

INFORME ESTRATEGIA BOGOTÁ A CIELO ABIERTO

Establecimientos Gastronómicos Sector Turismo

A CIELO ABIERTO

BO
GOTA
TA



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO





CLAUDIA NAYIBE LÓPEZ HERNÁNDEZ
Alcaldesa Mayor de Bogotá

CAROLINA DURÁN PEÑA
Secretaria de Desarrollo Económico

KAROL FAJARDO MARIÑO
Directora General
Instituto Distrital de Turismo

DANIEL VALENCIA VALENCIA
Asesor
Observatorio de Turismo

Equipo de Trabajo
LUIS FERNANDO PINEDA GONZALEZ
RAFAEL RICARDO HERNÁNDEZ PALACIOS

Contacto
Instituto Distrital de Turismo
www.idt.gov.co
Bogotá D.C., 2020

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN	3
2	DISEÑO METODOLÓGICO	4
2.1	OBJETIVOS	4
2.1.1	Objetivo General	4
2.1.2	Objetivos Específicos	4
2.2	Metodología de recolección de información de establecimientos gastronómicos y similares	5
2.2.1	Tipo de Investigación	5
2.2.2	Población Objetivo	5
2.2.3	Unidad de observación	5
2.2.4	Unidad de análisis	5
2.2.5	Tipo de Muestra	6
2.2.6	Tamaño de muestra	6
2.2.7	Periodo de recolección	6
2.2.8	Cobertura geográfica	6
2.3	Metodología de recolección de información de comensales	6
2.3.1	Tipo de Investigación	6
2.3.2	Población Objetivo	7
2.3.3	Unidad de observación y análisis	7
2.3.4	Tipo de Muestra	7
2.3.5	Tamaño de muestra	7
2.3.6	Periodo de recolección	7
2.3.7	Cobertura geográfica	7
2.3.8	Precisión de los resultados	7
3	RESULTADOS	8
3.1	ANÁLISIS DE LA OFERTA	8
3.2	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	16
4	CONCLUSIONES	22
5	INDICE DE TABLAS Y GRÁFICAS	24

1. INTRODUCCIÓN

Bogotá es una de las urbes latinoamericanas más importantes, esto por su privilegiada posición geográfica en el continente americano, sobresaliendo por su centralidad ante el mundo. También es la ciudad con mayor importancia para impulsar el desarrollo económico del país.

Del mismo modo, Bogotá lidera el sector turístico de Colombia, contando con el mayor número de viajeros en el país, tanto de origen internacional como nacional, generando para la ciudad importantes ingresos que incentivan el desarrollo y el crecimiento económico.

Ante esta época de pandemia, la capital del país enfoca sus esfuerzos en la recuperación económica en el sector servicios, con énfasis en el segmento gastronómico, atendiendo las medidas de bioseguridad necesarias para cumplir con los protocolos establecidos por las autoridades.

Con la ayuda de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y el Instituto Distrital de Turismo, se ofrece a los residentes y turistas la oportunidad de disfrutar de la reapertura de restaurantes y comercios a través de la estrategia Bogotá a Cielo Abierto (BACA), la cual genera grandes expectativas y se espera mejore los pronósticos económicos de la ciudad.

Dado lo anterior, el Observatorio de Turismo ha impulsado la recolección de información del sector turismo, para tener una aproximación sobre la recuperación post cuarentena en la ciudad; con el fin de ofrecer insumos para la toma de decisiones de política pública que contribuya a la pronta recuperación.

Las cifras de este estudio abarcan la medida de reapertura aplicada durante la primera quincena de septiembre de 2020 para los establecimientos que cuentan con el Registro Nacional de Turismo (RNT)

activo. Adicionalmente, el análisis se divide en dos grupos: los establecimientos con RNT activo que participaron en la estrategia BACA, así como aquellos participantes que se encontraban fuera de los tramos intervenidos por dicha estrategia.

2 DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General

Conocer la percepción general de propietarios y comensales de la estrategia Bogotá a Cielo Abierto para el sector turismo, así como, los protocolos de bioseguridad, distanciamiento, aforo, y espacio disponible para la prestación del servicio.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar la capacidad instalada, los recursos humanos y estrategias de comercialización de los establecimientos de gastronomía y similares, participantes de la estrategia Bogotá a Cielo Abierto.
- Conocer la percepción general de los comensales frente a la implementación de los protocolos de bioseguridad de los restaurantes participantes de la estrategia Bogotá a Cielo Abierto.
- Conocer el impacto de la estrategia Bogotá a Cielo Abierto en términos laborales e ingresos para los establecimientos del sector turismo participantes de la estrategia.
- Identificar patrones de comportamiento de la demanda en cuanto a consumo y estacionalidad de la asistencia de los comensales.

2.2 Metodología de recolección de información de establecimientos gastronómicos y similares

La fuente del presente estudio corresponde a establecimientos de gastronomía, quienes suministraron información a través de un formulario vía online, diligenciado diariamente de forma voluntaria. Dirigido a los restaurantes de la estrategia Bogotá a Cielo Abierto con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.

2.2.1 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.

2.2.2 Población Objetivo

Establecimientos de gastronomía y similares con NIT y RNT activo a julio de 2020 y que se inscribieron para participar en la estrategia Bogotá a Cielo Abierto.

2.2.3 Unidad de observación

Funcionario del establecimiento que responde al formulario.

2.2.4 Unidad de análisis

Restaurante con Registro Nacional de Turismo (RNT) activo.

2.2.5 Tipo de Muestra

No aplica.

2.2.6 Tamaño de muestra

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

2.2.7 Periodo de recolección

Los días jueves al domingo de las dos primeras semanas del mes de septiembre de 2020, específicamente del 3 al 6 y del 10 al 13 de septiembre.

2.2.8 Cobertura geográfica

Bogotá D.C.

2.3 Metodología de recolección de información de comensales

Con el fin de cumplir con los protocolos de seguridad establecidos para la estrategia Bogotá a Cielo Abierto, se decide emplear la metodología de sondeo de opinión haciendo uso de formulario online disponible para los asistentes en general. Este tipo de estudios permiten tener representatividad solo para el total de individuos que participaron del estudio por esta vía.

2.3.1 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.

2.3.2 Población Objetivo

Comensales que asistieron a alguno de los restaurantes de la estrategia Bogotá a Cielo Abierto.

2.3.3 Unidad de observación y análisis

Comensal asistente a algún restaurante en el marco de la estrategia Bogotá a Cielo Abierto.

2.3.4 Tipo de Muestra

No aplica.

2.3.5 Tamaño de muestra

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

2.3.6 Periodo de recolección

Los días jueves al domingo de las dos primeras semanas del mes de septiembre de 2020, específicamente del 3 al 6 y del 10 al 13 de septiembre.

2.3.7 Cobertura geográfica

Bogotá D.C.

2.3.8 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 RESULTADOS

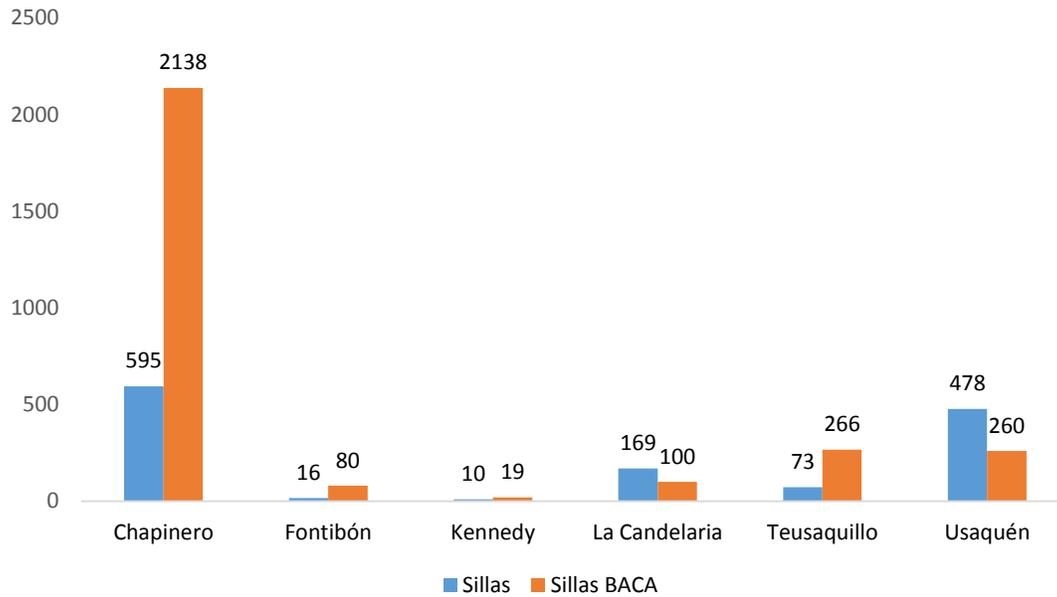
El sondeo tuvo un total de 3.295 respuestas de los prestadores de servicios turísticos que corresponden a 1.035 restaurantes. Esto debido a que la estrategia se llevó a cabo los dos primeros fines de semana del mes de septiembre, específicamente de jueves a domingo (3 al 6 y 10 al 13 de sept.), por lo tanto, se evidencia que un restaurante tuvo la oportunidad de contestar varios días el formulario.

Para estos prestadores de servicios turísticos, encontramos que 184 registros contaban con RNT que equivalen a 102 restaurantes, es decir, aproximadamente 10% de los restaurantes reportaron el Registro Nacional de Turismo. El siguiente análisis corresponde a los anteriores 102 restaurantes.

3.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA

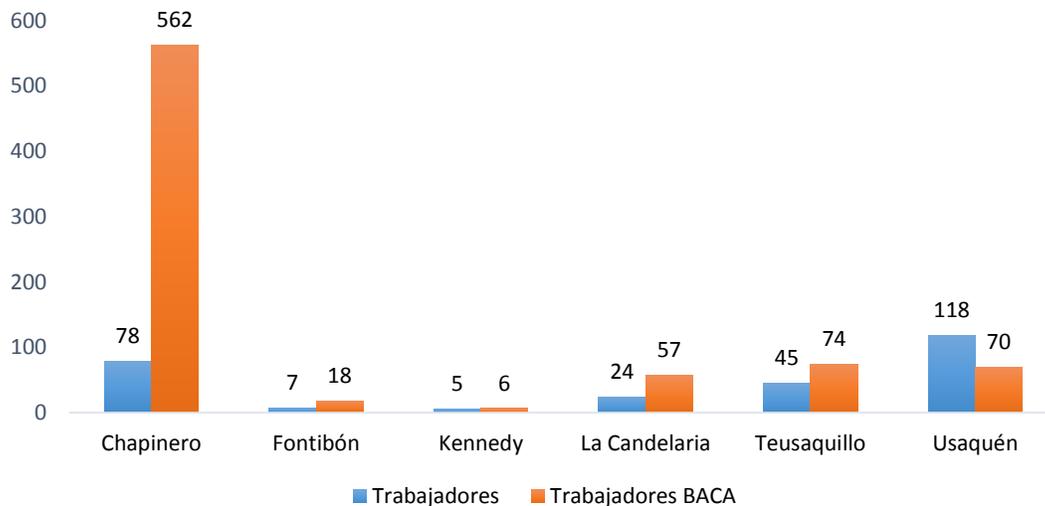
Las sillas disponibles para atender a los clientes de la estrategia Bogotá a Cielo Abierto ascienden a 2.976, de las cuales el 71,8% (2.138 sillas) se encuentran en la localidad de Chapinero, seguido de la localidad de Teusaquillo con el 8,9% (266 sillas) y Usaquén con el 8,7% (260) de las sillas disponibles. Por otro lado, las localidades de La Candelaria (100), Fontibón (80) y Kennedy (19) solo tienen 199 sillas para atender a los clientes de la estrategia Bogotá a Cielo Abierto, lo que representa tan solo el 6,6% del total disponible en la ciudad.

Gráfica 1. Número de sillas con las que contaba el establecimiento para atender a los clientes el día del reporte (aforo total)



Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

Gráfica 2. Número de trabajadores que tuvo la operación del establecimiento durante la jornada el día del reporte

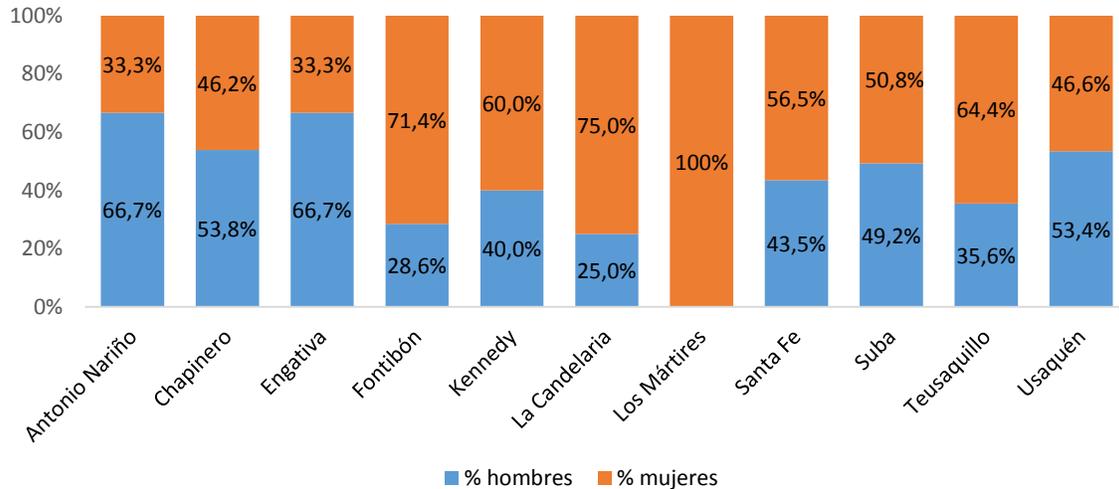


Fuente: Cálculos propios. Encuesta Bogotá a Cielo Abierto.

El número total de trabajadores que laboraron en los establecimientos que participaron en la estrategia BACA fue de 813 de los cuales se reportaron la mayor cantidad en la localidad de Chapinero con el 69.1% (562

trabajadores), seguido de Teusaquillo con 74 trabajadores (9,1%) y Usaquén con 70 trabajadores (8,6%).

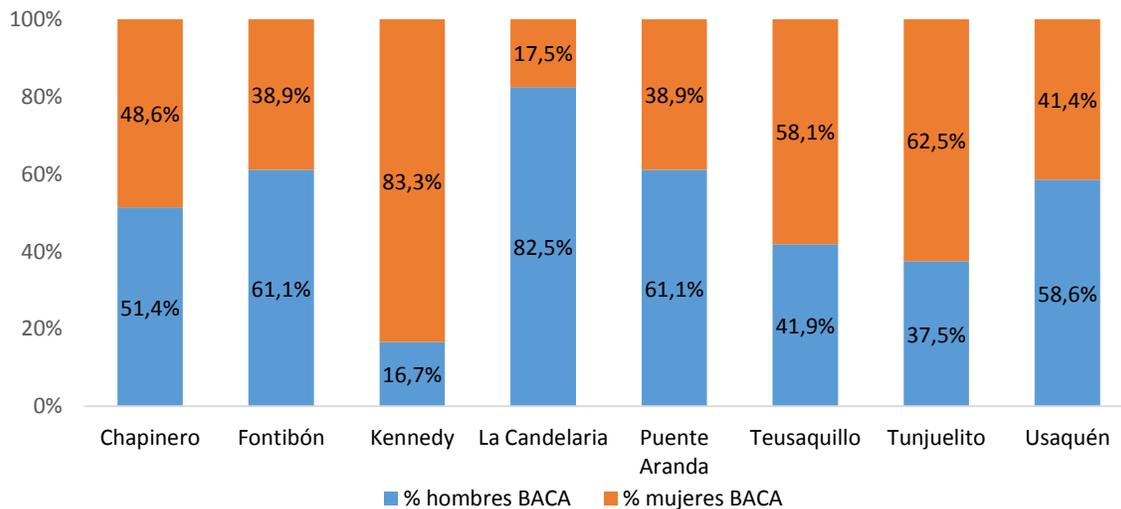
Gráfica 3. Porcentaje de trabajadores hombres o mujeres no participantes de BACA



Fuente: Cálculos propios. Encuesta Bogotá a Cielo Abierto.

En las localidades de Fontibón, Kennedy, La Candelaria, Teusaquillo y Los Mártires las mujeres tuvieron mayor participación en la fuerza laboral que los hombres, mientras que en la localidad de Antonio Nariño y Engativá encontramos una relación de 2 hombres por cada mujer. En Chapinero, Usaquén, Suba y Santa fe la relación es homogénea.

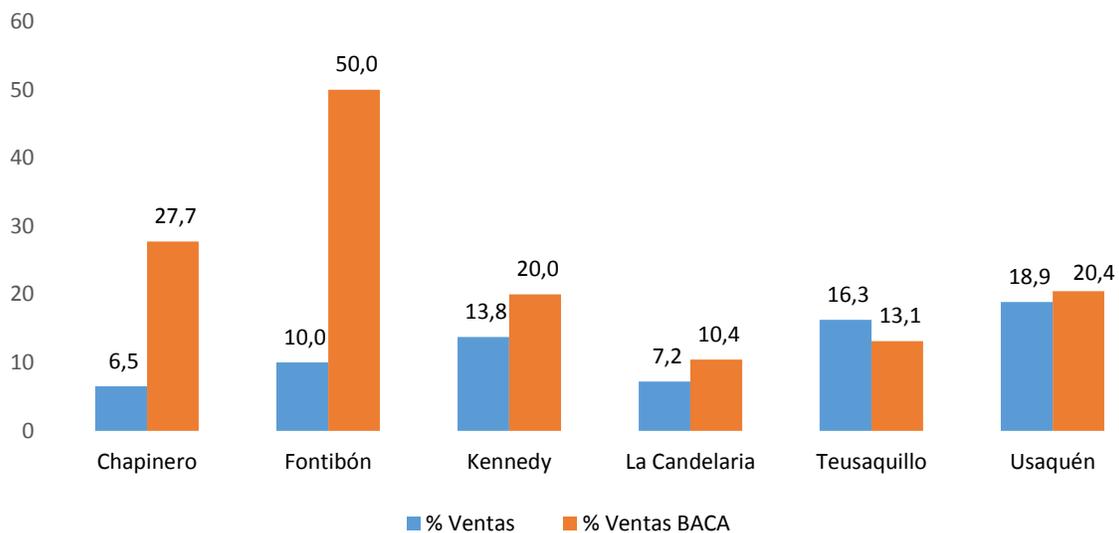
Gráfica 4. Porcentaje de trabajadores hombres o mujeres del tramo intervenido BACA



Fuente: Cálculos propios. Encuesta Bogotá a Cielo Abierto.

El empleo entre mujeres y hombres bajo la estrategia BACA de los tramos intervenidos se mantiene equivalente en la localidad de Chapinero, mientras que, en la localidad de Usaquén, La Candelaria, Puente Aranda y Fontibón hubo más empleados hombres que mujeres, caso contrario ocurre en Kennedy, Teusaquillo y Tunjuelito que las mujeres ocuparon más puestos de trabajo que los hombres.

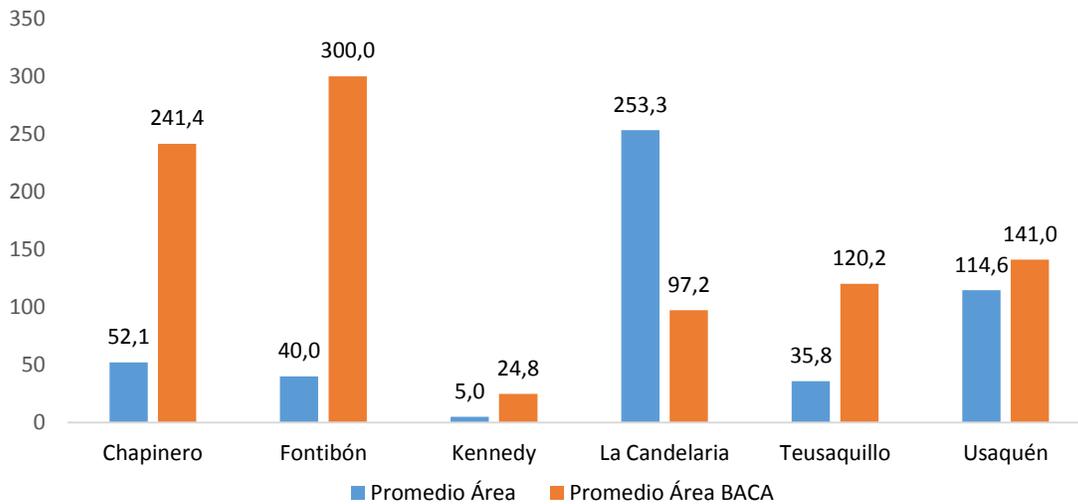
Gráfica 5. Porcentaje de ventas promedio del mismo día de la semana anterior



Fuente: Cálculos propios. Encuesta Bogotá a Cielo Abierto.

En relación con las ventas con respecto al mismo día de la semana anterior, se evidencia que las localidades de Fontibón, Chapinero, Usaquén, Kennedy y La Candelaria están por encima de los establecimientos que no se encontraban en los tramos intervenidos. Por ejemplo, Fontibón cuenta con un 50%, Chapinero con 27,7% y Usaquén con 20,4% ubicados en el tramo intervenido.

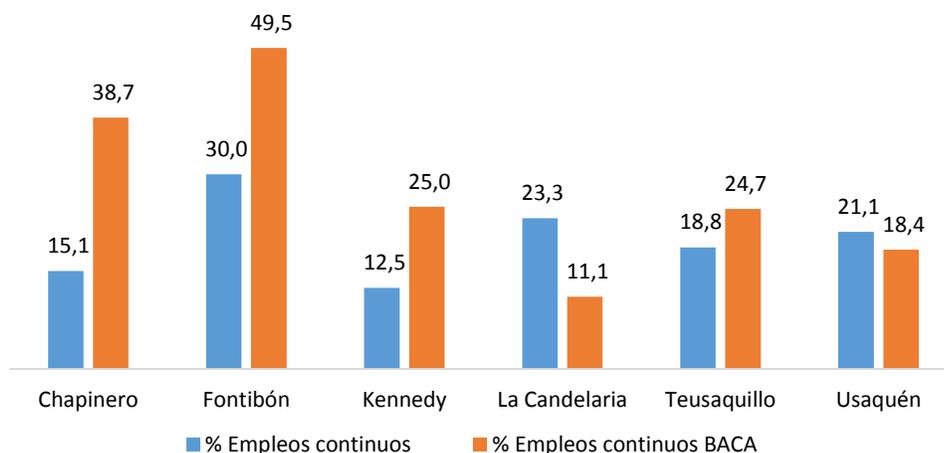
Gráfica 6. Tamaño de área del establecimiento en metros cuadrados



Fuente: Cálculos propios. Encuesta Bogotá a Cielo Abierto.

Los establecimientos de mayor área en promedio que se encuentran en el tramo intervenido BACA, de las localidades de Fontibón, Chapinero y Usaquén, cuyas áreas se encuentran entre los 300 y los 141 metros cuadrados. Dentro de los establecimientos no intervenidos se destaca La Candelaria con un promedio de 253 metros cuadrados. Chapinero representa más del 70% del área del tramo intervenido, frente al 26% de la misma localidad que no se encontraban en el tramo intervenido.

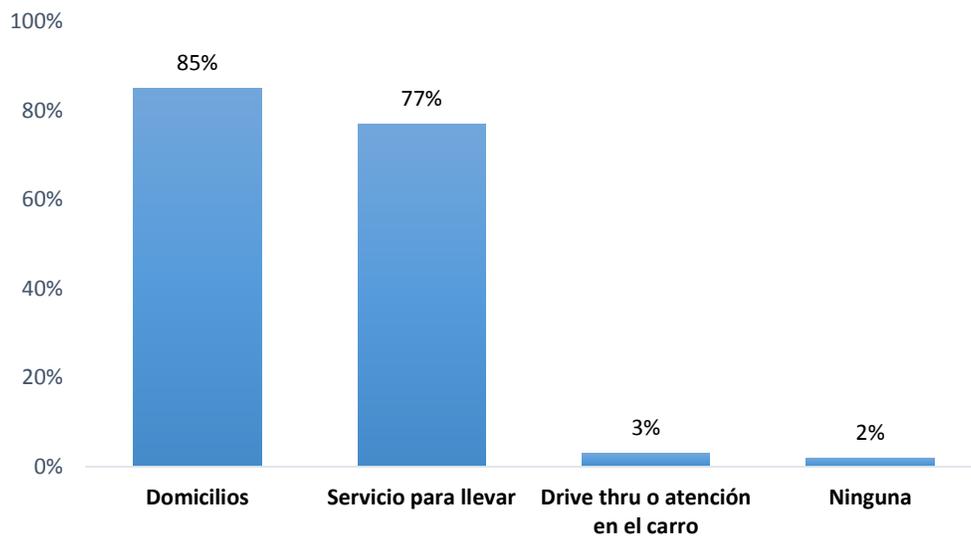
Gráfica 7. Porcentaje de empleados que continúa trabajando en su establecimiento frente a los que tenía antes de la pandemia



Fuente: Cálculos propios. Encuesta Bogotá a Cielo Abierto.

De los establecimientos localizados en BACA, se observa que mantuvieron en mayor medida el porcentaje de empleados frente a los establecimientos que no se encontraban en el tramo intervenido. Usaquén y La Candelaria representan la excepción, pues fueron las localidades donde más mantuvieron el nivel de empleo, pero no se encuentran en el tramo intervenido.

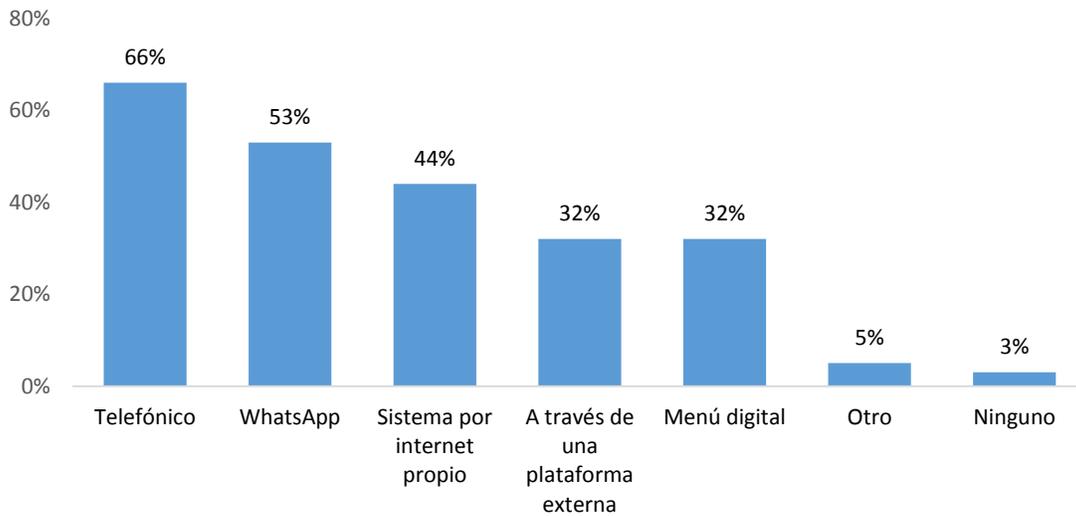
Gráfica 8. Porcentaje de actividades realizadas en el restaurante adicionales a la atención a la mesa para el día que reporta



Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

El 85% de los restaurantes reportaron tener habilitados el servicio de entrega a domicilio, mientras que el 77% ofrecen la disponibilidad a sus comensales del servicio para llevar. El 3% de los restaurantes habilitaron la atención al vehículo o *drive-thru* y el restante 2% dijo no tener habilitado ninguno de los servicios mencionados anteriormente. Este comportamiento ilustra las nuevas dinámicas de los servicios que ofrecen desde los restaurantes a partir de la pandemia.

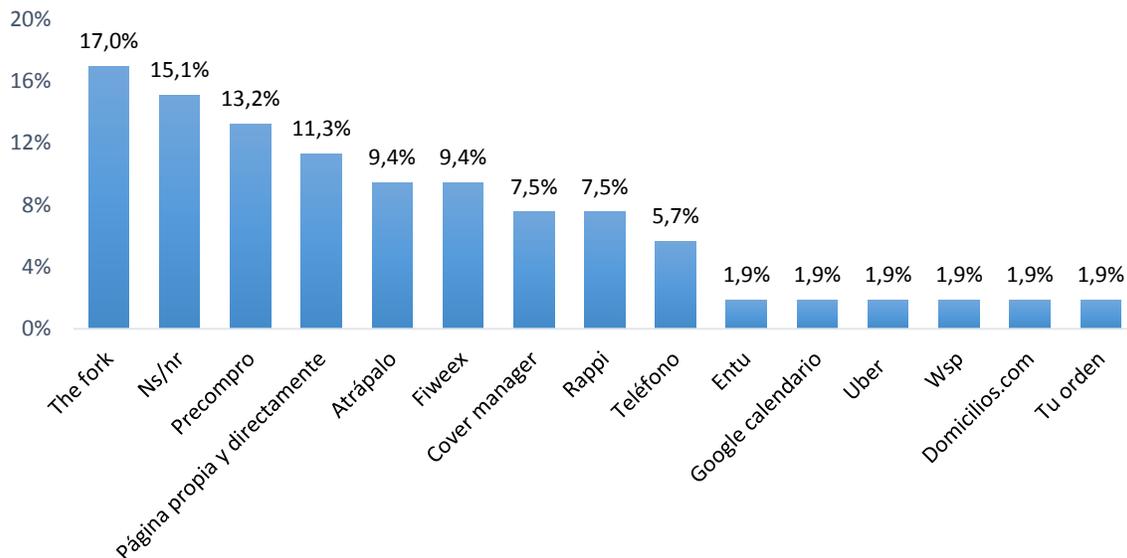
Gráfica 9. Porcentaje de sistema de reservas utilizando en su restaurante



Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

El sistema de reservas telefónico sigue siendo el más utilizado con un 66%, seguido del WhatsApp con el 53%, así como las reservas por internet con un 44%. El 32% dijeron haber utilizado para las reservas un menú digital o a través de una plataforma externa.

Gráfica 10. Porcentaje de uso de la plataforma de reservas

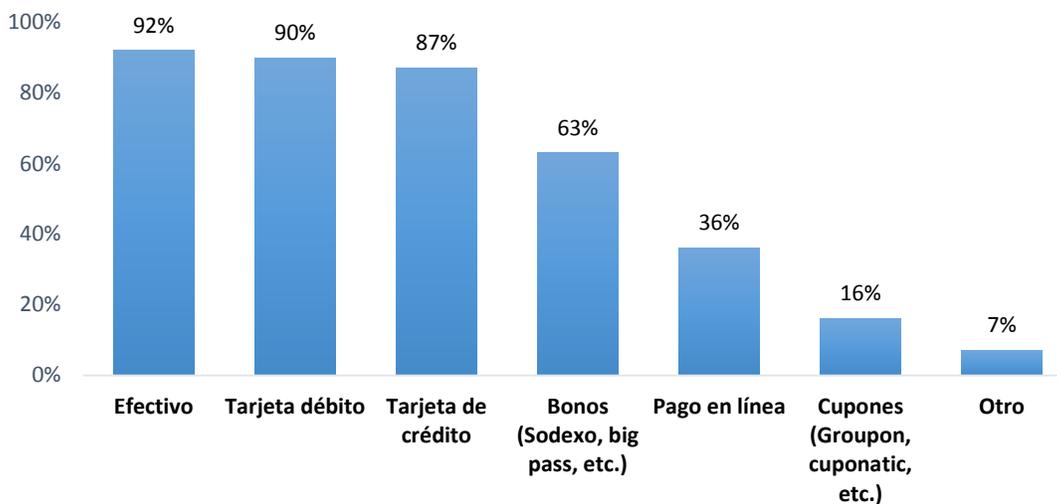


Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.



Las plataformas de reservas más frecuente es TheFork, seguido de Precompro y Fiweex. Sin embargo, la segunda mayor participación de respuesta es la opción de “No sabe o no responde”, lo que sugiere focalizar esfuerzos para incentivar el uso de este tipo de plataformas.

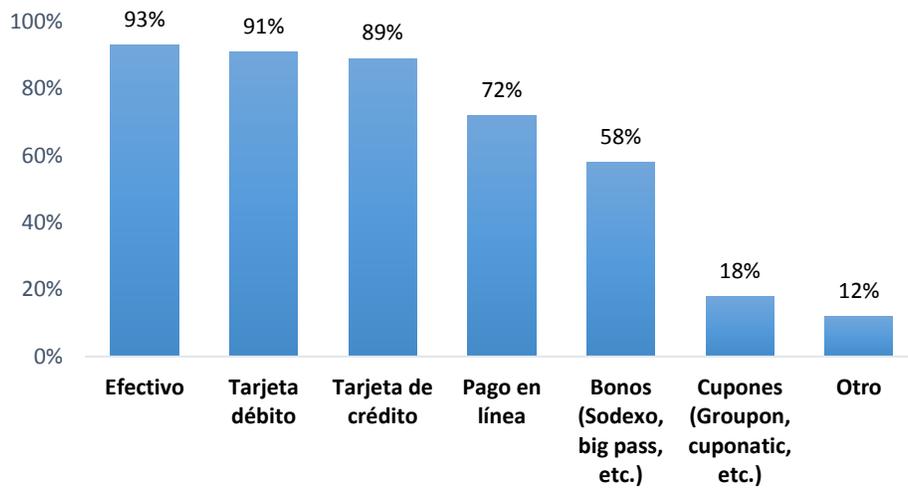
Gráfica 11. Porcentaje de canales de pago de su establecimiento antes de Bogotá a Cielo Abierto



Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

Los medios de pago utilizados continúan siendo el dinero en efectivo, la tarjeta débito y la tarjeta de crédito con alrededor del 90% de las personas. También se utilizó el pago a través de bonos (63%) y en menor medida se realizaron pagos en línea con el 36% de los clientes.

Los canales de pago habilitados en los restaurantes corresponden a dinero en efectivo o tarjetas con cerca del 90%, los que contaban con pago en línea corresponde al 72% y los bonos cerca del 58%.

Gráfica 12. Porcentaje de canales de su establecimiento actualmente


Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

3.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

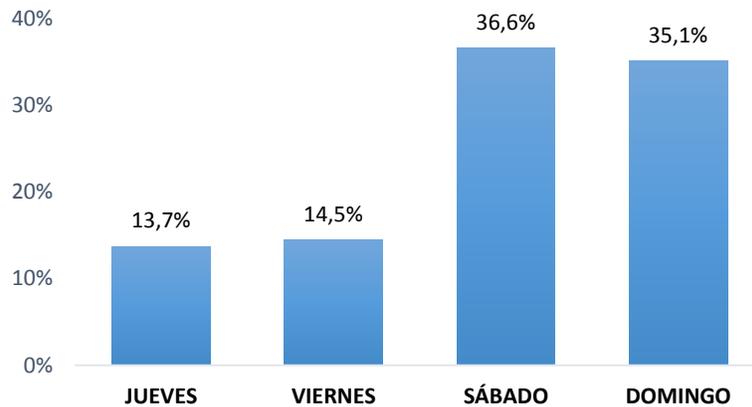
De las 131 respuestas, se evidenciaron 102 restaurantes diferentes, encontrados principalmente en la localidad de Chapinero, Usaquén y La Candelaria en mayor medida.

Tabla 1. Restaurantes Bogotá a Cielo Abierto

Localidad	Total respuestas	Total restaurantes diferentes
Barrios Unidos	3	2
Chapinero	59	41
Engativá	2	2
Kennedy	3	3
La Candelaria	13	11
Puente Aranda	3	2
Santa Fe	7	6
Suba	5	3
Teusaquillo	7	7
Usaquén	29	25
Total general	131	102

Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

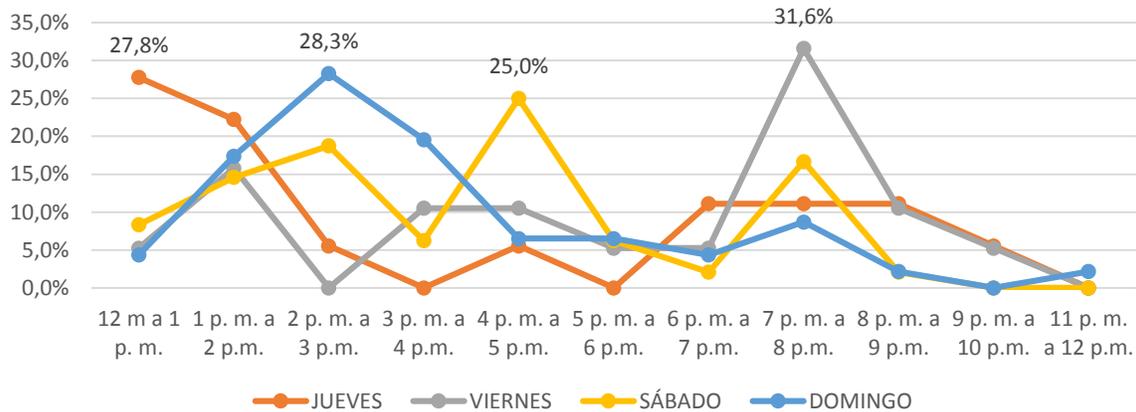
Gráfica 13. Porcentaje reserva por día en los restaurantes



Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

Los días de reserva más recurrentes fueron los del fin de semana, es decir, los sábados y domingos, con 36,6% y 35,1%, respectivamente, a diferencia de los días entre semana jueves y viernes, que representan el 13,7 y 14,5% de las reservas. Se evidencia una tendencia creciente en la participación a medida que se acerca el fin de semana.

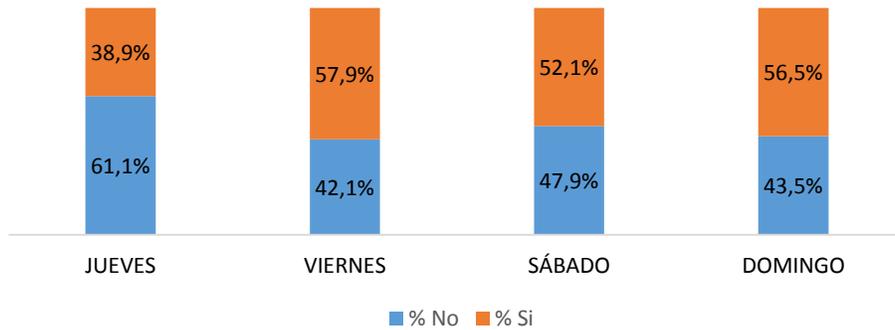
Gráfica 14. Porcentaje de la reserva por hora del día



Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

La hora de la reserva también fue diferente de acuerdo con el día. Los jueves reservaron más hacia el mediodía, al igual que ocurría sábado y domingo, pues sus preferencias eran más hacia la hora del almuerzo. En cambio, el viernes, usualmente reservaron más hacia la hora de la cena (nocturno).

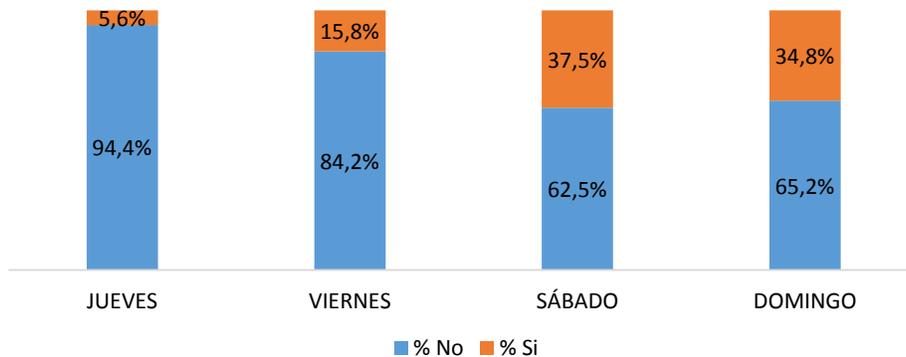
Gráfica 15. Porcentaje de persona que hizo reserva anticipada para ingresar



Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

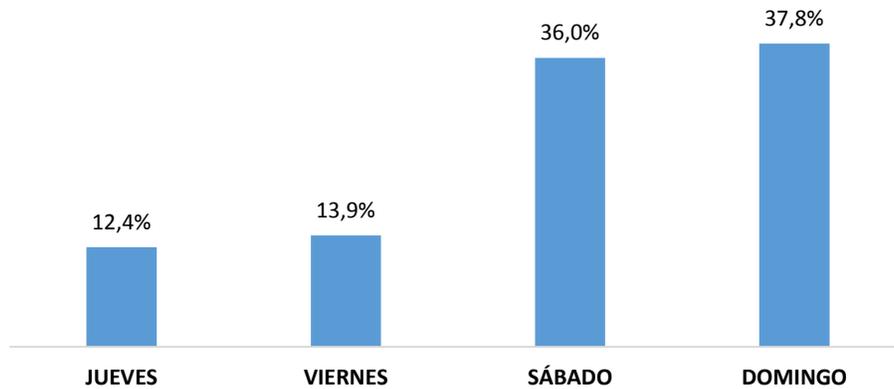
Otro dato importante para resaltar es que el jueves era el día que menos reservas se hacían (61,1%), mientras que el fin de semana se evidencian más reservas, principalmente los viernes (57,9%).

Gráfica 16. Porcentaje de establecimientos que tenían fila para ingresar



Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

Otro punto para resaltar es la ventaja de no encontrar una fila al llegar al sitio. El día que más destaca es el jueves con el 94,4% de los comensales que no reportaron este inconveniente, caso contrario fue el sábado (37,5%). Entre los días del fin de semana, el domingo fue el día en que menos se presentaron filas (34,8%).

Gráfica 17. Porcentaje de asistencia por día


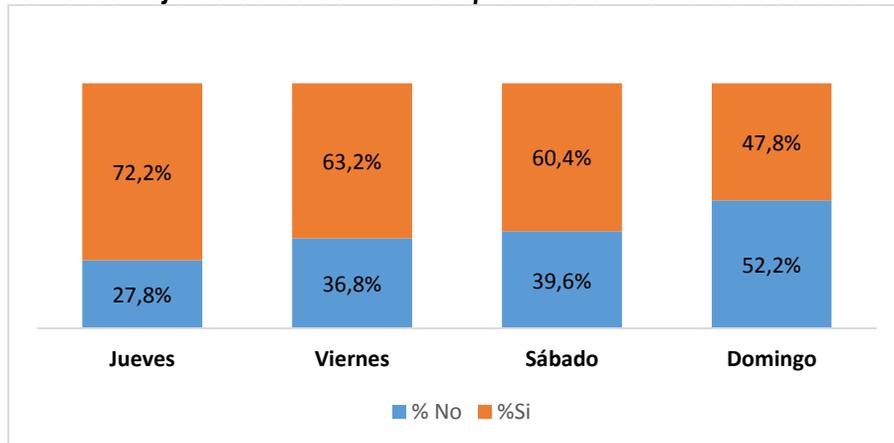
Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

El sábado y domingo fueron los días con más afluencia y mayor número de personas por grupo (3 personas en promedio por grupo), mientras que, el jueves el promedio de personas estaba cercano a 2.

Tabla 2. Total clientes en promedio por día

Día	Promedio	Total
JUEVES	2,33	42
VIERNES	2,47	47
SÁBADO	2,54	122
DOMINGO	2,76	128
Total	2,59	339

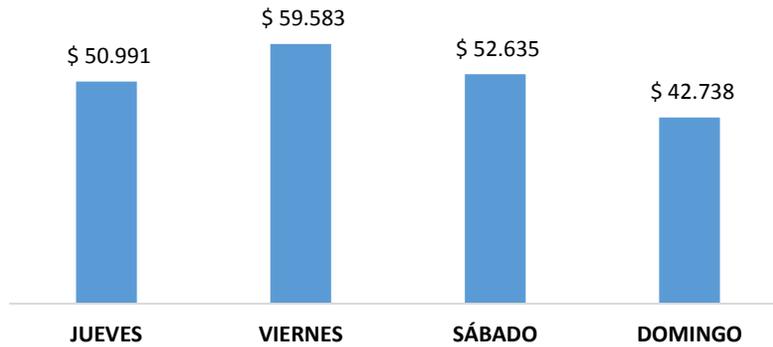
Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

Gráfica 18. Porcentaje de establecimientos que incluían venta de bebidas alcohólicas


Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

Se revisó si el establecimiento contaba con venta de bebidas alcohólicas, en el que se destaca el jueves con el 72,2% y el viernes con el 63,2%, presentando una tendencia decreciente hasta el domingo.

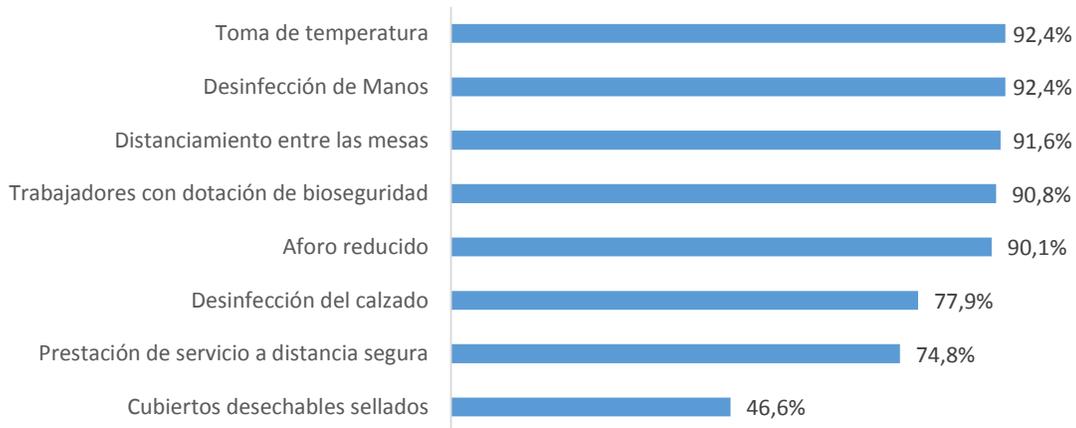
Gráfica 19. Total de consumo en el establecimiento



Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

El consumo en los restaurantes alcanzó los niveles más altos durante el viernes y sábado, cuyos promedios se ubicaron entre los \$59.583 y \$52.635, respectivamente.

Gráfica 20. Porcentaje de medidas de bioseguridad en el establecimiento

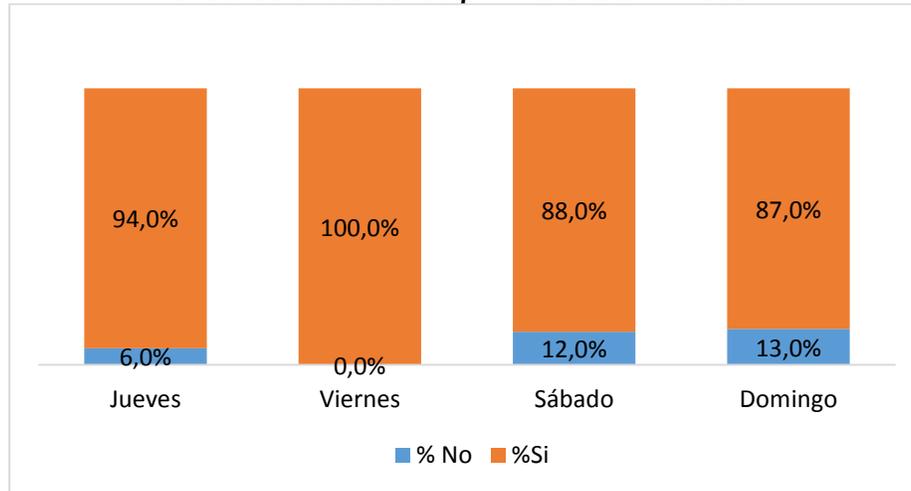


Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

En general los establecimientos cumplieron los protocolos de bioseguridad en su mayoría, sin embargo, los comensales reconocieron que los establecimientos podían mejorar en algunos aspectos: contar con los

cubiertos sellados, la distancia adecuada en la prestación del servicio y la desinfección del calzado. Mientras que, en otros si se cumplía la norma establecida o recomendada.

Gráfica 21. Porcentaje de clientes que consideran que durante el servicio se cumplieron todas las medidas de prevención necesarias



Fuente: Cálculos propios. Estudio Bogotá a Cielo Abierto.

En general los comensales opinaron que en los restaurantes contaban con las medidas de prevención necesarias, principalmente el viernes con el 100% del aforo.

Dentro de las observaciones realizadas destacan que los comensales se quitaban el tapabocas, incluso cuando no consumían ningún alimento o bebida, se evidenciaron aglomeraciones, escaso distanciamiento y protocolos de seguridad poco estrictos o sin implementos de desinfección. De igual manera, señalaron que los espacios destinados a los comensales al aire libre no contaban con protección o distanciamiento de los peatones, así como restaurantes llenos y hasta colmados de gente.

4 CONCLUSIONES

La estrategia de Bogotá a Cielo Abierto buscaba implementar formas para que los restaurantes y, en general, el sector de la gastronomía pudiera aprovechar parte del espacio público para ofrecer servicios de alimentación y bebidas, garantizando las principales medidas de bioseguridad: desinfección, distanciamiento entre mesas y un mayor aforo en espacios abiertos. De acuerdo con los principales resultados, se puede concluir que la estrategia cumplió satisfactoriamente su primer objetivo: reactivar la gastronomía en Bogotá. Sin embargo, destacan algunos aspectos por mejorar en la organización de la logística de los establecimientos para garantizar el pleno cumplimiento de los protocolos de bioseguridad. Las localidades que se vieron más beneficiadas económicamente por esta medida fueron Chapinero y Teusaquillo.

Se destaca un aumento en la capacidad instalada de los restaurantes donde se implementó la estrategia Bogotá a Cielo Abierto: aumento en el número de sillas disponibles, aumento en el número de empleados durante la implementación de la estrategia, aumento en el porcentaje de ventas, aumento en el área en metros cuadrados de los establecimientos, entre otros.

Así mismo, se pudo observar que, además del servicio en la mesa, la mayor parte de los restaurantes vieron un aumento en la cantidad de domicilios y pedidos para llevar durante el periodo en que fue recolectada la información.

En cuanto a las formas de realizar reservas en los restaurantes, se destacan las reservas telefónicas, vía WhatsApp y sistema de reservas por internet propios. Para la realización de reservas se destacan las plataformas The Fork, Precompro y Fiweex.

El medio de pago predilecto por los comensales sigue siendo el efectivo. Se destacan otras modalidades de pago que se volvieron más frecuentes dada la situación, como lo son: bonos, cupones y pagos en línea.

De acuerdo con los resultados, el promedio de consumo en mesa por cliente estuvo entre 42 mil y 59 mil pesos colombianos.

Finalmente, los comensales encuestados destacaron que los establecimientos podían mejorar en tres aspectos los protocolos de bioseguridad: contar con los cubiertos sellados, la distancia adecuada en la prestación del servicio y la desinfección del calzado.

5 INDICE DE TABLAS Y GRÁFICAS

Gráfica 1. Número de sillas con las que contaba el establecimiento para atender a los clientes el día del reporte (aforo total)	9
Gráfica 2. Número de trabajadores que tuvo la operación del establecimiento durante la jornada el día del reporte	9
Gráfica 3. Porcentaje de trabajadores hombres o mujeres no participantes de BACA	10
Gráfica 4. Porcentaje de trabajadores hombres o mujeres del tramo intervenido BACA	10
Gráfica 5. Porcentaje de ventas promedio del mismo día de la semana anterior	11
Gráfica 6. Tamaño de área del establecimiento en metros cuadrados.....	12
Gráfica 7. Porcentaje de empleados que continúa trabajando en su establecimiento frente a los que tenía antes de la pandemia	12
Gráfica 8. Porcentaje de actividades realizadas en el restaurante adicionales a la atención a la mesa para el día que reporta	13
Gráfica 9. Porcentaje de sistema de reservas utilizando en su restaurante .	14
Gráfica 10. Porcentaje de uso de la plataforma de reservas.....	14
Gráfica 11. Porcentaje de canales de pago de su establecimiento antes de Bogotá a Cielo Abierto.....	15
Gráfica 12. Porcentaje de canales de su establecimiento actualmente	16
Gráfica 13. Porcentaje reserva por día en los restaurantes	17
Gráfica 14. Porcentaje de la reserva por hora del día	17
Gráfica 15. Porcentaje de persona que hizo reserva anticipada para ingresar.....	18
Gráfica 16. Porcentaje de establecimientos que tenían fila para ingresar..	18
Gráfica 17. Porcentaje de asistencia por día	19
Gráfica 18. Porcentaje de establecimientos que incluían venta de bebidas alcohólicas	19
Gráfica 19. Total de consumo en el establecimiento	20
Gráfica 20. Porcentaje de medidas de bioseguridad en el establecimiento	20
Gráfica 21. Porcentaje de clientes que consideran que durante el servicio se cumplieron todas las medidas de prevención necesarias	21
Tabla 1. Restaurantes Bogotá a Cielo Abierto	16
Tabla 2. Total clientes en promedio por día.....	19



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

