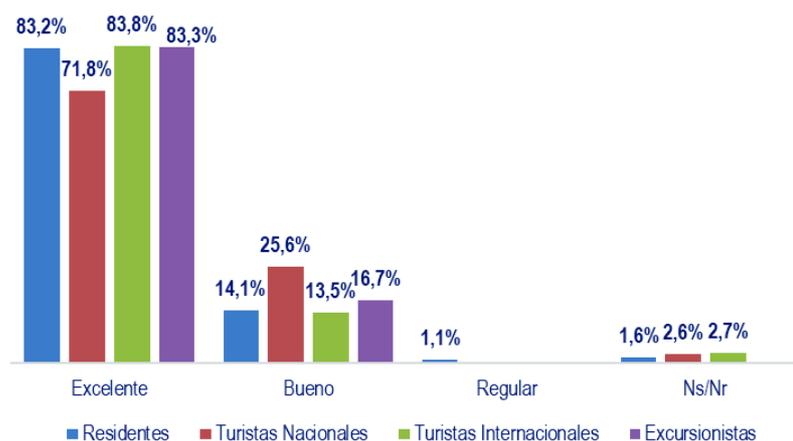


## 4.7.6 Percepción y evaluación de los asistentes encuestados sobre el Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

Para la calificación de aspectos sobre el festival, los grupos encuestados respondieron con las categorías: “Excelente”, “Bueno”, “Regular”, “Malo” y “No sabe/No responde”. Para este aspecto a evaluar sobre “Expositores (restaurantes y otros)” la mayoría de los grupos encuestados registraron “Excelente” con porcentajes mayores al **70,0%**. Los “Turistas Internacionales” se llevaron el mayor porcentaje de participación en este aspecto. Cabe destacar también que esta contribución fue casi equivalente para “Excursionistas” y “Residentes” encuestados.

En cuanto al aspecto “Seguridad”, los grupos encuestados respondieron con la categoría “Excelente” con porcentajes mayores al **80,0%**. Los “Turistas Internacionales” contribuyeron con el 100,0% de participación en este aspecto. En contraparte, pequeñas proporciones menores al **3,0%** afirmaron que era “Regular” y “Malo” este aspecto del festival; y el **1,0%** de los “Residentes” encuestados quedaron registrados como “No sabe/No responde”.

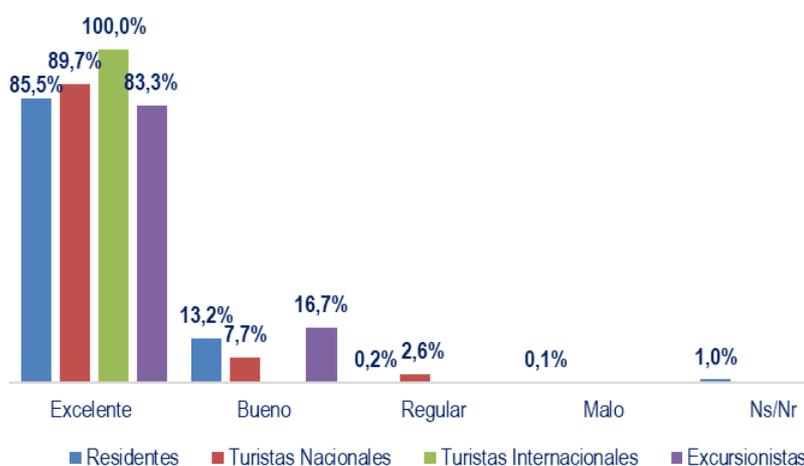
**Gráfica 18.** Percepción de los asistentes encuestados sobre los “Expositores (restaurantes y otros)” en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

**Nota:** para este aspecto a evaluar no se registraron respuestas con la categoría “Malo” en los asistentes encuestados.

**Gráfica 19.** Percepción de los asistentes encuestados sobre la “Seguridad” en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



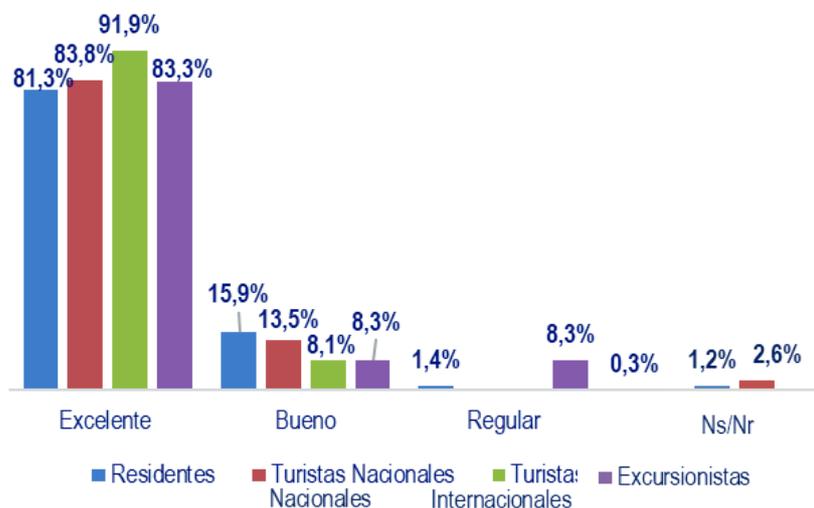
Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.



Por otro lado, en cuanto al aspecto “Logística”, los grupos de encuestados registraron la calificación “Excelente” con participaciones mayores al **80,0%**, seguido por “Bueno” con puntuaciones menores al **20,0%**. Sin embargo, el **8,3%** de los “Excursionistas” encuestados afirmaron que fue “Regular” y para el 0,3% de los “Residentes” encuestados fue “Malo” este aspecto del festival. Por último, el 1,2% de los “Residentes” y el **2,6%** de los “Turistas Nacionales” fueron registrados como “No sabe/No responde”.

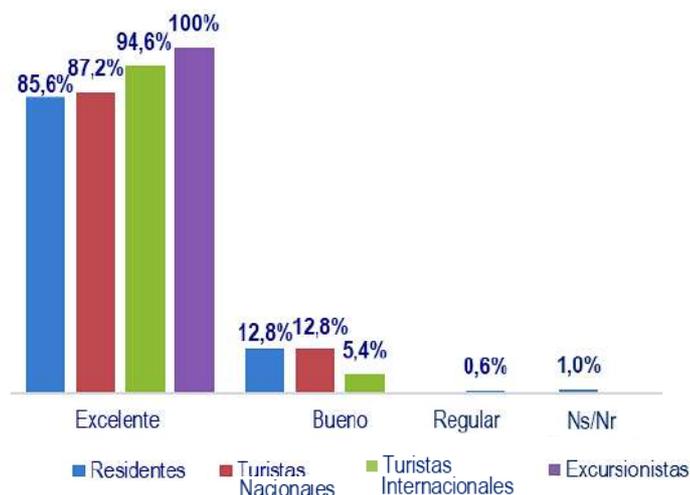
Para el aspecto “Aseo y limpieza” en el festival, los grupos encuestados respondieron con la categoría “Excelente” con porcentajes mayores al 85,0%. Los “Excursionistas” encuestados contribuyeron con el 100,0% de participación en este aspecto. Adicionalmente, la calificación “Bueno” obtuvo participaciones menores al **15,0%** para cada grupo de encuestados. Y en contraparte, pequeñas proporciones menores al **1,0%** afirmaron que era “Regular”. Por último, el **1,0%** de los “Residentes” encuestados quedaron registrados como “No sabe/No responde” en este espacio.

**Gráfica 20.** Percepción de los asistentes encuestados sobre la “Logística” en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

**Gráfica 21.** Percepción de los asistentes encuestados sobre el “Aseo y la limpieza” en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

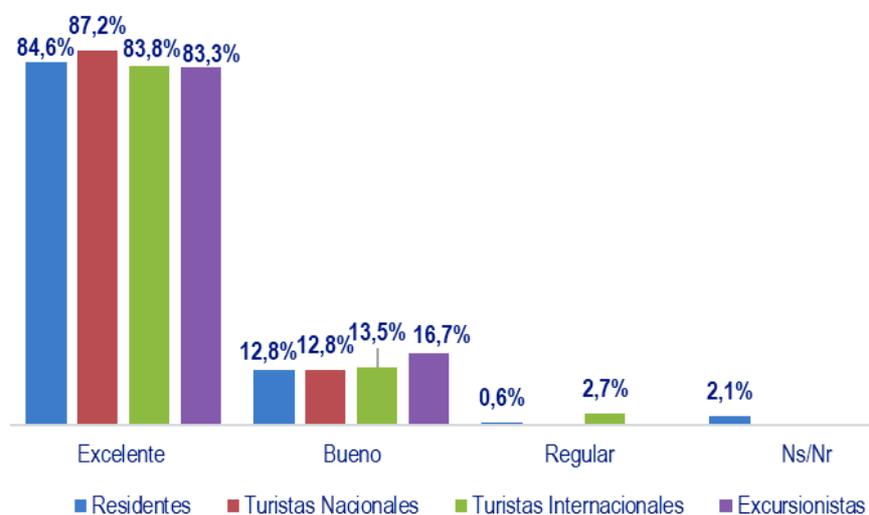


Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

**Nota:** para este aspecto a evaluar no se registraron respuestas con la categoría “Malo” en los asistentes encuestados.

Finalmente, la “Valoración general” que los grupos de encuestados asignaron al festival fue “Excelente” con porcentajes mayores al 80,0%. En segundo lugar, la calificación “Bueno” obtuvo participaciones menores al 17,0% para cada grupo de encuestados. Y en contraparte, pequeñas proporciones menores al 3,0% afirmaron que era “Regular”. Por último, el 2,1% de los “Residentes” encuestados quedaron registrados como “No sabe/No responde” en este espacio.

**Gráfica 22.** “Valoración general” de los asistentes encuestados sobre el Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

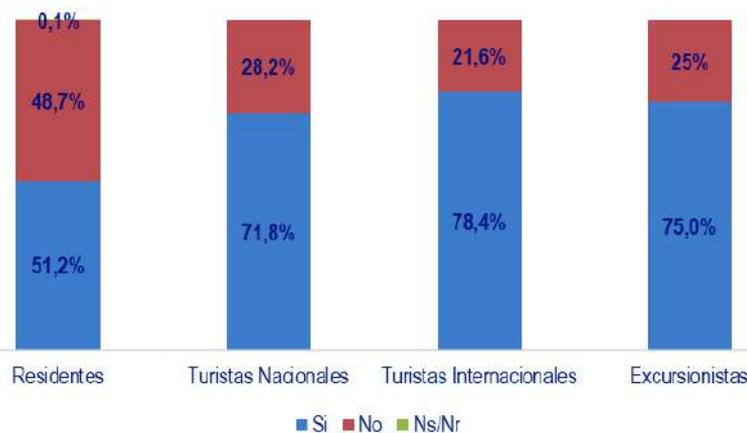


Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

#### 4.7.7 Grupos de personas encuestadas que han asistido a versiones anteriores del Alimentarte Food Festival y su percepción frente a la 2da versión 2023

Con el fin de indagar sobre las personas encuestadas que habían asistido a versiones anteriores del festival, el 78,4% de los “Turistas Internacionales” afirmaron Sí haber estado en este evento gastronómico, seguido por el 75,0% de los “Excursionistas”; posteriormente, “Turistas Nacionales” con el 71,8%; y finalmente, el 51,2% de los “Residentes” encuestados comunicaron haber estado en versiones anteriores de Alimentarte, en contraparte, el restante 48,7% afirmaron NO haber estado antes, y el restante 0,1% de este grupo fueron registrados como “No sabe/No responde en este espacio.

**Gráfica 23.** Subpoblaciones encuestadas que han asistido a versiones anteriores de Alimentarte Food Festival



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

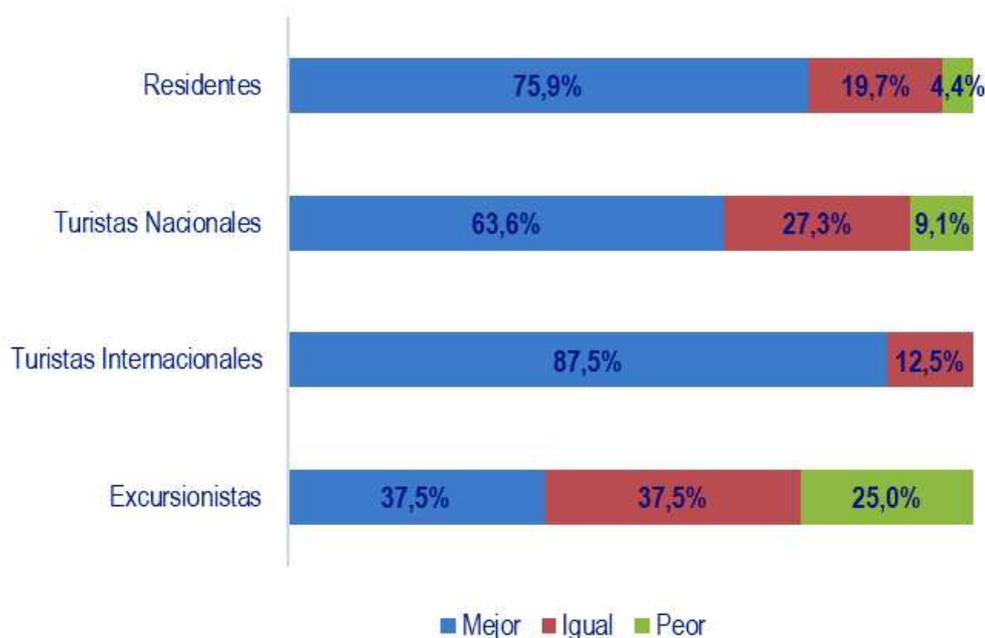


#### 4.7.7.1 Percepción de los encuestados que han asistido a versiones anteriores del Alimentarte Food Festival frente a la 2da versión 2023

Teniendo en cuenta las personas que afirmaron Si haber estado en versiones anteriores de Alimentarte Food Festival, para este grupo de abordados se indagó sobre la percepción de la 2da versión 2023 frente a las anteriores. Los hallazgos encontrados para “Residentes encuestados” fueron: **75,9%** de este grupo afirmaron que era “Mejor”, el **19,7%** comunicó que es “Igual”; y el restante **4,4%**, consideraron que fue “Peor”. Por otro lado, para los “Turistas Nacionales”: **63,6%** de este grupo afirmaron que era “Mejor”, el **27,3%** consideró que es “Igual”; y el restante **9,1%**, afirmaron que fue “Peor”.

En tercer lugar, para los “turistas Internacionales”: el **87,5%** consideraron que fue “Mejor”; y el restante **12,5%** afirmaron que fue “Igual”. Por último, para los “Excursionistas” encuestados estos calificaron casi de forma equivalente las 3 opciones de respuesta, por un lado para el **37,5%** fue “Mejor,” al igual para los que contestaron la opción “Igual”; y el restante **25,0%**, consideraron que fue “Peor” esta edición frente a las anteriores.

**Gráfica 24.** Percepción de los encuestados que han asistido a versiones anteriores Food Festival frente a la 2da versión 2023



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

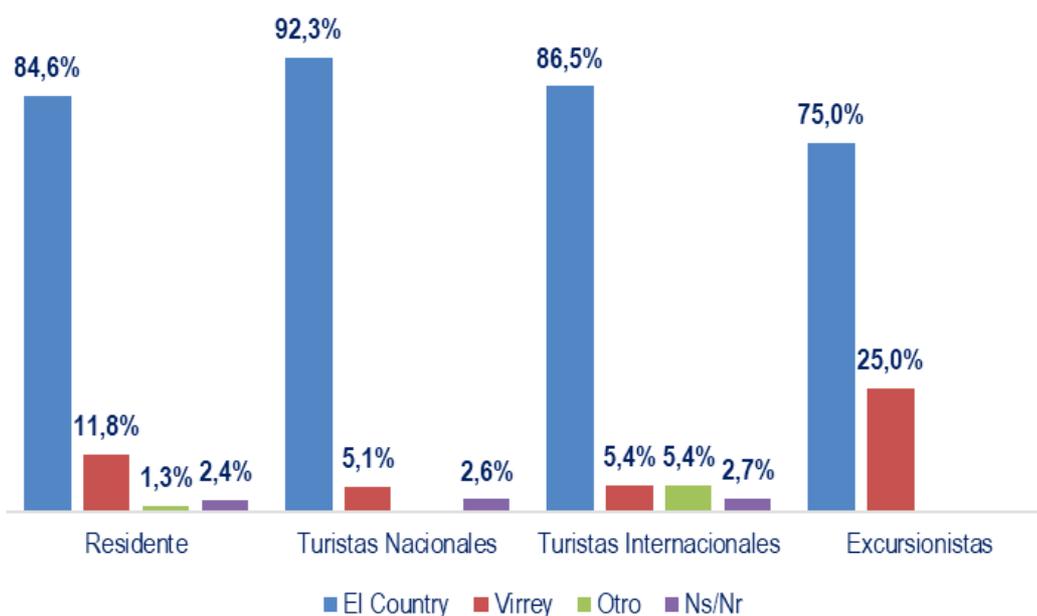


#### 4.7.8 Locación de preferencia para realizar el Alimentarte Food Festival según los asistentes encuestados en la 2da versión 2023

En esta edición 21 del Alimentarte Food Festival, su nueva sede el parque El Country, y con el fin de identificar la comodidad de los asistentes frente a esta nueva locación frente a la que anteriormente siempre se había desarrollado, Parque El Virrey, los asistentes encuestados consideraron con participaciones mayores al **70,0%** que El Country era mejor para realizar este festival gastronómico. Sin embargo, se puede evidenciar que para el **25,0%** de los “Excursionistas” encuestados es mejor El Virrey, seguido por el **11,8%** de los residentes que prefiere también este parque.

Por último, el **5,4%** y **5,1%** de los “Turistas Internacionales” y “Turistas Nacionales” encuestados afirmaron preferir El Virrey. Cabe mencionar que el **5,4%** de los “Turistas Internacionales” y el **1,3%** de los “Residentes” encuestados comunicaron preferir “Otro” lugar para el desarrollo de este evento; los lugares mencionados por estos encuestados fueron: “Parque La 93”, “Parque La Colina” y el “Parque Simón Bolívar”. Finalmente, los porcentaje restantes **2,7%** de “Turistas Internacionales”, **2,6%** de los “Turistas Nacionales” y el **2,4%** de los “Residentes” encuestados fueron registrados con la opción “No sabe/No responde” en este espacio.

**Gráfica 25.** Locación de preferencia para realizar el Alimentarte Food Festival por subpoblaciones encuestadas en la 2da versión 2023



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

#### 4.7.9 Gasto total por subpoblación y tipo de acompañantes de los encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

En el evento Alimentarte Food Festival 2023 2da versión, se llevó a cabo un análisis detallado del gasto total por subpoblación y por tipo de acompañantes (subcategorías), lo que arroja luz sobre los hábitos de gasto en el evento de los asistentes. En primer lugar, los “Excursionistas” presentan el gasto total promedio más elevado, con un valor de **\$286.667 COP**, este rubro indica que quienes asisten al evento como excursionistas realizan un desembolso significativo. En segundo lugar, con un valor casi igualitario, los “Turistas Internacionales” obtuvieron un gasto total promedio de **\$247.127 COP**, aunque ligeramente inferior al de los excursionistas, sigue siendo notablemente alto. En tercer lugar, los “Residentes” encuestados, que son la subpoblación más grande y la comunidad principal del evento, arrojan un gasto total promedio de **\$161.754 COP**. En cuarto y último lugar, pero no menos importante, los “Turistas Nacionales” registraron un gasto total promedio de **\$139.487 COP**, a pesar de ser la subpoblación con el menor gasto promedio, sigue contribuyendo al evento de manera significativa.

Por otro lado, en cuanto a los tipos de acompañantes por cada grupo de encuestados, la subcategoría “Solo (a)” tiende a generar el menor gasto promedio en la mayoría de las subpoblaciones.

Sin embargo, es importante destacar que, en el caso de los “Residentes”, la variación en este valor es alta, indicando que hay una mayor dispersión en los gastos en esta categoría. En otras subpoblaciones, la desviación es cero, ya que solo una persona indicó asistir “Solo(a)” en dicha subpoblación. Lo mencionado anteriormente, puede hacer que el valor promedio sea menos confiable debido a la falta de datos.

Adicionalmente, en cuanto a la subcategoría “Familiares”, esta sobresale por tener un alto gasto total promedio en la mayoría de las subpoblaciones. Además, su coeficiente de variación con respecto a la media es aceptable, lo que sugiere una relativa consistencia en los patrones de gasto dentro de esta subcategoría.

En términos generales, es relevante destacar que el gasto total promedio en el evento Alimentarte Food festival 2023 2da versión, osciló entre **\$139.000** y casi **\$287.000** pesos colombianos. Se destaca que los excursionistas tienen un gasto alto, lo cual es relevante para planificaciones de futuras ediciones del evento.



**Gráfica 26.** Promedio de gasto total por subpoblación y tipo de acompañantes (subcategorías) de los asistentes encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

SUBPOBLACIÓN	SUBCATEGORIA	Promedio de Total Gasto	Desviación de Total Gasto	Coefficiente de Variación de Total Gasto
RESIDENTE	Solo (a)	60967,7	69530,9	114,0%
	Novio(a)/esposo(a)/Pareja/cónyuge	130343,4	126338,1	96,9%
	Amigos(as)	141865,1	118774,5	83,7%
	Compañeros(as) de trabajo/Estudio	284090,9	727234,2	256,0%
	Familiares	196726,0	166614,1	84,7%
	Otros	175000,0	25000,0	14,3%
	No informa acompañante	140000,0	40000,0	28,6%
	<b>General</b>	<b>\$161.754,7</b>	<b>\$178.226,9</b>	<b>110,2%</b>
TURISTA NACIONAL	Solo (a)	100000,0	0,0	0,0%
	Novio(a)/esposo(a)/Pareja/cónyuge	50000,0	86602,5	173,2%
	Amigos(as)	140000,0	121243,6	86,6%
	Compañeros(as) de trabajo/Estudio	50000,0	50000,0	100,0%
	Familiares	201666,7	126282,3	62,6%
	<b>General</b>	<b>\$139.487,2</b>	<b>\$124.857,8</b>	<b>89,5%</b>
TURISTA INTERNACIONAL	Solo (a)	200000,0	0,0	0,0%
	Novio(a)/esposo(a)/Pareja/cónyuge	222633,3	215176,5	96,7%
	Amigos(as)	329333,3	219255,3	66,6%
	Familiares	175454,5	146744,3	83,6%
	No informa acompañante	70000,0	0,0	0,0%
	<b>General</b>	<b>\$247.127,0</b>	<b>\$206.092,6</b>	<b>83,4%</b>
EXCURSIONISTA	Solo (a)	200000,0	0,0	0,0%
	Amigos(as)	283333,3	62361,0	22,0%
	Familiares	298750,0	188443,5	63,1%
	<b>General</b>	<b>\$286.666,7</b>	<b>\$159.286,6</b>	<b>55,6%</b>

Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

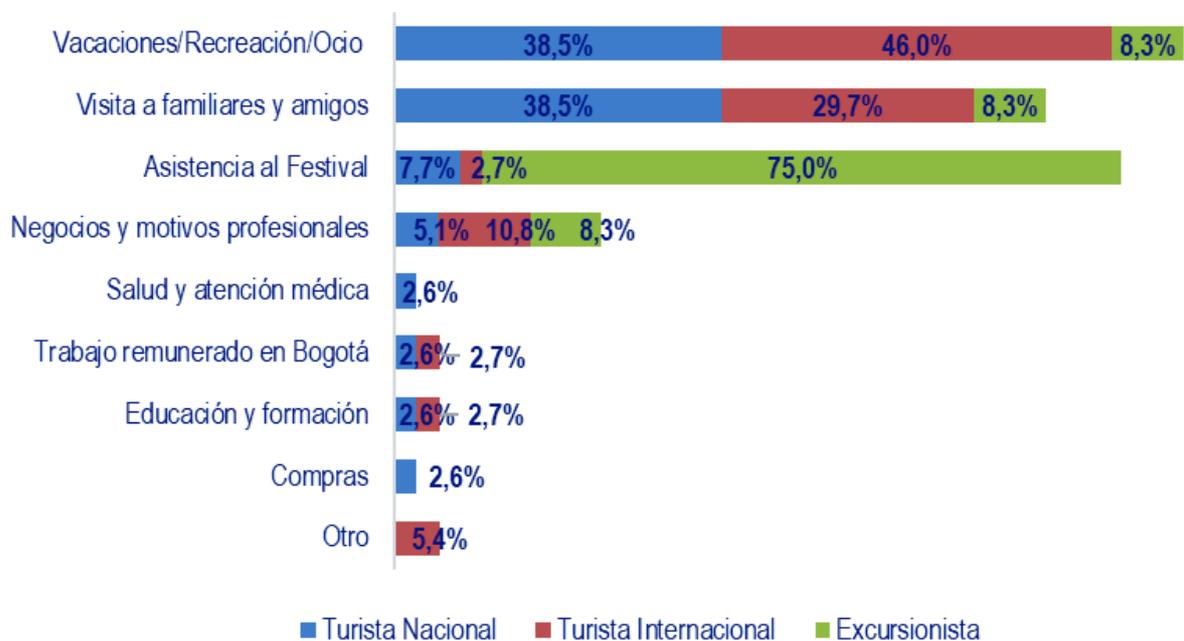


## 4.8 Motivos de viaje de los turistas y excursionistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

Con el fin de identificar las motivaciones de viaje y de visita de los turistas y excursionistas encuestados, la motivación con mayor participación en estos grupos fue “Vacaciones/Recreación/Ocio”, los turistas internacionales participaron con el **46,0%**, seguido por los turistas nacionales con el **38,5%** y excursionistas con el **8,3%**. En segundo lugar, el motivo por el cual los turistas y excursionistas viajaron a Bogotá fue “Visita a familiares y amigos”, en esta categoría los turistas nacionales participaron con el **38,5%**, seguido por los turistas internacionales con el **29,7%**.

Por último, los excursionistas encuestados contribuyeron con el **8,3%**. En tercer lugar, “la motivación “Asistencia al festival Alimentarte”, en la cual los excursionistas encuestados se llevaron el protagonismo con el **75,0%** de participación, mientras que turista nacional obtuvo el **7,7%** y turista internacional el **2,7%**. De acuerdo a esto, se puede evidenciar que los eventos en ciudad, como lo es en este caso el Alimentarte Food Festival, genera desplazamiento de excursionistas y turistas a la ciudad. Finalmente, el resto de motivos de viaje contribuyeron en menores proporciones al **11,0%**.

**Gráfica 27.** Motivos de viaje a la ciudad de los turistas y excursionistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



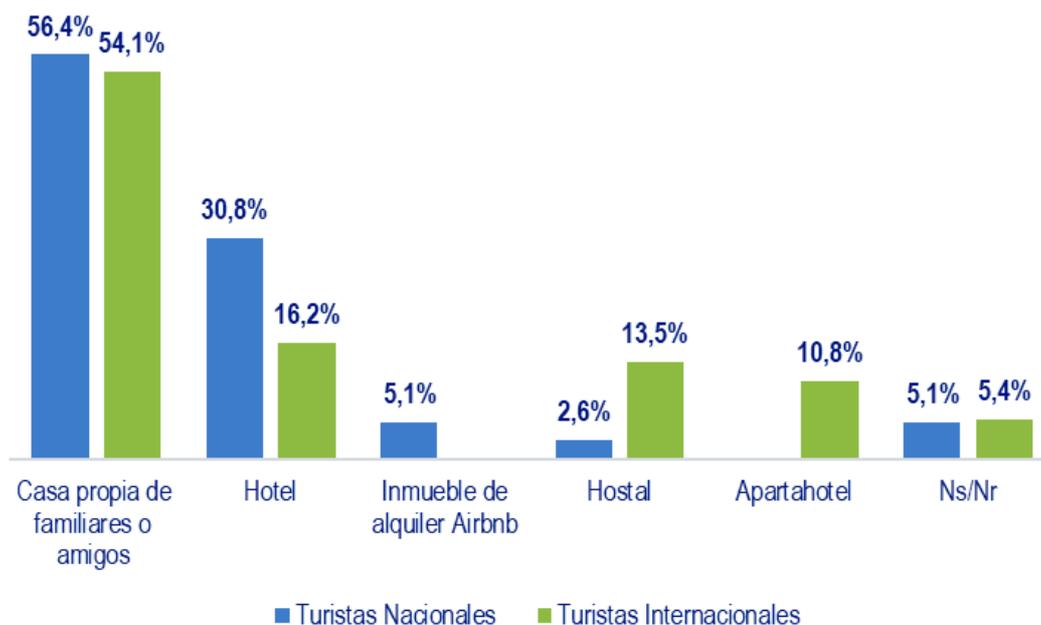
Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

## 4.9 Tipos de alojamiento de los turistas encuestados en Alimentarte Food festival 2023 2da versión

El tipo de alojamiento que los turistas nacionales e internacionales utilizaron principalmente para su estadía en la ciudad fue “Casa propia, de familiares o amigos” con porcentajes casi equivalentes para cada grupo, el **56,4%** para los nacionales y el **54,1%** para los internacionales. En segundo lugar, el alojamiento que los turistas utilizaron fue “Hotel”, el **30,8%** de los nacionales registraron hospedarse en este tipo de alojamiento, mientras que los internacionales participaron con el **16,2%** en esta categoría.

Por otro lado, tipos de alojamiento como “Hostal” y “Apartahotel” tuvieron relevancia para los turistas internacionales, principalmente, como se observa en la gráfica a continuación, el **13,5%** de los turistas internacionales se alojaron en “Hostal” y el **10,8%** en “Apartahotel”. Finalmente, el **5,1%** de los nacionales y el **5,4%** de los internacionales se registraron con la opción “No sabe/No responde” en este espacio.

**Gráfica 28.** Tipos de alojamiento de los turistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.



## 5.0 Promedio de noches pernoctadas por los turistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión

En promedio, un turista nacional permanece en Bogotá durante 3.4 noches, mientras que un turista internacional tiene una estadía promedio de 17.3 noches. Sin embargo, es notable que la variabilidad con respecto a la estadía promedio es significativamente mayor para los turistas internacionales, con una variación del **341.8%**, en comparación con el **66.6%** de variación observada en los turistas nacionales. Lo que indica una mayor dispersión en la duración de las estadías de los turistas internacionales. Estos resultados sugieren que los datos sobre la duración de la estadía de los turistas nacionales tienden a ser más consistentes en comparación con los de los turistas internacionales.

**Gráfica 29.** Número de noches promedio pernoctadas por los turistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 eda versión

Turistas	Promedio noches	Desviación Estándar	Coefficiente de Variación
Internacionales	17.3	59.2	341.8
Nacionales	3.4	2.3	66.6

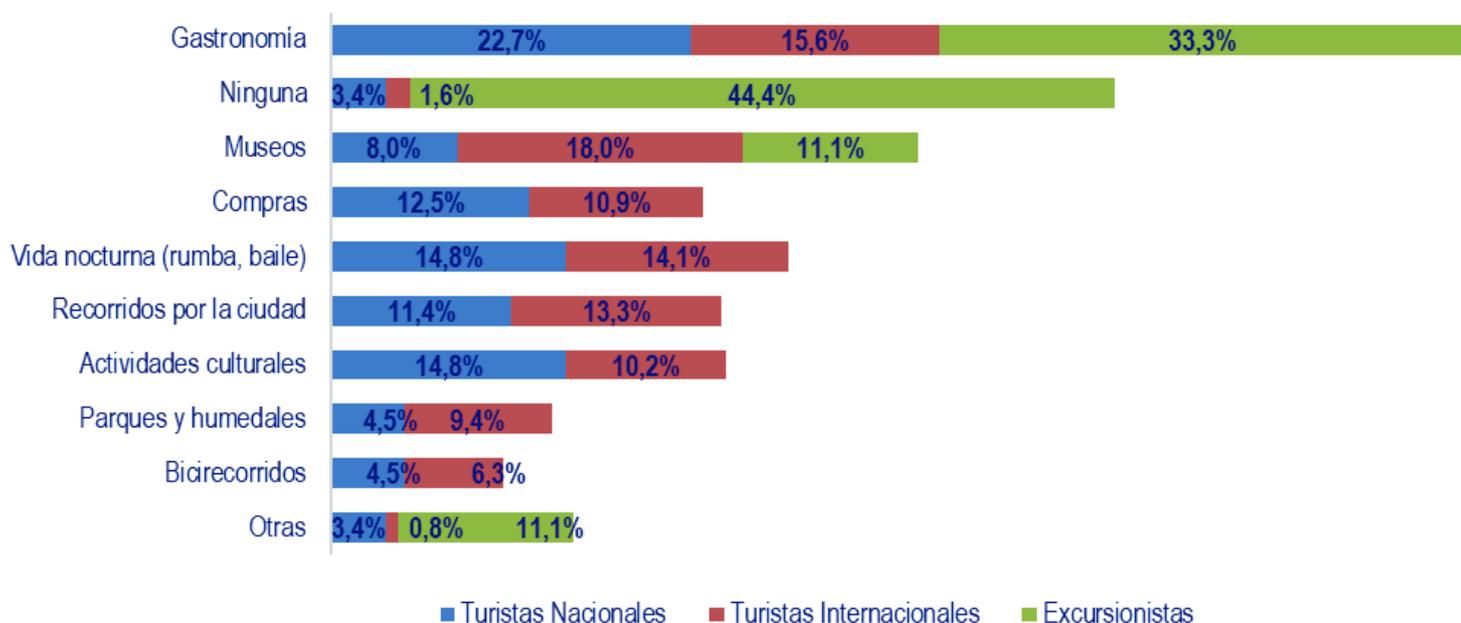
Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.



## 5.1 Otras actividades que los turistas y excursionistas encuestados realizaron durante su estadía en la ciudad

Con el fin de identificar “Otras actividades” que los turistas y excursionistas realizan durante su estadía en la ciudad, se brindó la opción a los abordados de seleccionar múltiples actividades en este espacio, y la actividad con mayor participación entre los turistas y excursionistas fue “Gastronomía”, principalmente para los excursionistas encuestados con el **33,3%**, seguido por los turistas nacionales con el **22,7%**; y turistas internacionales con el **15,6%**. En segundo lugar, el **44,4%** de los excursionistas encuestados afirmaron que no realizarían “Ninguna” otra actividad en la ciudad, mientras que el **3,4%** de los nacionales y el **1,6%** de los internacionales participaron con proporciones mucho menores a los excursionistas en esta categoría de respuesta. En cuanto a la actividad “Museos”, el **18,0%** de los turistas internacionales afirmaron que realizaron o realizarían esta actividad, seguido por el **11,1%** de los excursionistas; y por último, el **8,0%** de los turistas nacionales. Finalmente, el resto de actividades como: compras, vida nocturna, recorridos por la ciudad, actividades culturales, parques y humedales, bicirecorridos y “otras actividades” participaron en menores proporciones al **15,0%**.

**Gráfica 30.** Otras actividades realizadas en la ciudad por los turistas y excursionistas encuestados en Alimentarte Food Festival 2023 2da versión



Fuente: Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

## 6 CONCLUSIONES

1. El género que más destacó entre los grupos de encuestados fue “Femenino” para residentes, turistas nacionales e internacionales; para excursionistas el género “Masculino” obtuvo una mayor participación.
2. El rango de edad con mayor participación en residentes y turistas fue “De 31 a 45” años, mientras que para los excursionistas los rangos que más destacaron fue “De 18 a 30” y “De 46 a 60” de forma equivalente.
3. La localidad que más resaltó en los residentes encuestados fue Usaquén con casi el 50,0% de participación, esto debido a que la nueva sede del evento se localiza en esta localidad de la ciudad.
4. El departamento de origen con mayor participación en los turistas nacionales encuestados fue Antioquia.
5. El departamento de origen de los excursionistas encuestados fue principalmente Cundinamarca con más del 90,0% de contribución.
6. Los países de origen que más destacaron entre los turistas internacionales encuestados fue Estados Unidos, Argentina y Alemania.
7. El principal acompañante al evento de los asistentes encuestados fue “Familiares”, con un rango significativo entre “4 a 6” familiares acompañantes.
8. Más del 50,0% de cada grupo de encuestados afirmaron “No conocer a la Fundación Corazón Verde”.
9. El medio principal por el cual los encuestados se enteraron del evento fue por “Internet-Redes sociales” y por “Familiares y amigos”.
10. El gasto total promedio en el evento Alimentarte Food festival 2023 2da versión osciló entre \$139.000 y casi \$287.000 pesos colombianos.



**Bogotá**  
tiene mucho que  
**contar**



**OBSERVATORIO**  
DE TURISMO DE BOGOTÁ  
I D T



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

