



# **EVALUACION**SáboraFest 2020

Infografía

- ▶ Encuesta Global a Asistentes
- Encuesta a Negocios Permanentes
- ▶ Encuesta a Negocios Invitados

#### Elaboración:

H. Ayuntamiento de Colima a través del Instituto de Planeación para el Municipio de Colima

Marzo de 2020







## Evalua SáboraFest 2020 Presentación

#### Contenido

#### Introducción

Propósito, logística y eventos

#### I. Encuesta Global Asistentes: Total, Durante y Después

> Visitantes, consumo y opiniones

#### II. Encuesta Negocios Permanentes

> Giros, ventas y opiniones

#### III. Encuesta Negocios Invitados

> Giros, ventas y opiniones

#### IV. Derrama Económica

> Captación de negocios y hoteles

#### **Conclusiones**

Hallazgos y alternativas de acción

#### Anexos

**Cuestionarios** 



#### Evalua SáboraFest 2020 Introducción

Desde el año 2016, el H. Ayuntamiento de Colima implementa anualmente en la zona centro de la ciudad dos festivales gastronómicos y artístico-culturales: el SáboraFest y el Festival Internacional del Volcán (VolcánFest) dentro de las temporadas de invierno y de primavera, respectivamente. El propósito ha sido reforzar la identidad colimense y la primacía económica del centro, promoviendo nuestra marca de ciudad, atrayendo inversiones y alentando el encuentro armónico entre habitantes y visitantes en el espacio educador más emblemático. Anhelamos que nuestro centro continue siendo el origen, el corazón y el futuro de la ciudad.

A la par de lo anterior, la Dirección General de Desarrollo Económico, Social y Humano (DGDESH) y el Instituto de Planeación para el Municipio de Colima (IPCO) del H. Ayuntamiento de Colima han conjuntado esfuerzos para evaluar la implementación de ambos festivales desde las perspectivas de los asistentes, de los negocios fijos o permanentes del centro, y de los negocios invitados que instalan temporalmente puestos, aplicando encuestas a muestras representativas de estos tres tipos de actores.

La presente Evaluación al SáboraFest 2020 (infografía), expone los principales resultados que arroja la información obtenida con la aplicación de dichas encuestas, lográndose identificar una serie de hallazgos que nos permiten constatar avances, detectar debilidades y vislumbrar opciones se mejora en la actuación publica local, siendo traducido todo ello en recomendaciones que van dirigidas fundamentalmente hacia el rol de la administración del Municipio pero que también incluyen implícitamente a la participación de los actores de la ciudadanía relacionados con la iniciativa.

#### Logística de Trabajo Compartido

Encuesta Global a Asistentes	<ul> <li>Aplicada a 378 personas dentro de la zona del festival (selección aleatoria), durante los cuatro días del festival (7:00 a9:00 pm).</li> <li>Aplicada y capturada por 10 estudiantes universitarios que prestan su servicio social para el H. Ayuntamiento.</li> <li>Respondida por 65 personas del 17 al 29 de febrero a través de un enlace electrónico difundido a través de la red social del festival.</li> </ul>
Encuesta a Negocios Permanentes	<ul> <li>Aplicada a 50 negocios encuestados dentro del perímetro conformado por las calles Nigromante, Guerrero, Gral. Nuñez y Morelos (selección estratégica) de la zona centro, durante los cinco días posteriores a la conclusión del festival (en varios horarios).</li> <li>Aplicada y capturada por un estudiante universitario y otro de bachillerato como parte de la prestación de su servicio social en el H. Ayuntamiento, así como por un integrante del IPCO (ocho negocios).</li> </ul>
Encuesta a Negocios Invitados	<ul> <li>Contestada por 33 negocios en línea a través de una plataforma digital, al término del periodo del festival.</li> <li>Gestionada por personal de la DGDESH.</li> </ul>

- \* DGDESH: Gestión de encuestadores, provisión de materiales, reacción de datos sobre turismo, aplicación de la encuesta a negocios temporales, y validación de resultados.
- \* Departamento de Capacitación: Canalización de los estudiantes universitarios que prestan su servicio social en el H. Ayuntamiento.
- \* IPCO: Control de encuestadores, procesamiento de la información, análisis de hallazgos y reporte de los resultados.

#### Evalua SáboraFest 2020 Introducción

Introduccion												
Calendario de Eventos del SáboraFest												
<b>Jue'30</b> Enero	<b>Vie'31</b> Enero	<b>Sab'01</b> Febrero										
	PROGRAMA	GENERAL										
<ul> <li>19:00 INAUGURACION del Festival (Parador Fotográfico)</li> <li>19:30 Raul Arias (Foro Degollado)</li> <li>21:00 CONCIERTO Orquesta Colorado Naranjo (Foro Libertad)</li> <li>21:00 Cena Maridage "Sabor a Sábora" - Restaurante: Domitila/Mitote - Vinícola: L.A. Cetto (Salón Ernestina / Hotel Ceballos)</li> <li>22:30 AfterShow - Colectivo Zopilote - DJ BassNoise (Foro Degollado)</li> </ul>	<ul> <li>13:00 Taller de Maridaje, con Pilar Meré (Salón Enrique / Hotel Ceballos)</li> <li>19:00 Experiencia del Paladar - Restaurante: Pat Patz - Vinícola: Cavas Valmar (Quiosco del Jardín Libertad)</li> <li>19:30 Dúo Bindu Gross &amp; Milton Castrejón (Foro Degollado)</li> <li>21:00 CONCIERTO Nicho Hinojosa (Foro Libertad)</li> <li>21:00 Cena Maridage "Sabor a Sábora" - Cheff: Gonzalo Mendoza - Vinícola: Adobe Guadalupe (Salón Ernestina / Hotel Ceballos)</li> <li>22:30 AfterShow - Los Trifulcas - DJ Maiki (Foro Degollado)</li> </ul>	- Gremio: CANIRAC - Vinícola: Finca Sala Vivé (Calle Degollado)  19:30 Hot Jazz Club (Foro Degollado)  21:00 CONCIERTO Aranza (Foro Libertad)  21:00 Cena Maridage "Sabor a Sábora" - Restaurante: Parrilla de Barrio - Vinícola: Casa Madero (Terraza / Hotel Ceballos)  22:30 AfterShow - Kameha Rock Band	17:30 Transm (Calle D  19:00 Experie - Restail - Viníco (Quioso  20:30 Entregal Innovado (Foro Li  20:40 CLAUS (Foro Li  21:00 CONCI Carlos (Foro Li  22:30 AfterSh - Los M - DJ Ch (Foro D									

Dom'02 Febrero

## misión del Super Bowl LIV Degollado)

riencia del Paladar taurante: Che Lolo cola: Casa Madero sco del Jardín Libertad)

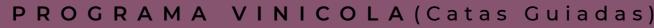
ega del Premio Joven a la vación Gastronómica 2020 Libertad)

JSURA del Festival Libertad)

CIERTO s Cuevas Libertad)

Show Monks Chuffles Degollado)





19:00 La Cetto (con Pilar Meré) 21:00 Emevé

18:00 Bodegas de Santo Tomás

19:00 Bodega de Cote

20:00 Encinillas

21:00 Viña Emiliana

18:00 Tres Raíces

19:00 Viñedos San Miguel

20:00 Shedeh 21:00 Norte 32 18:00 Hacienda de Letras

19:00 Vínicola Volcán

20:00 Cava Maciel









Evalua SáboraFest 2020 **Encuestas** 

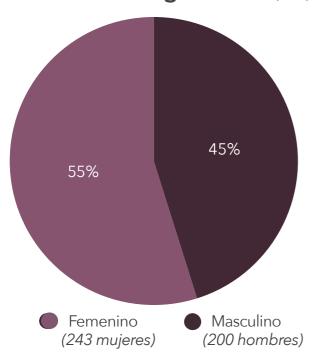
# ENCUESTA GLOBAL A ASISTENTES

Visitantes, consumo y opiniones

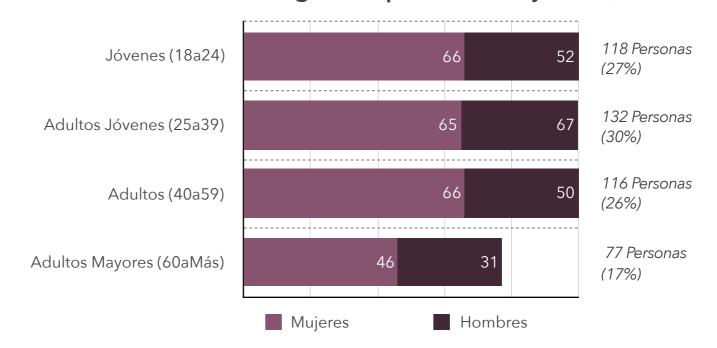


#### I. Encuesta Asistentes

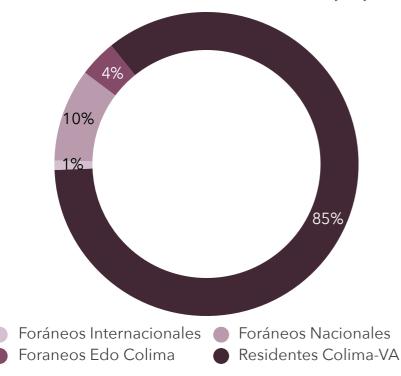
#### Encuestados según Sexo (%)



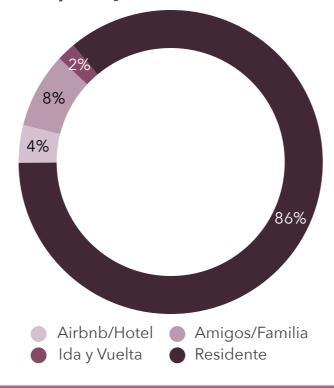
#### Encuestados según Grupos de Edad y Sexo (Personas)



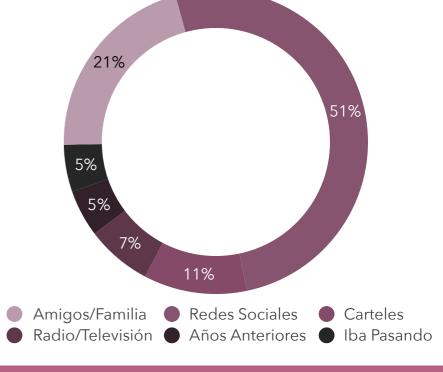
#### Procedencia Encuestados (%)



#### Hospedaje Encuestados (%)



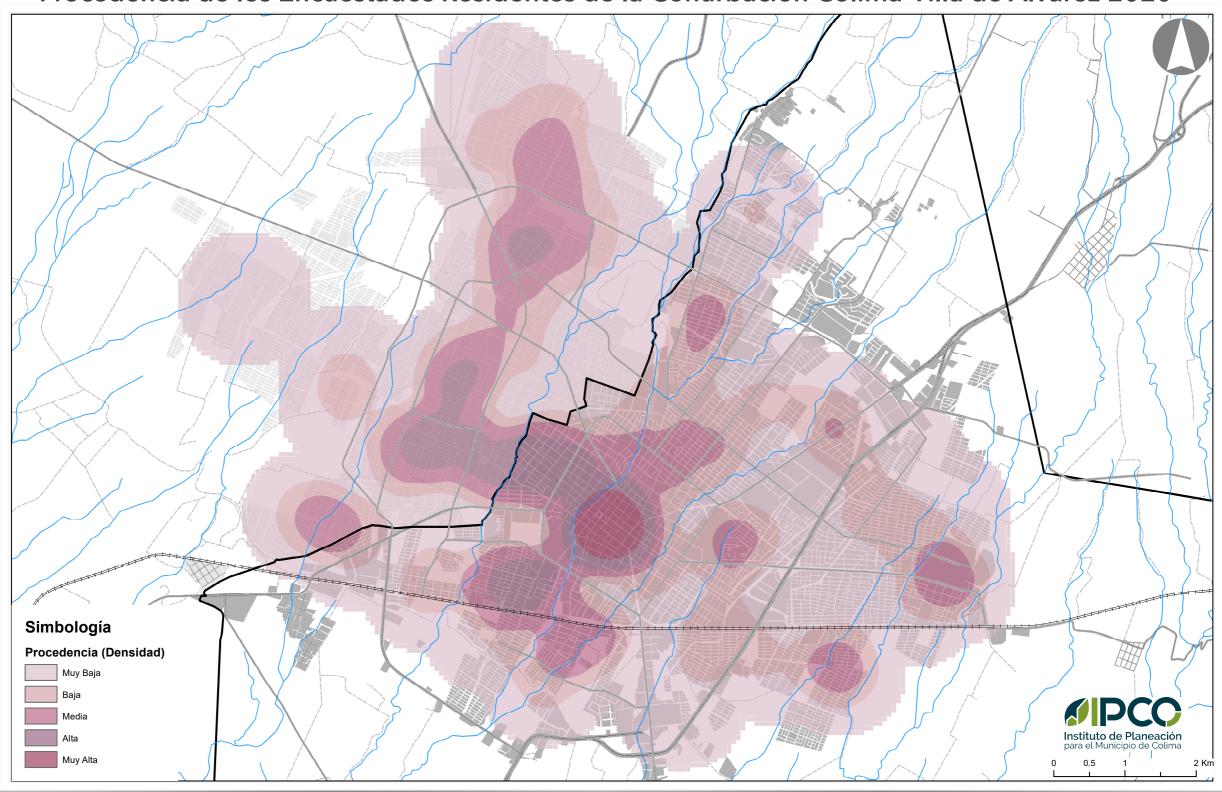
#### Modos de Enterarse del Festival (%)



Fueron encuestados más mujeres que hombres, advirtiéndose una alta presencia de adultos (e incluso de adultos mayores). Sólo el 15% fueron foráneos, y de ellos el 70% se hospedó con amigos/familia o estuvo de ida y vuelta. La mitad se enteró por redes sociales, pero 7% por radio o televisión y 5% por años previos.

#### I. Encuesta Asistentes

Procedencia de los Encuestados Residentes de la Conurbación Colima-Villa de Álvarez 2020\*

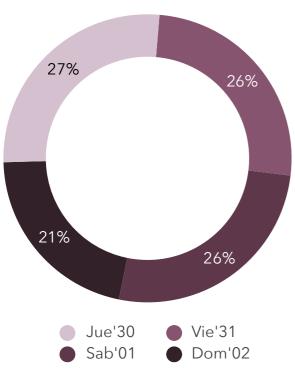


<sup>\*</sup> Mapa de calor elaborado con base en la colonia donde cada encuestado señaló que se ubica su residencia (siendo cada colonia georeferenciada a partir de su centroide y considerando un área de influencia).

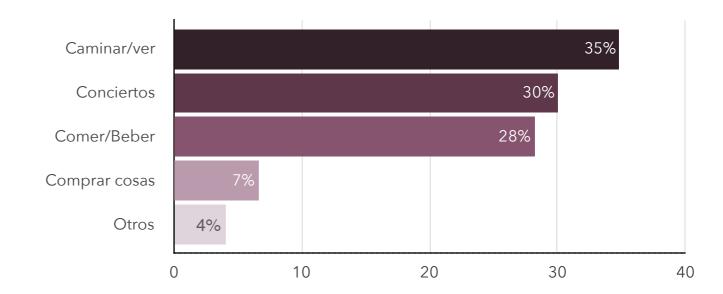
<sup>\*</sup> La zona centro comprendida por el primer anillo de circunvalación de la ciudad concentra la mayor masa de visitantes (12% del total), dispersándose el grado de atracción de asistentes hacia el sur, oeste y norte próximos y hacia el eje Av. Niños Héroes de Villa de Alvarez, y en un menor grado hacia el lado oriente.

#### I. Encuesta Asistentes

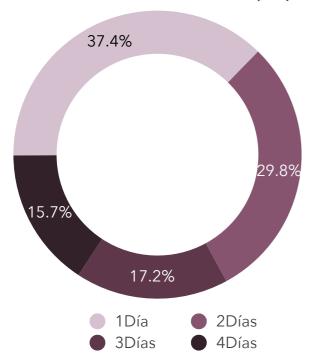
#### Fecha de Asistencia (%)



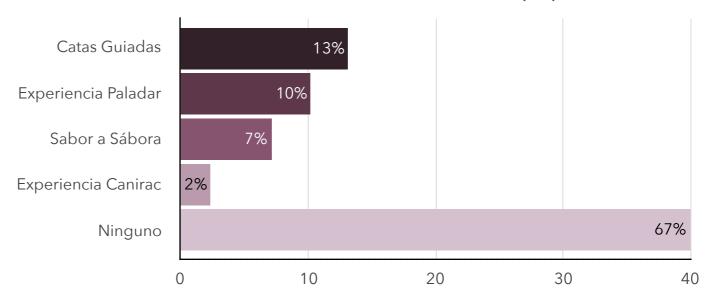
#### Realización de Actividades (%)

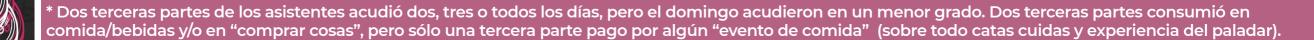


#### Días de Asistencia (%)

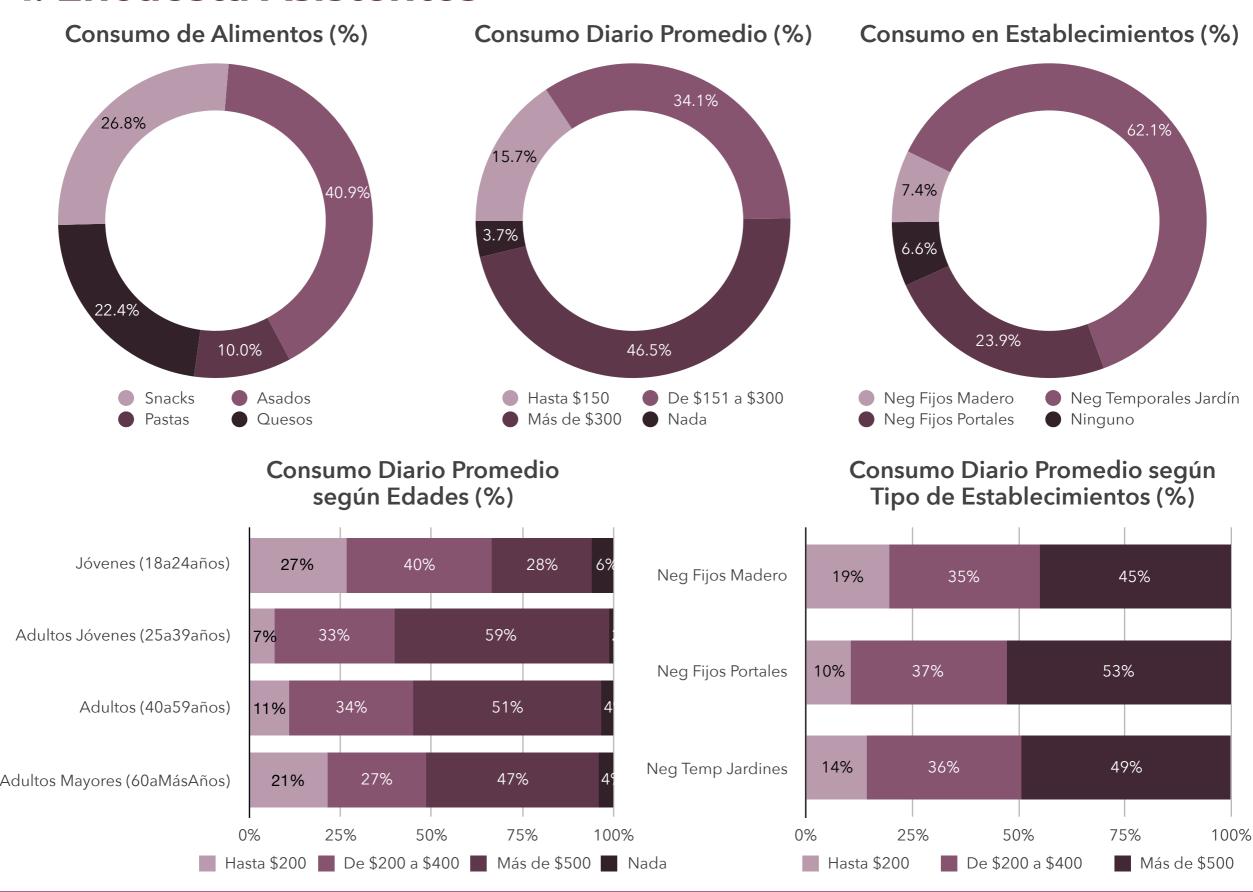


#### Asistencia a Eventos (%)





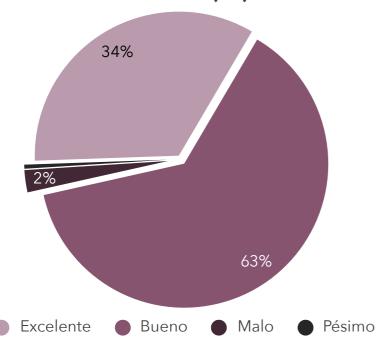
#### I. Encuesta Asistentes



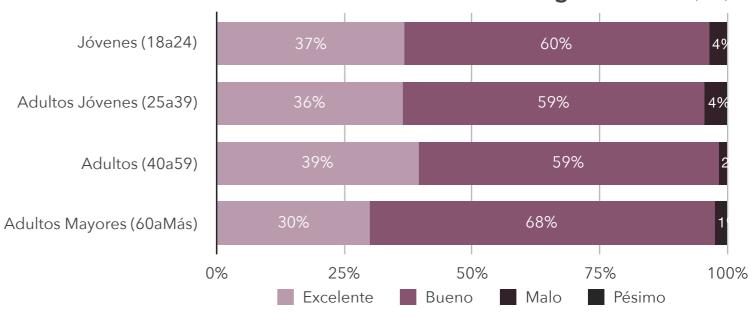
<sup>\*</sup> Dentro de los alimentos consumidos, destacó el de los asados. Casi la mitad de los consumidores erogó \$300 o más, aunque sólo una cuarta parte de los jóvenes tuvo esa erogación y siendo la propensión más alta entre quienes consumieron en los negocios fijos de Los Portales.

#### I. Encuesta Asistentes

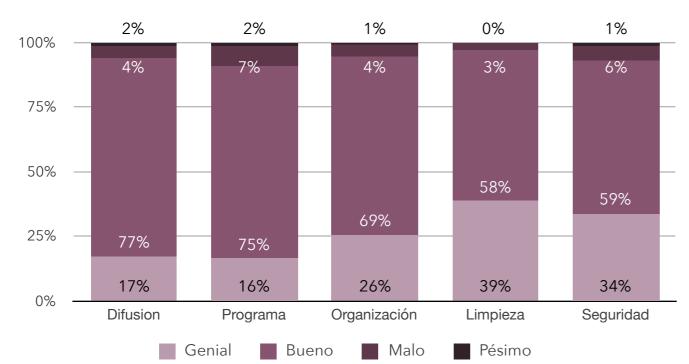




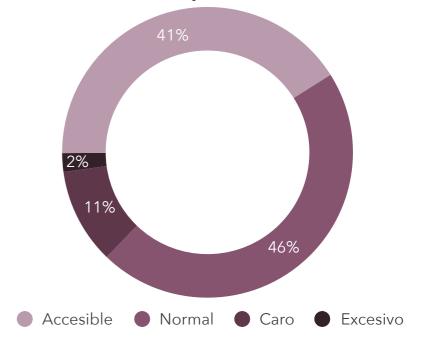
#### Calificación Global del Festival según Edades (%)



#### Calificación de Aspectos Clave del Festival (%)



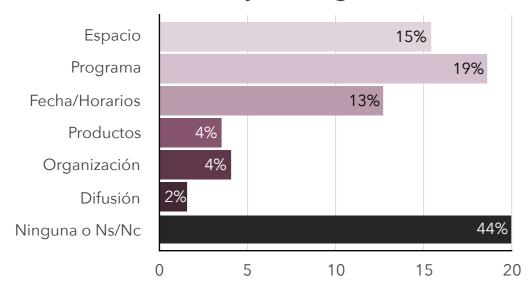
## Opinión sobre el Precio de las Cuponeras (%)



<sup>\*</sup> Un tercio de los asistentes calificó el festival como "excelente", siendo este nivel de aprobación más alto entre los adultos y los adultos mayores. La limpieza y la seguridad tuvieron mayor aprobación que el programa, la organización y la difusión. Sólo 13% consideró al precio de las cuponeras como caro o excesivo.

#### I. Encuesta Asistentes

#### Mejoras Sugeridas (%)



#### Artistas Sugeridos (%)

Cualquiera

Música pop, rock , jazz

Musica ranchera o grupera

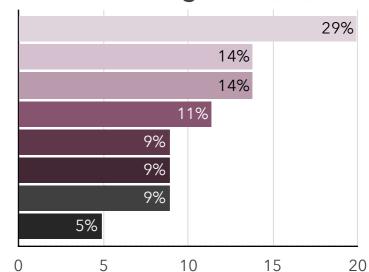
Artistas juveniles o reconocidos

Musica moderna o juvenil

Otros ritmos de musica mencionados

Lo que traen esta bien

No le interesa o le da igual



#### Mejoras Específicas Sugeridas (Menciones)

	2 Espacio	49	Fecha y Horarios	14	Productos
19	Tener mas espacio.	17	Que sea más días.	3	Maás variedad de negocios, catas y comida.
17	Mejor acomodo o distribución.	10	Cambiar la fecha.	3	Dar más producto porque el precio es excesivo.
13	Esta todo apretado/amontonado.	5	Fecha de muchos gastos.	2	Más casas vinícolas y menos puestos de comida.
7	Más baños, bancas y mesas.	5	Eventos más tempranos (pensando el adulto mayor).	2	Regular los precios porque son elevados.
2	Cuidar la ubicación de baños y negocios.	4	Coincide con otros eventos (feria del tamal).	1	Regular la cata que dan las casas vinícolas.
1	Poner en los alrededores adornos más alegras.	4	Hacerlo en otra época que atraiga a mas turistas.	1	Mejores precios o promociones.
1	El palacio de Gobiernos está obscuro.	2	Que haya mas actividades ( mediodía y noche).	1	Queso de cabra y bebidas preparadas con los vinos.
1	Utilizar el Teatro Hidalgo.	2	Que sea más tarde porque es horario de trabajo.	1	Comida mas grumete, vegetariana y de mariscos.
1	Más estacionamiento.	1	Que sea a mediados de enero y que no sea entre semana.		
5.	Programa	22	Organización	6	Difusion
23	Mejor programa.	5	Nada o todo excelente.	3	No sabía que existia.
///					
8	Algo más juvenil que atraiga a la gente.	4	Mejorar todo.	2	Más publicidad dentro y fuera del estado.
8		4 3	Mejorar todo. Más disciplina, limpieza (se orinan) y cuidado de los policías.	2	Más publicidad dentro y fuera del estado.  Más carteles porque al turista se le dificultó conocerlo.
	Mejores artistas.	4 3 2	-	1	
8	Mejores artistas. Algo más llamativo/moderno.	4 3 2 1	Más disciplina, limpieza (se orinan) y cuidado de los policías.	1	
8 4	Mejores artistas. Algo más llamativo/moderno.	4 3 2 1	Más disciplina, limpieza (se orinan) y cuidado de los policías. Taquillas (tardaban mucho y no conocían el programa).	1	
8 4	Mejores artistas. Algo más llamativo/moderno. Más actividades culturales como literatura y teatro.	4 3 2 1 1 2	Más disciplina, limpieza (se orinan) y cuidado de los policías. Taquillas (tardaban mucho y no conocían el programa). Pago directo de cuponeras.	1	
8 4	Mejores artistas. Algo más llamativo/moderno. Más actividades culturales como literatura y teatro. Más actividades de inclusión hacia el adulto mayor.	4 3 2 1 1 2	Más disciplina, limpieza (se orinan) y cuidado de los policías.  Taquillas (tardaban mucho y no conocían el programa).  Pago directo de cuponeras.  Estandarización del ticket para un mejor control.	1	
8 4	Mejores artistas. Algo más llamativo/moderno. Más actividades culturales como literatura y teatro. Más actividades de inclusión hacia el adulto mayor. Más eventos de permanencia.	4 3 2 1 1 2 1	Más disciplina, limpieza (se orinan) y cuidado de los policías.  Taquillas (tardaban mucho y no conocían el programa).  Pago directo de cuponeras.  Estandarización del ticket para un mejor control.  Volver a traer la pasarela mas grande de México.	1	
8 4	Mejores artistas. Algo más llamativo/moderno. Más actividades culturales como literatura y teatro. Más actividades de inclusión hacia el adulto mayor. Más eventos de permanencia. Actividades artísticas más enfocadas al vino.	4 3 2 1 1 2 1	Más disciplina, limpieza (se orinan) y cuidado de los policías.  Taquillas (tardaban mucho y no conocían el programa).  Pago directo de cuponeras.  Estandarización del ticket para un mejor control.  Volver a traer la pasarela mas grande de México.  El año pasado fue mejor, inclusive los fuegos artificiales.	1	

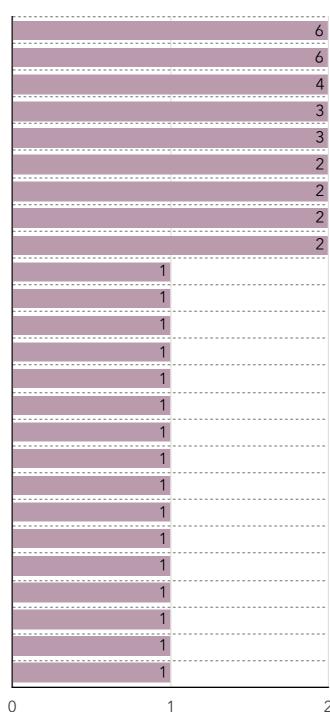
\* Más de la mitad de los asistentes sugirió alguna mejora para el festival, y dos terceras partes sugirieron algo acerca de los artistas. Las peticiones se concentran en los aspectos de espacio, programa y fecha/horario, así como en los géneros musicales de pop-rock-jazz, grupero-ranchero y moderno-juvenil.

#### I. Encuesta Asistentes

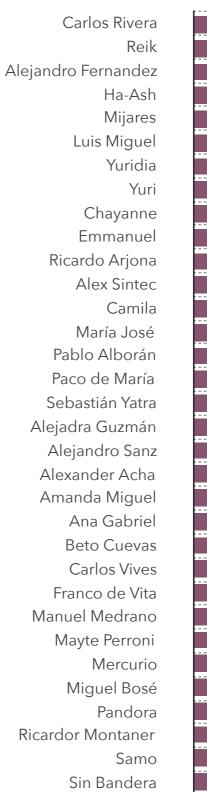
#### Artistas de Bolero y Alternativos Sugeridos (Menciones)

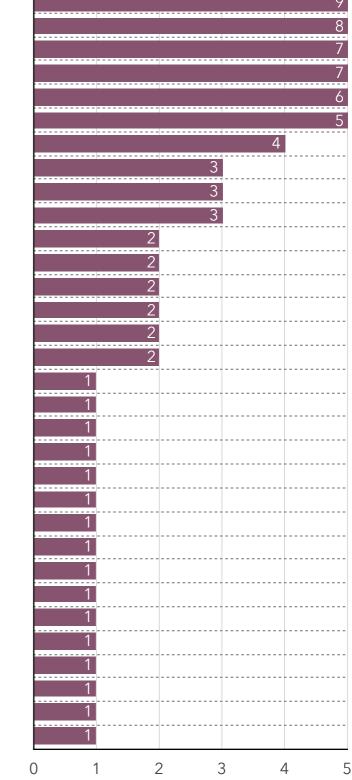
Armando Manzanero Marco Antonio Solís El Buki Edith Márquez Mariachi Vargas de Tecalitlán Napoleón Fernando Delgadillo Orquesta Sinfónica Nacional Pepe Aguilar Susana Zabaleta Aida Cuevas Ballet folklorico de la UdeC Diego "El Cigala" Eugenia León Guadalupe Pineda Lila Downs Los Bibis (Colima/Homenaje) Nicho Hijojosa (otra vez) Oscar Chávez Raúl Ornelas Regina Orozco Rosana Tania Libertad Tenor de la UdeC Vicente Fernández

Víctor (Boleros) de la Academia



#### Artistas de Pop y Balada Sugeridos (Menciones)





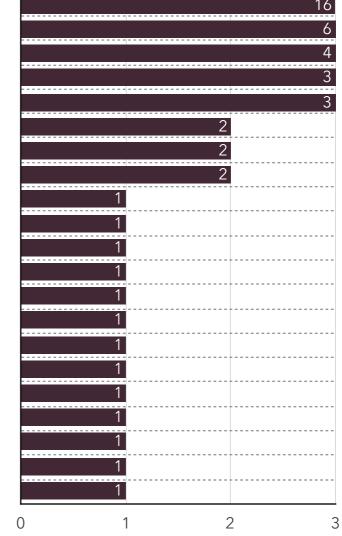
#### Artistas de Rock y Modernos Sugeridos (Menciones)

Café Tacuba Maná Ximema Sariñana Caifanes Julieta Venegas Maldita Vecindad Mon Laferte Natalia Lafourcade Zoe Bad Bunny Carla Morrison Ed Maverick Jarabe de Palo Maluma Alison Big Bang C kan Caligaris Caloncho Carlos Santana Carolina Ross Danna Paola Diana Ross Dld Evanescence Flor Amargo Iskandr J Balvin León Larregi Molotov Paulina Goto Romeo Santos Sabina Odone Sabino (rapero) Shawn Mendez

0

## Artistas de Banda y Cumbia Sugeridos (Menciones)

Angeles Azules Sonora Santanera Sonora Dinamita Colorado Naranjo Julión Alvarez Banda El Mexicano Banda MS Calibre 50 Alicia Villareal Bronco Colorado Naranjo Karina Catalán Las Grandiosas Los Terricolas Los Tigres del Norte Mariano Barba Orquesta de Pérez Prado Hijo Paco Cuevas Pancho Barraza Pepeson Rayito Colombiano



## Evalua SáboraFest 2020 **Encuestas**

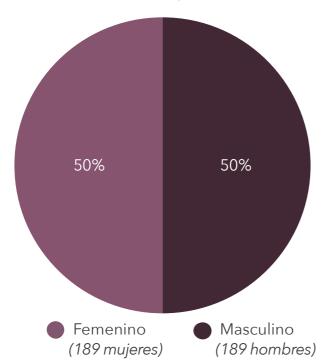
# ENCUESTA GLOBAL A ASISTENTES

Visitantes, consumo y opiniones

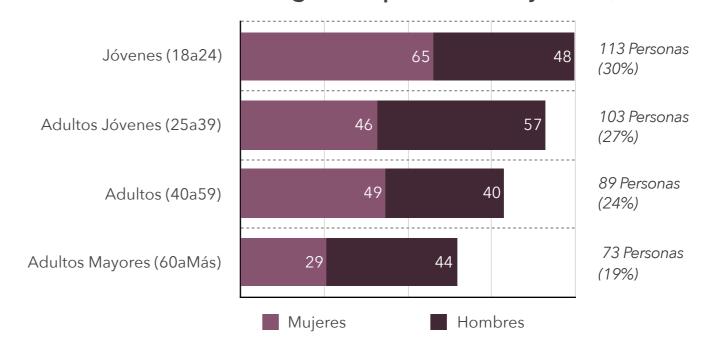


#### I. Encuesta Asistentes

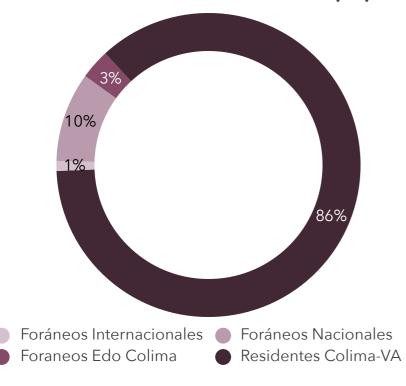
#### Encuestados según Sexo (%)



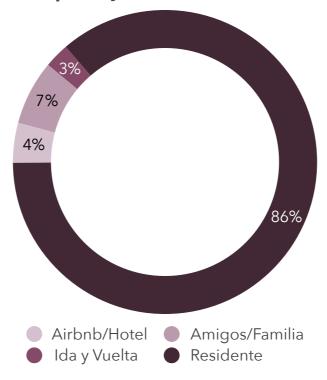
#### Encuestados según Grupos de Edad y Sexo (Personas)



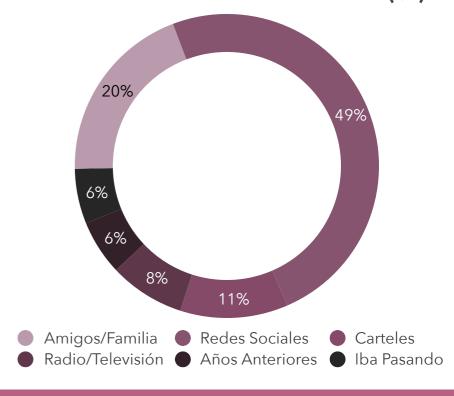
#### Procedencia Encuestados (%)



#### Hospedaje Encuestados (%)



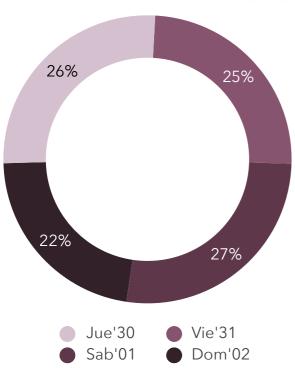
#### Modos de Enterarse del Festival (%)



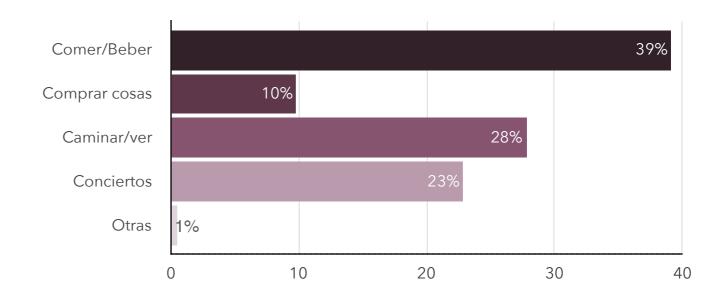
Se encuestó a la misma cantidad de hombres y mujeres, advirtiéndose un equilibrio de edades (la quinta parte fueron adultos mayores). Sólo el 14% fueron foráneos, y de ellos el 70% se hospedó con amigos/familia o estuvo de ida y vuelta (incluso algunos foráneos nacionales). Un 8% se enteró por radio o televisión.

#### I. Encuesta Asistentes

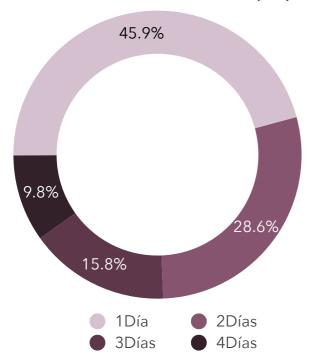
#### Fecha de Asistencia (%)



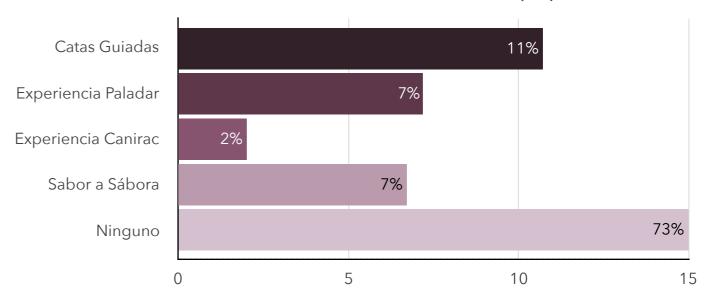
#### Realización de Actividades (%)



#### Días de Asistencia (%)

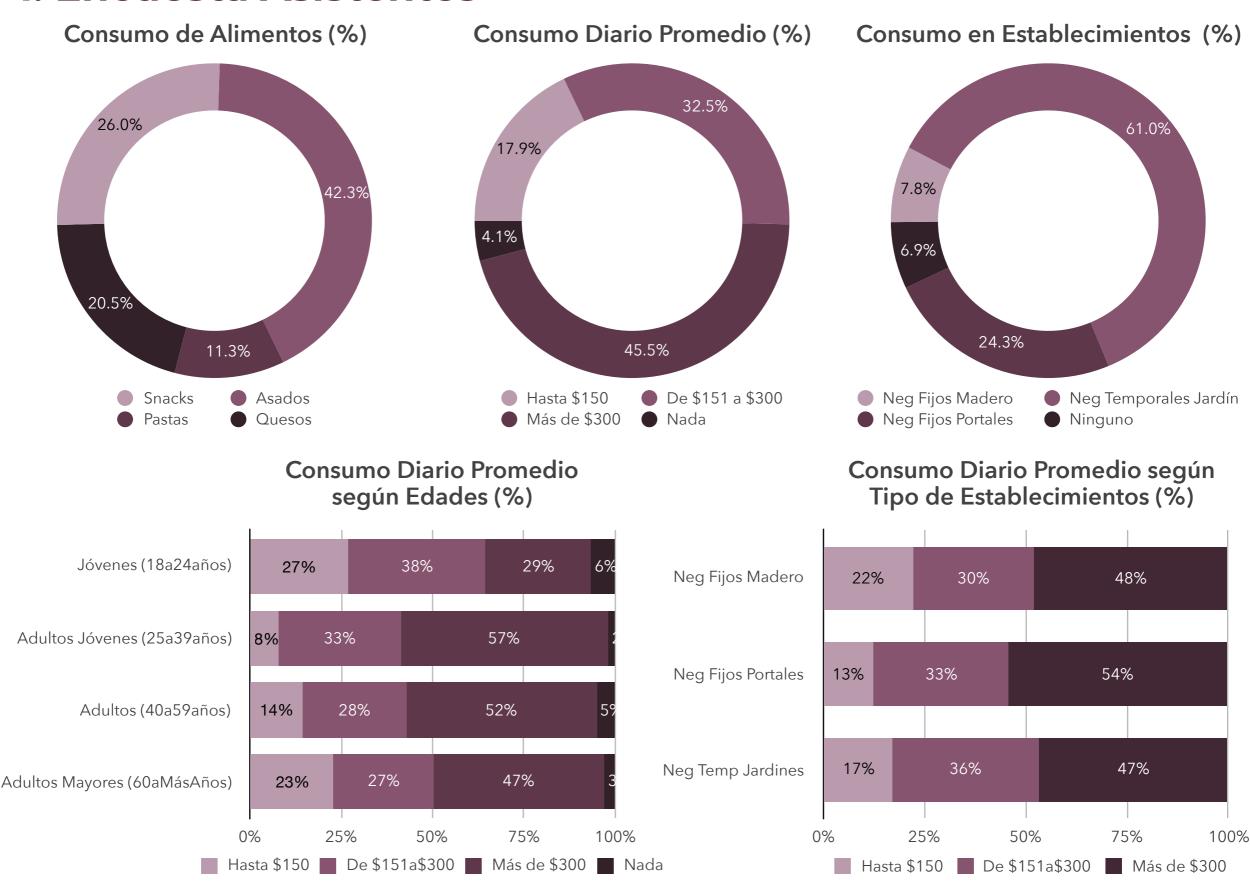


#### Asistencia a Eventos (%)



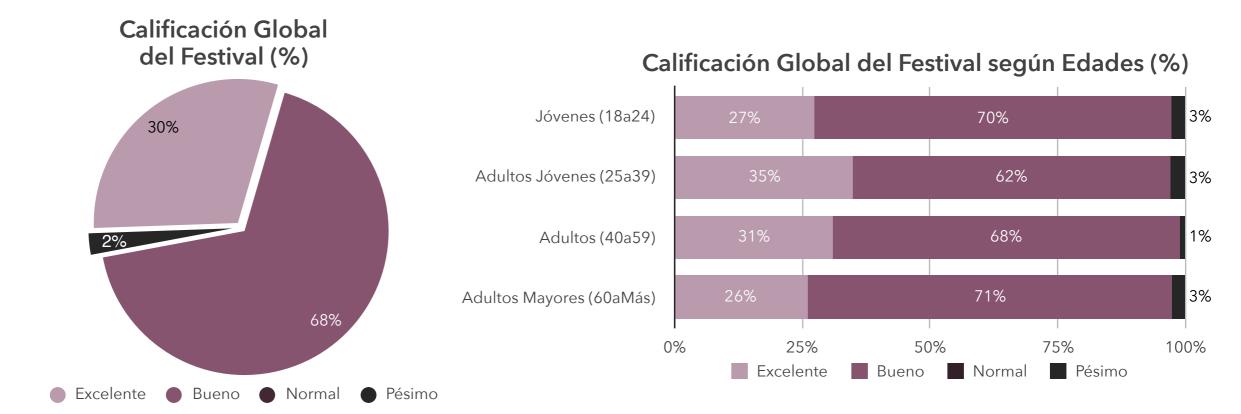


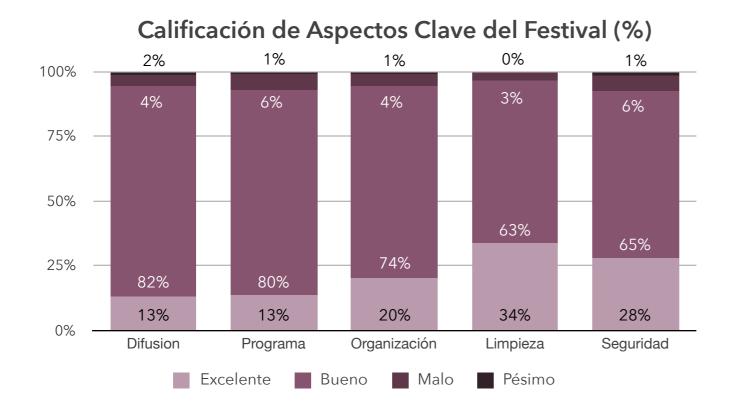
#### I. Encuesta Asistentes

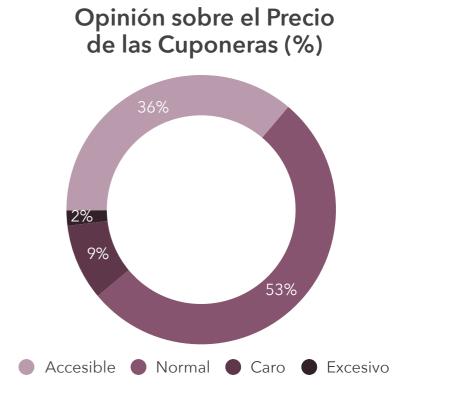


<sup>\*</sup> Dentro de los alimentos consumidos, destacó el de los asados. Casi la mitad de los consumidores erogó \$300 o más, aunque sólo un tercio de los jóvenes logró ese nivel de erogación. Quienes consumieron en los negocios fijos de Los Portales tuvieron que erogar más que en los otros tipos de establecimientos.

#### I. Encuesta Asistentes



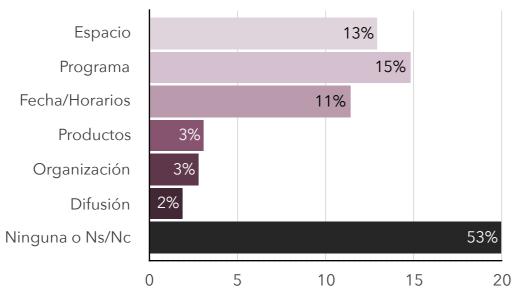




<sup>\*</sup> Sólo 2% de los asistentes calificó el festival como "normal o malo", y el nivel de aprobación alto fue menor en los jóvenes y en los adultos mayores. La limpieza y la seguridad tuvieron mayor aprobación que el programa, la organización y la difusión. Sólo un tercio consideró al precio de las cuponeras como accesible.

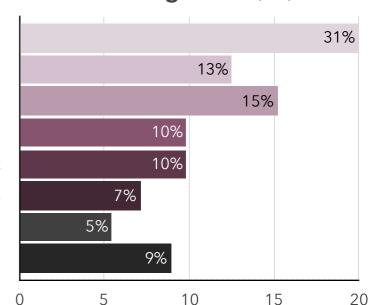
#### I. Encuesta Asistentes

#### Mejoras Sugeridas (%)



#### Artistas Sugeridos (%)

Ninguno en especial o cualquiera
Artistas actuales, juveniles o reconocidos
Música ranchera o grupera
Música moderna y juvenil
Música pop, rock, trova o de jazz
Música de otros ritmos
No le interesa o le da lo mismo
Los que traen están bien



#### Mejoras Específicas Sugeridas (Menciones)

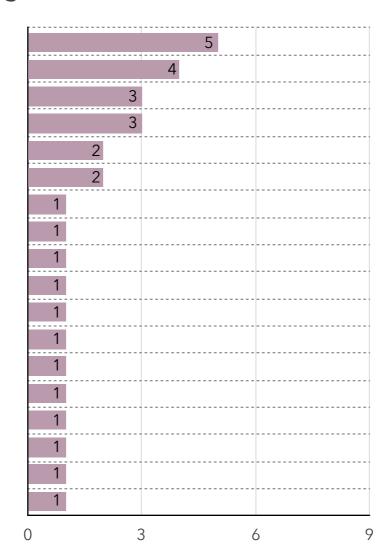
42	Espacio	30	Fecha y Horarios	10	Productos
13	Esta todo apretado/amontonado.	15	Que sea más días.	3	Que den más producto porque el precio es excesivo.
19	Tener más espacio.	5	Fecha de muchos gastos.	2	Regular los precios porque son elevados.
2	Cuidar la ubicación de baños y negocios.	4	Coincide con otros eventos (feria del tamal).	2	Más variedad de negocios, de catas y de comida.
4	Faltan baños, bancas y mesas.	4	Hacerlo en otra época que atraiga a más turistas.	1	Comida más gourmet, vegetariana y de mariscos.
1	Más estacionamiento.	5	Eventos más tempranos (pensando en el adulto mayor).	1	Más empresas, pues son muy pocos negocios.
1	Poner en los alrededores adornos más alegres.	2	Que sea más tarde porque es horario de trabajo.	1	Más casas vinícolas.
1	El Palacio de Gobierno esta obscuro.	1	Que no sea entre semana.		
1	Utilizar el Teatro Hidalgo.	1	Que sea a mediados de enero.		
48	Programa	6	Difusión	9	Organización
7	Mejores artistas.	1	Más carteles porque al turista se le dificultó conocerlo.	4	Mejorar todo.
8	Algo más juvenil que atraiga a la gente.	1	Más publicidad fuera del estado.	1	Pago directo de cuponeras.
4	Algo más llamativo/moderno.	3	No sabía que existía.	1	Estandarización del ticket para más control.
1	Más actividades sulturales como literatura y teatro	1	Publicidad para saber más del festival.	2	Más disciplina y limpieza (hay quienes se orinan).
4	Más actividades culturales como literatura y teatro.	1	·	ı	
2				1	Más atención de los policias.
2				1	Más atención de los policias.

\* La mitad de los asistentes no sugirió alguna mejora para el festival y 40% no realizó sugerencias sobre los artistas. Las peticiones expresadas se concentraron en los aspectos de espacio, programa y fecha/horario, así como hacia los géneros musicales juvenil-actual-moderno y grupero-ranchero.

#### I. Encuesta Asistentes

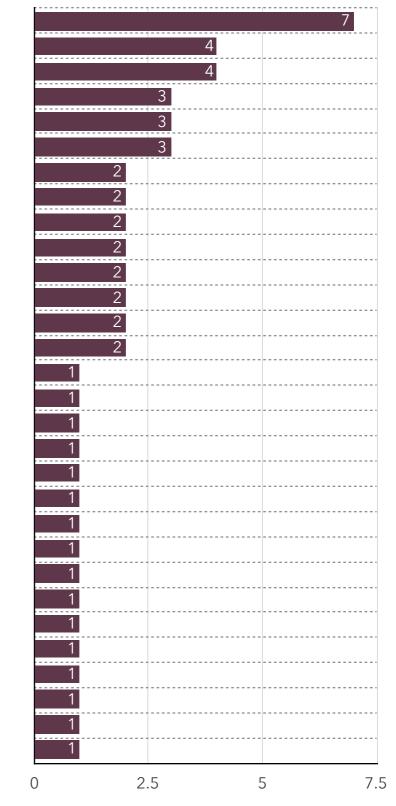
#### Artistas de Bolero y Alternativos Sugeridos (Menciones)

Armando Manzanero Marco Antonio Solís El Buki Mariachi Vargas de Tecalitlán Napoleón Edith Márquez Pepe Aguilar Aida Cuevas Ballet folklorico de la UdeC Diego "El Cigala" Eugenia León Fernando Delgadillo Lila Downs Los Bibis (Colima/Homenaje) Oscar Chávez Raul Ornelas Susana Zavaleta Tenor de la UdeC Víctor (Boleros) de la Academia



#### Artistas de Rock y Modernos Sugeridos (Menciones)

Café Tacuba Maná Ximema Sariñana Julieta Venegas Maldita Vecindad Natalia Lafourcade Bad Bunny Caifanes Carla Morrison Ed Maverick Jarabe de Palo Maluma Mon Laferte Zoé Alison C-kan Caligaris Carolina Ross Danna Paola Diana Ross Dld Flor Amargo Iskandr J Balvin Molotov Paulina Goto Romeo Santos Sabina Odone Sabino (rapero) Shawn Mendes

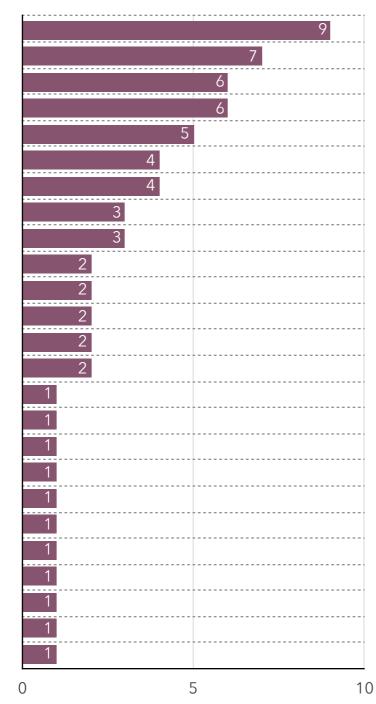


#### I. Encuesta Asistentes

#### Artistas de Pop y Balada Sugeridos (Menciones)

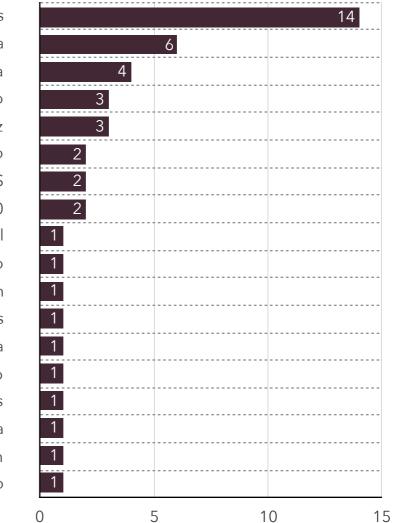
Reik Carlos Rivera Ha-Ash Luis Miguel Yuridia Alejandro Fernández Yuri Chayanne Ricardo Arjona Alex Sintec Camila María José Mijares Sebastian Yatra Alejadra Guzmán Beto Cuevas Carlos Vives Emmanuel Franco de Vita Manuel Medrano Miguel Bosé Pablo Alborán Ricardor Montaner Samo

Sin Bandera



## Artistas de Banda y Cumbia Sugeridos (Menciones)

Angeles Azules Sonora Santanera Sonora Dinamita Colorado Naranjo Julión Alvarez Banda El Mexicano Banda MS Calibre 50 Alicia Villareal Bronco Karina Catalán Los Terricolas Mariano Barba Orquesta de Pérez Prado Hijo Paco Cuevas Pancho Barraza Pepeson Rayito Colombiano



## Evalua SáboraFest 2020 **Encuestas**

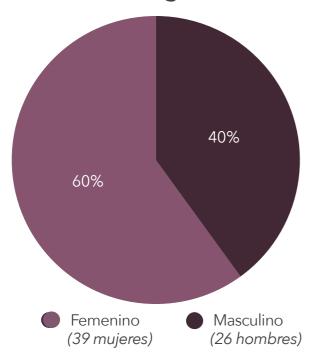
# ENCUESTA GLOBAL A ASISTENTES

> Visitantes, consumo y opiniones

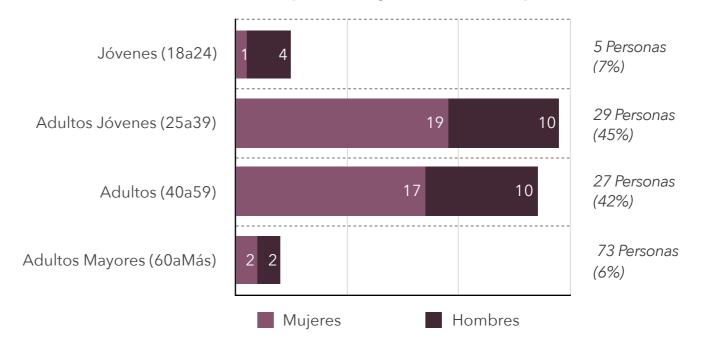


#### I. Encuesta Asistentes

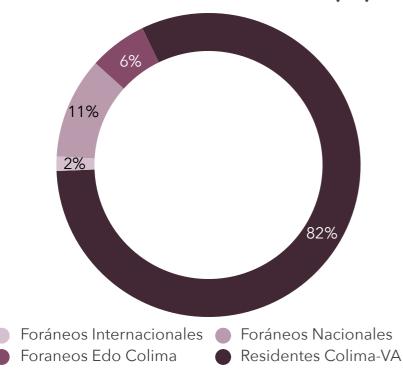
#### Encuestados según Sexo (%)



#### Encuestados según Grupos de Edad y Sexo (Personas)



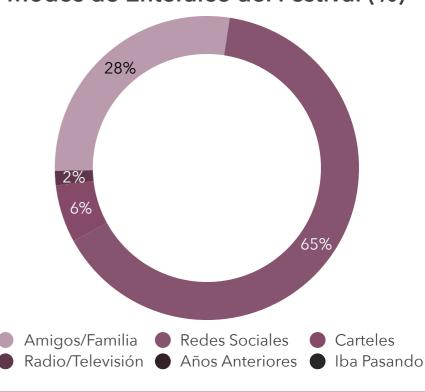
#### Procedencia Encuestados (%)



#### Hospedaje Encuestados (%)

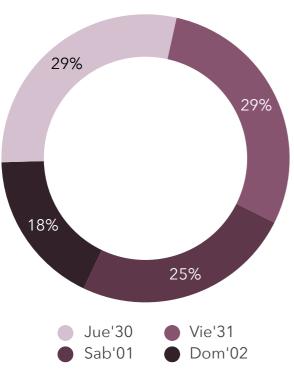


#### Modos de Enterarse del Festival (%)

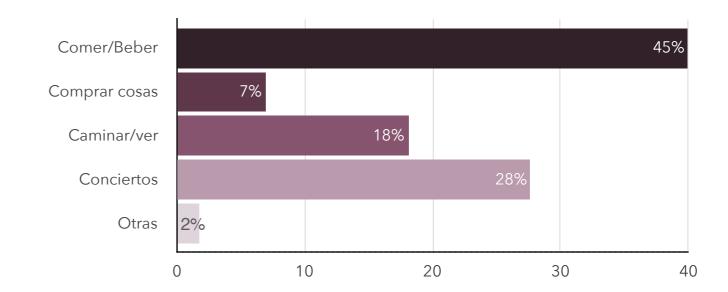


#### I. Encuesta Asistentes

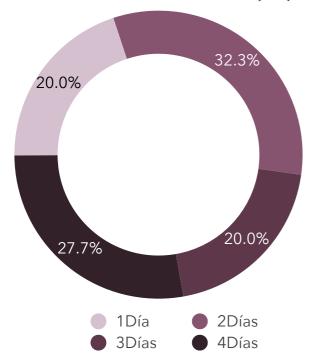
#### Fecha de Asistencia (%)



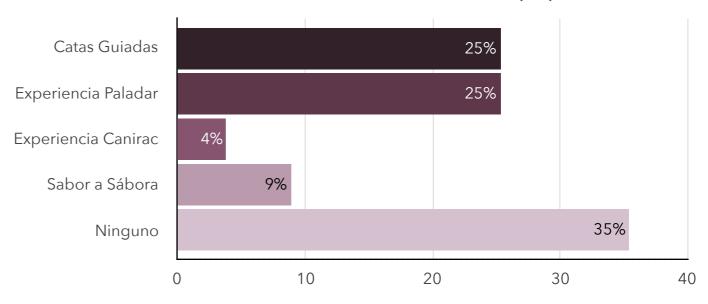
#### Realización de Actividades (%)



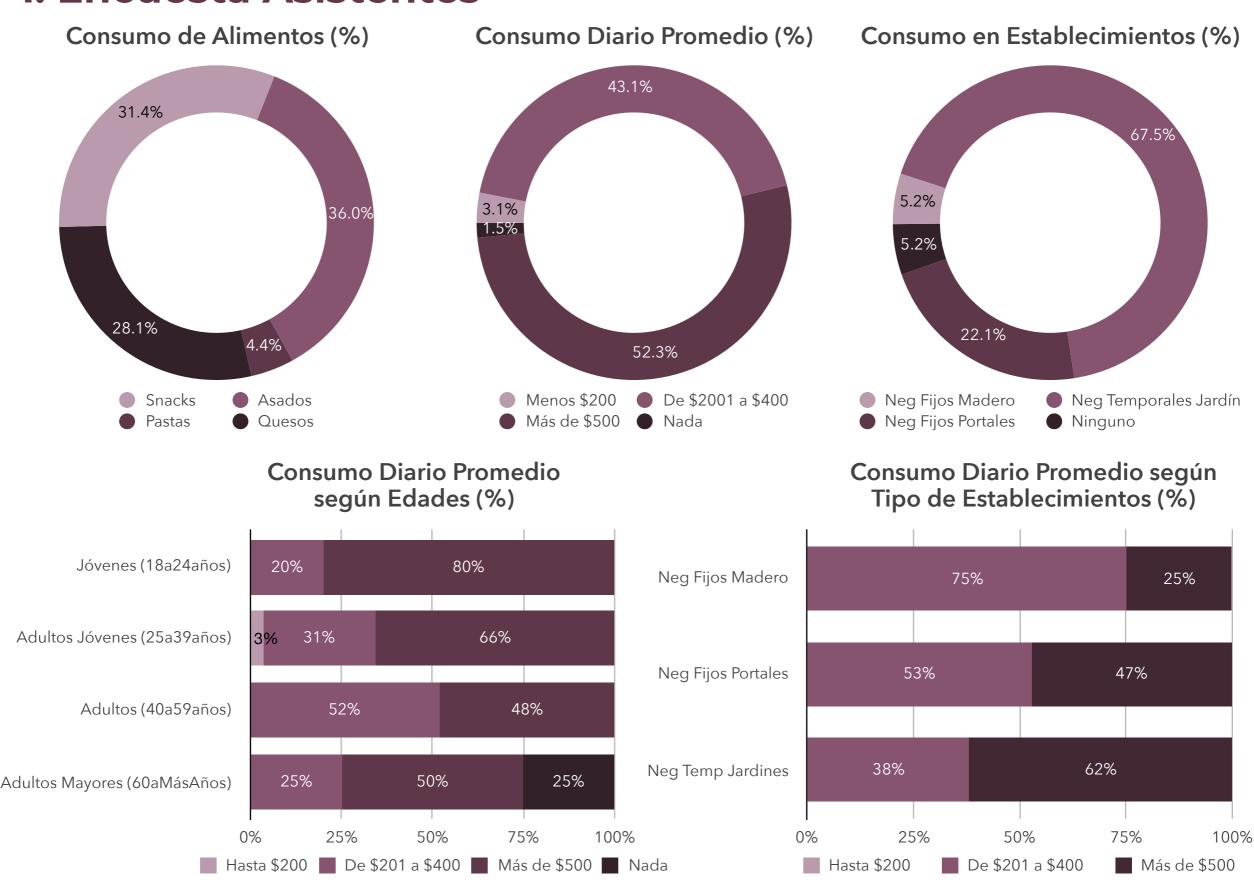
#### Días de Asistencia (%)



#### Asistencia a Eventos (%)



#### I. Encuesta Asistentes

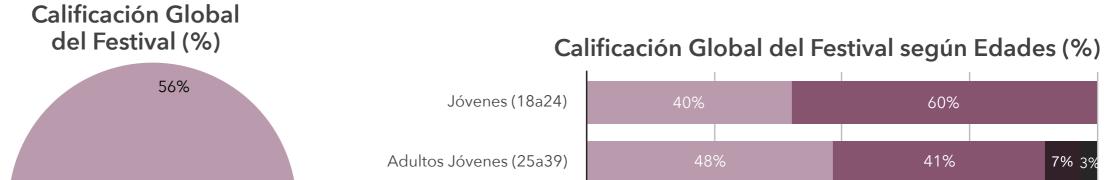


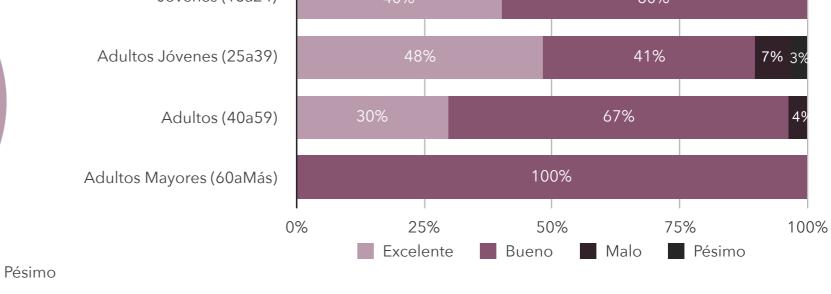
\* Comparación con Encuesta Durante: Consumo más equilibrado de snaks, asados y quesos; mayor erogación en consumo (3% erogó menos de \$200 vs 18% que erogó menos de \$150), sobre todo por parte de la población joven y sobre todo en el consumo efectuado en los negocios temporales del jardín Libertad.

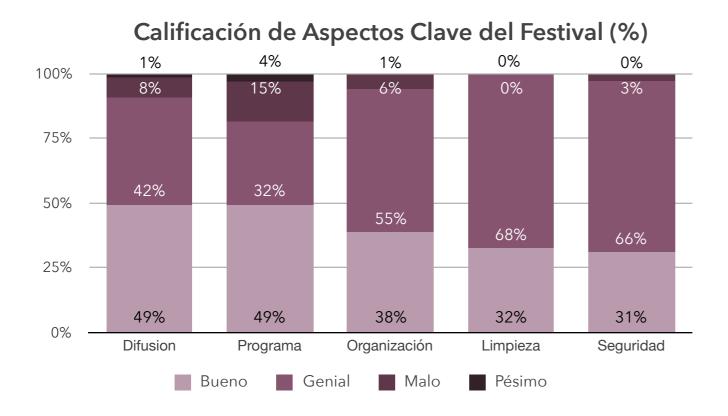
Excelente

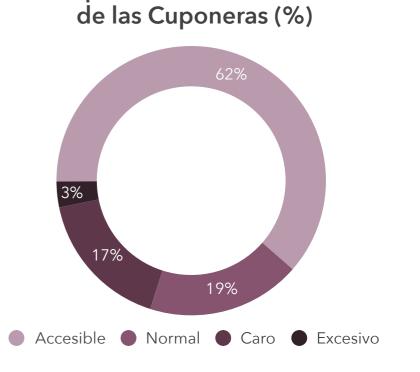
#### I. Encuesta Asistentes

37%







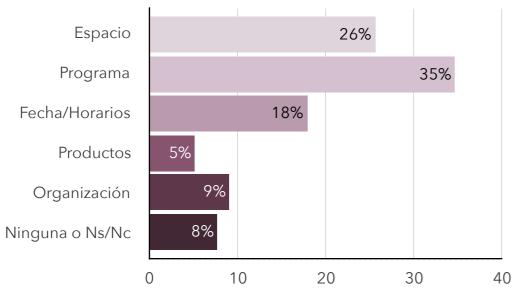


Opinión sobre el Precio

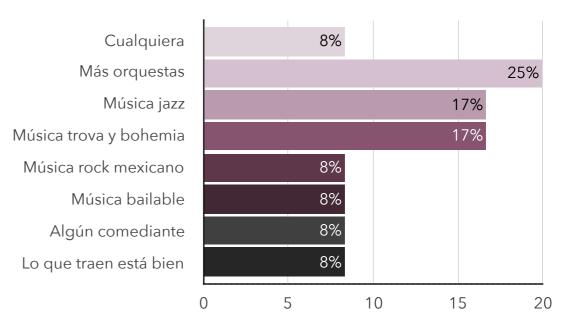
<sup>\*</sup> Comparación con Encuesta Durante: Mas reprobación del festival (7% vs 2%) y mayor calificación como excelente (56% vs 30%), sobre todo por jóvenes y adultos); mayor reprobación del programa, la organización y la difusión; mayor aceptación del precio de las cuponeras (62% vs 36% lo consideró accesible).

#### I. Encuesta Asistentes





#### **Artistas Sugeridos (%)**



#### Mejoras Específicas Sugeridas (Menciones)

20	Espacio	14	Fecha y Horarios	4	Productos
17	Acomodo.	10	Cambiar la fecha.	1	Más casas vinícolas y menos puestos de comida.
2	Más espacio para sentarse a comer.	2	Más días.	1	Queso de cabra y bebidas preparadas con los vinos.
1	Baños públicos.	2	Que haya más actividades (mediodía y noche).	1	Mejores precios o promociones.
				1	Regular la cata que dan las casas vinícolas.
28	Programa	13	Organización		
23	Programa.	5	Nada/Todo excelente.		
1	Más eventos de permanencia.	2	Taguillas (tardahan muaha y na canasían al programa)		
	The state of the s	-	Taquillas (tardaban mucho y no conocían el programa).		
1	Mejores artistas (foro Libertad).	2	El año pasado fue mejor (incluso los fuegos artificiales).		
1	·	2			
1 1	Mejores artistas (foro Libertad).	2	El año pasado fue mejor (incluso los fuegos artificiales).		

\* Comparación con Encuesta Durante: Mayor propensión a sugerir mejoras para el festival (92% vs 47%) sugirió alguna mejora para el festival y sobre los artistas (84% vs 60%), concentrándose éstas en los aspectos de espacio, programa, identidad vinícola y géneros musicales de orquesta, jazz, trova y bohemia.

#### I. Encuesta Asistentes

#### Artistas de Pop y Balada Sugeridos (Menciones)

Carlos Rivera Alejandro Fernández Mijares Emmanuel Paco de María Alejandro Sanz Alexander Acha Amanda Miguel Ana Gabriel Haash Mayte Perroni Mercurio Pablo Alborán Pandora 2 3 5

#### Artistas de Bolero y Alternativos Sugeridos (Menciones)

Edith Márquez

Marco Antonio Solís

Orquesta Sinfónica Nacional de México

Armando Manzanero

Fernando Delgadillo

Guadalupe Pineda

Nicho Hinojosa (otra vez)

Regina Orozco

Rosana

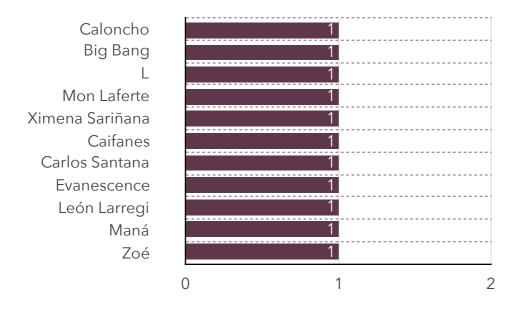
Susana Zabaleta

Tania Libertad

Vicente Fernández

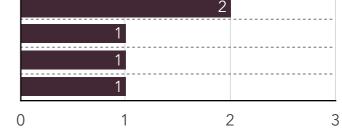
O 1

#### Artistas de Rock y Modernos Sugeridos (Menciones)



## Artistas de Banda y Cumbia Sugeridos (Menciones)

Angeles Azules
Colorado Naranjo
Las Grandiosas
Los Tigres del Norte

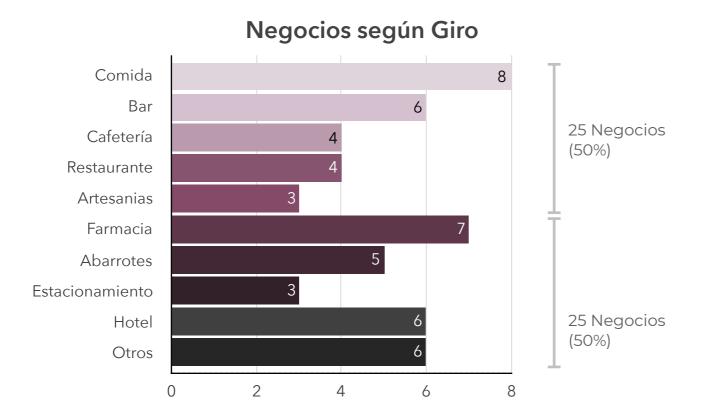


Evalua SáboraFest 2020 **Encuestas** 

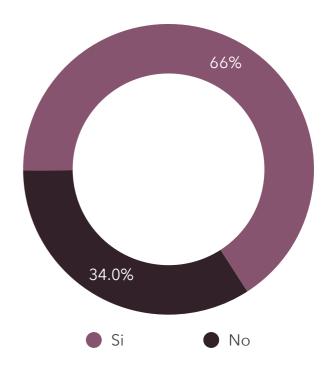
# II. ENCUESTA A NEGOCIOS PERMANENTES

> Giros, ventas y opiniones

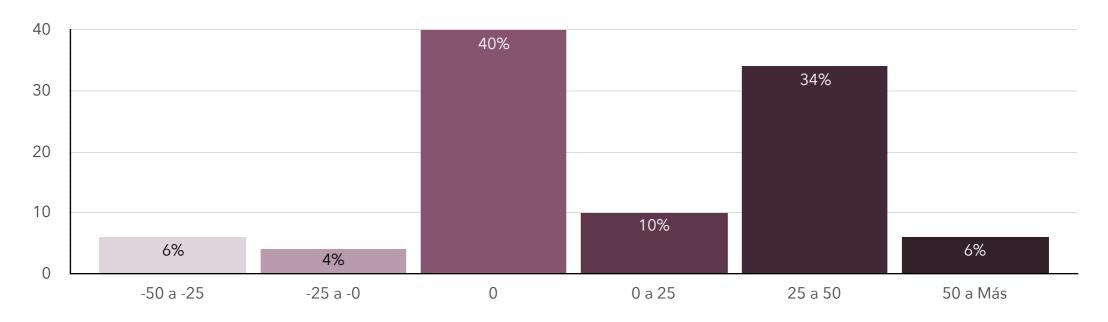




#### Clientes Distintos (%)

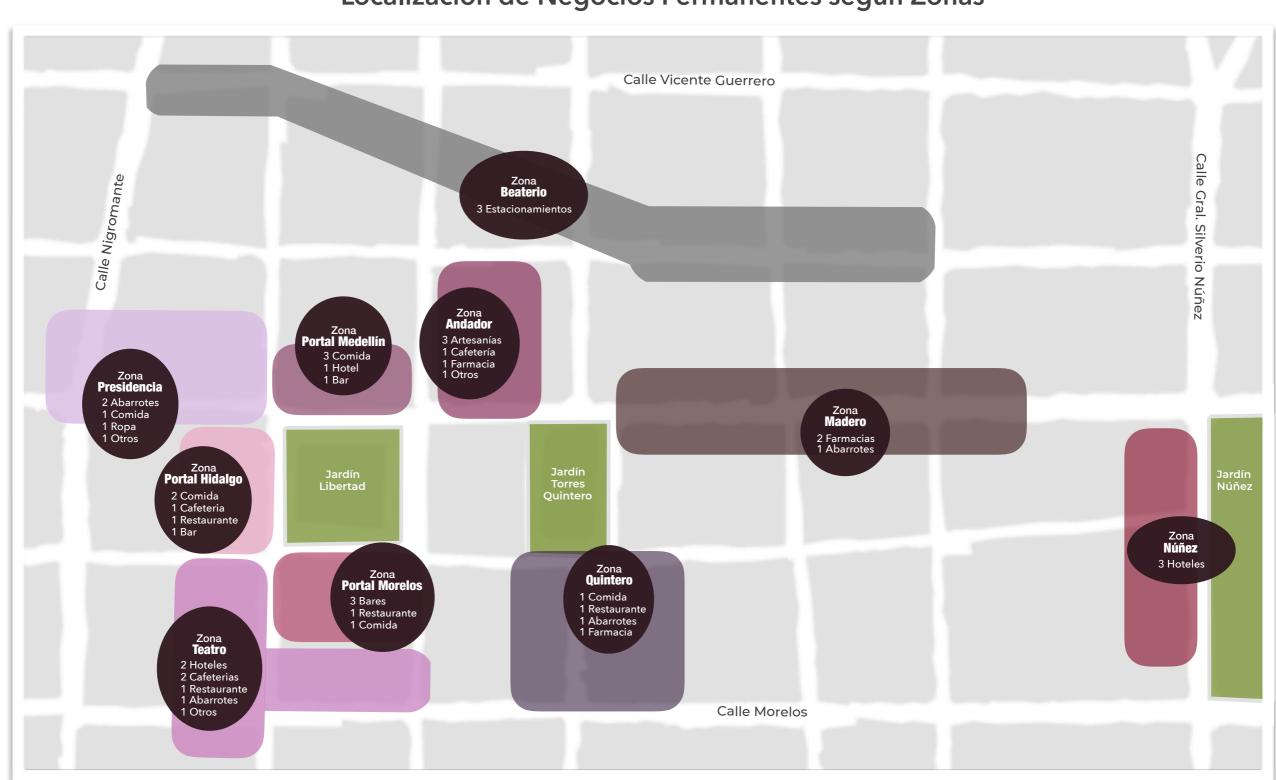


#### Variación Porcentual en Ventas (%)

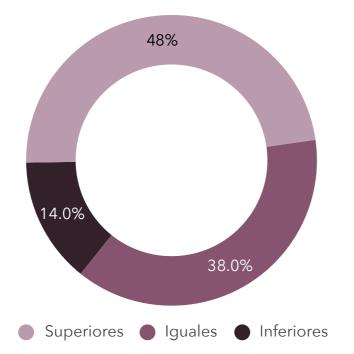


<sup>\*</sup> La mitad de los negocios fijos encuestados posee un giro de alimentos de consumo inmediato o de tipo souvenir también ofertados por los negocios temporales. Dos terceras partes reportó clientes distintos a los habituales gracias al festival, aunque sólo el 50% señaló que sus ventas aumentaron.

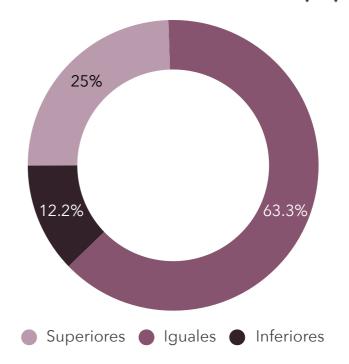
#### Localización de Negocios Permanentes según Zonas



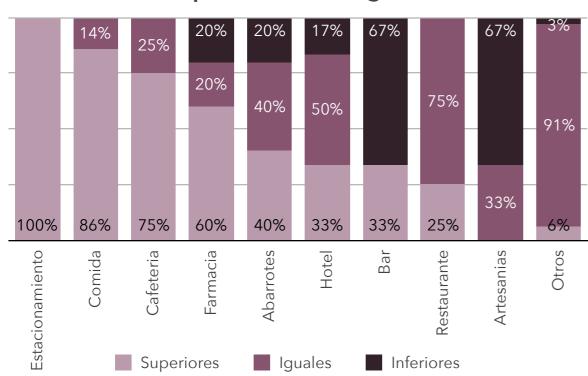




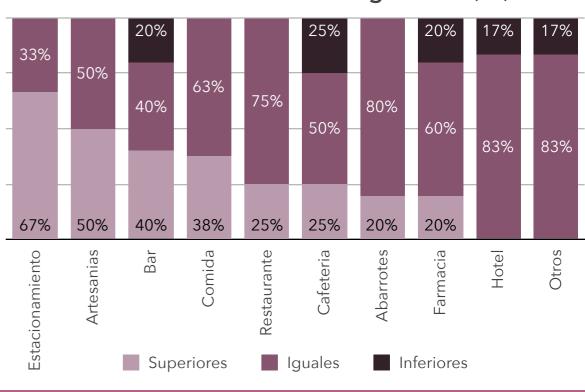
#### Ventas vs Festival Anterior (%)



#### Ventas vs Epoca Normal según Giro (%)

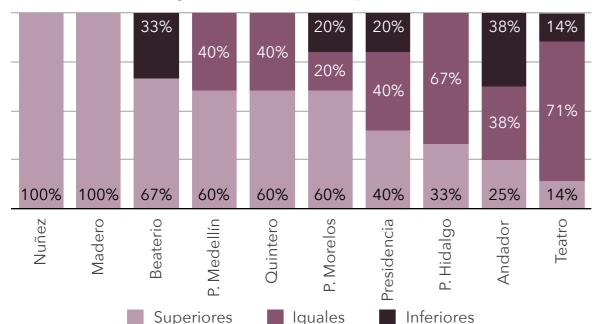


#### Ventas vs Festival Anterior según Giro (%)

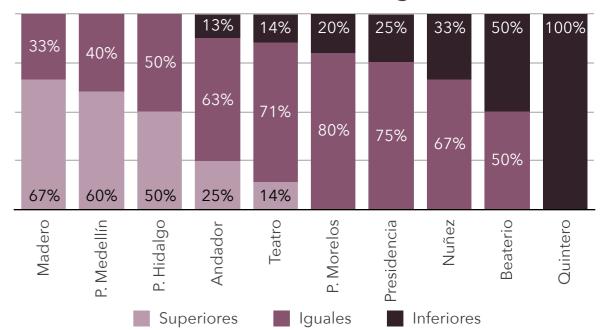


<sup>\*</sup> La mitad de los negocios fijos encuestados posee un giro de alimentos de consumo inmediato o de tipo souvenir que también ofertado por los negocios temporales. Dos terceras partes reportó clientes distintos a los habituales gracias al festival, pero de todos el 44% señaló mismas ventas o una disminución.

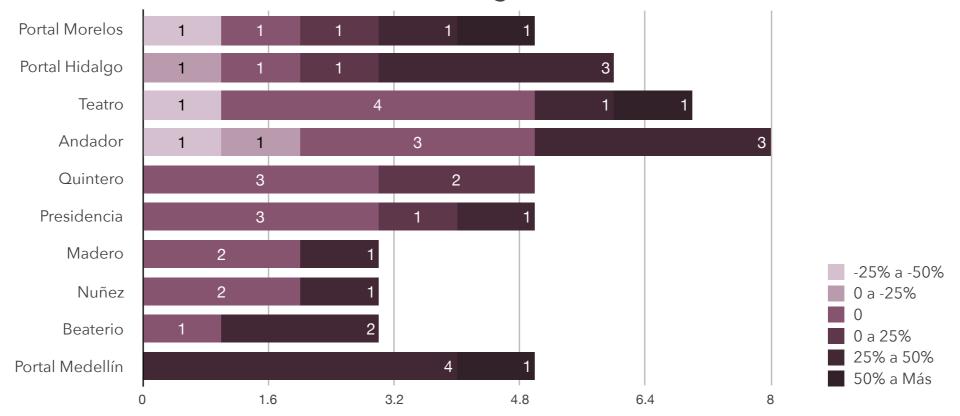




#### Ventas vs Festival Anterior según Zonas %



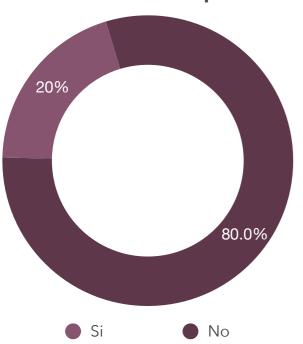
## Variación de Ventas según Zona (Número de Negocios)



<sup>\*</sup> En general, los negocios de las zonas Madero y Nuñez observan un mejor desempeño en ventas que los de las zona de los Portales (sólo en el Morelos hubo negocios afectados), siguiéndoles en buen desempeño los de las zonas Beaterio y Presidencia. Hubo mas afectación en las zonas Andador, Quintero y Teatro.

### II. Encuesta Negocios Permanentes

#### Creación de Empleo (%)



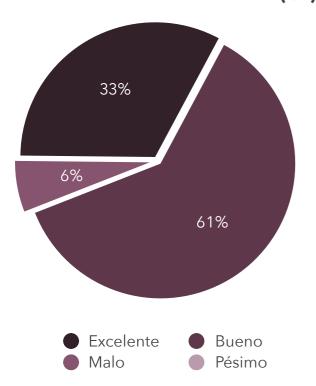
Mas gente conoce los negocios fijos del centro

Mas turistas llegan y se hospedan en el centro

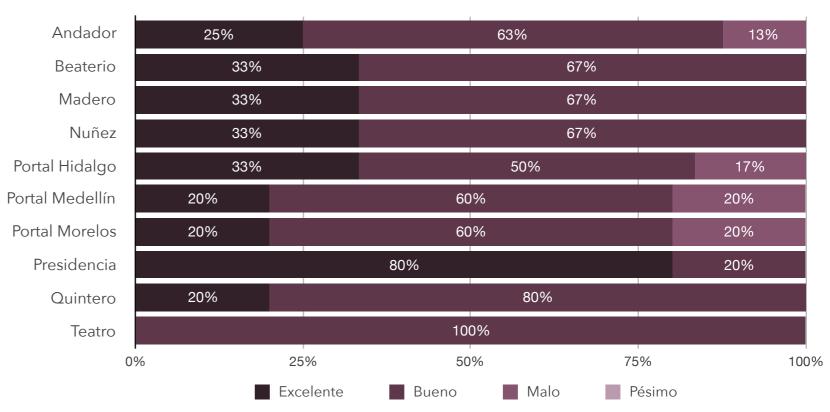
Activa a la economía del centro

#### Apoyo del Festival al Centro (%) 20% 68% 10% 24% 66% 38% 58% 0% 25% 50% 75% 100% Bastante Mucho Poco Nada

#### Calificación del Festival (%)

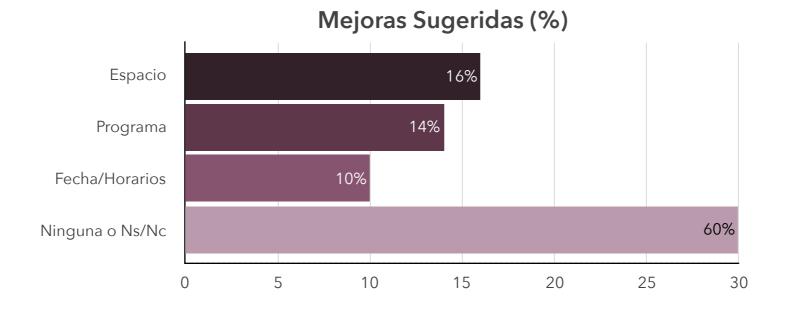


#### Calificación Global del Festival según Zonas (%)



\* La quinta parte de los negocios fijos generó al menos un empleo debido al festival y la enorme mayoría esta de acuerdo en que ayuda a que mas gente los conozca, a atraer turistas y a activar a la economía del centro, calificándolo además como bueno o excelente (sobre todo los del entorno de la Presidencia).

### II. Encuesta Negocios Permanentes



#### Mejoras Específicas Sugeridas

Permisos	Espacio	Fecha	Comida	Artistas
<ul> <li>Priorizar en los permisos de puestos a los negocios fijos del centro.</li> <li>Evitar permitirle vender a otros artesanos.</li> <li>Vigilar que la venta de bebidas alcohólicas sea pareja en todos los negocios fijos.</li> </ul>	<ul> <li>▶Abarcar a más parte del centro.</li> <li>▶Estímulos a los negocios fijos alejados que se benefician menos del festival pues este se centra en el jardín Libertad.</li> <li>▶Baños Públicos.</li> <li>▶Mas mesas para los comensales (insuficientes).</li> <li>▶Mejor calidad en sonidos pero sin que se mezclen porque esa mala acústica nos desmotivo/ahuyentó a algunos clientes.</li> <li>▶Una bodega para que los puestos sigan teniendo y vendiendo producto después de las 12am.</li> <li>▶El escenario del Foro Degollado debe consensuarse con todos los negocios porque obstruyó la vista y venta a algunos negocios fijos.</li> <li>▶No cerrar las calles.</li> </ul>	<ul> <li>▶ Hacerlo mejor en navidad.</li> <li>▶ Cambiar de temporada para evitar a la lluvia.</li> <li>▶ Que sea en vacaciones largas (verano).</li> <li>▶ Más difusión.</li> </ul>	<ul> <li>Más venta de vino que comida.</li> <li>Más variedad de comida.</li> <li>Más alimentos vegetarianos.</li> <li>Más tacos.</li> </ul>	<ul> <li>Que sean como en el VolcanFest.</li> <li>Mejores artistas.</li> <li>Mas populares o conocidos.</li> <li>Más variedad.</li> <li>Más artistas.</li> <li>Más eventos.</li> </ul>

\* El 60% de los negocios fijos no señaló alguna sugerencia para el festival (probable conformidad). Las peticiones expresadas se priorizan en los aspectos de acomodo, programa y fecha/horario, pero en otros comentarios destacan también los aspectos de los permisos, el espacio, la comida y los artistas.

Evalua SáboraFest 2020 **Resultados** 

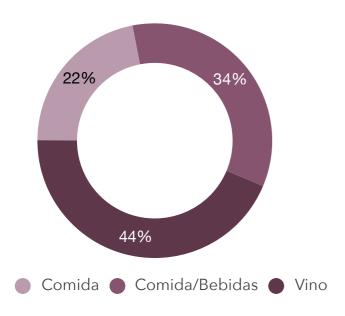
# III. ENCUESTA A NEGOCIOS INVITADOS

> Productos, ventas y opiniones

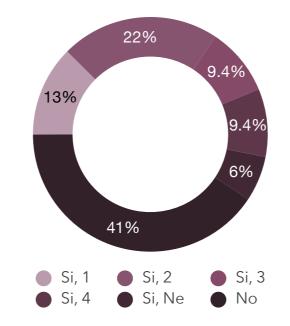


## III. Encuesta Negocios Invitados

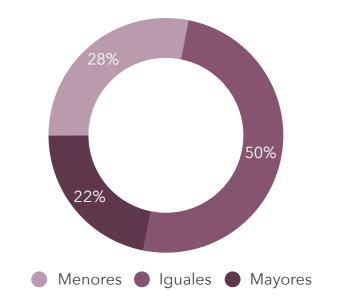




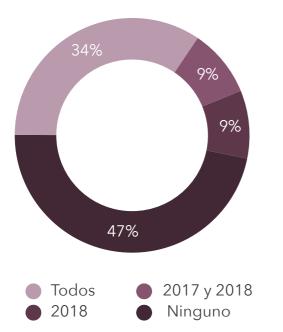
## Creación de Empleos (%)



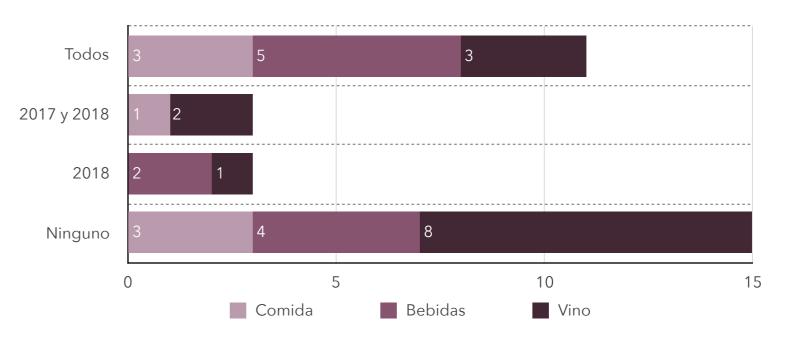
### Comportamiento de Ventas (%)



## Participación en Festivales de Años Anteriores (%)



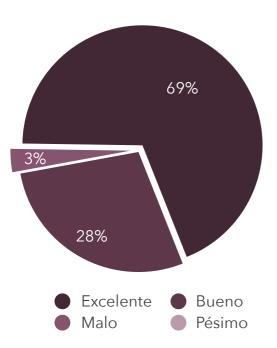
## Participación en Festivales Anteriores según Tipo de Producto (%)

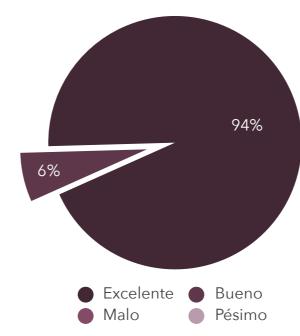


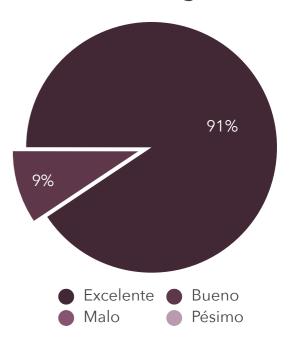
## III. Encuesta Negocios Invitados



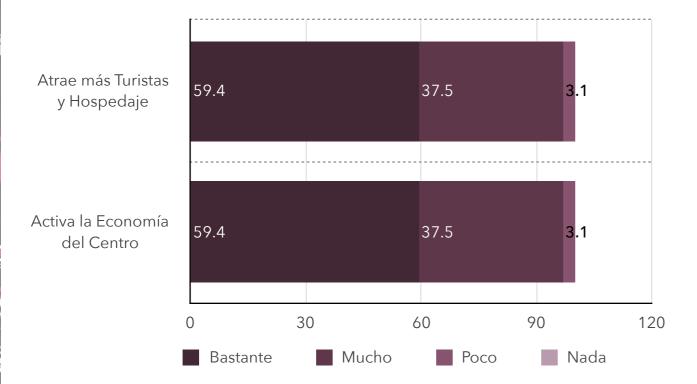
## Calificación Global del Festival (%) Calificación del Staff de Apoyo (%) Calificación de la Organización (%)







### Apoyo a Expresiones sobre el Festival



## Mejoras Sugeridas (Menciones)

#### 8 Concepto

- El SáboraFest cada vez es más conocido por un evento de vino, así que se debe quitar la cerveza, la sangría y el clericot para apoyar más a la cultura del vino.
- 2 Replantear el esquema de compra obligatoria de producto como coca-cola y cerveza.
- Subir un poco el precio de la degustacion, pues para los que hacemos vinos de mayor calidad ayudaría mucho.
- Deben traer mejores artistas porque eso atrae a más personas.

#### 3 Otro Periodo/Horaio

- 1 Regrésenlo a diciembre que es cuando aún la gente tenía dinero.
- 1 Ampliar 1 día más el festival para ver hasta donde tiene potencial.
- 1 Más días.

Prácticamente todos los negocios calificaron como bueno o excelente al festival, así como al staff y a la labor de organización. Ademas, coinciden en que el festival atrae a más turistas y activa a la economía del centro. No obstante, hay inquietudes sobre su fecha y sobre la reafirmación de su esencia vinícola.



## Evalua SáboraFest 2020 **Encuestas**

## DERRAMA ECONOMICA

Captación de negocios y hoteles

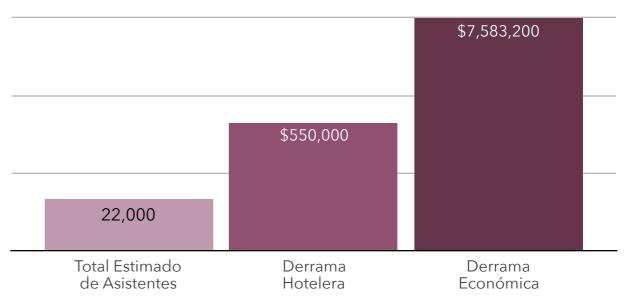


# Evalua SáboraFest 2020 **Derrama Económica**

#### Gasto de los Asistentes según Rangos (%) 4.1% 4.1% 100 75 33.7% 45.5% 50 39.8% 25 32.5% 22.4% 17.9% VolcánFest SáboraFest 2019 2020 Hasta \$150 De \$151a\$300 Más de \$300 Nada

 $\sum =$ 

## Estimación de Asistentes (Personas) y de la Derrama Económica\*\*



<sup>\*\*</sup> La derrama "hotelera" se estimó multiplicando el 4% de encuestados que se hospedó en Hotel/Airbnb al total de 22,000 asistentes estimados (por Protección Civil Municipal), y suponiendo que realmente sólo 1/4 de ellos se hospedó debido al festival (220 personas), teniendo c/ un gasto promedio \$2,500 durante sólo tres días (prácticamente el mismo dato de gasto promedio utilizado en la evaluación del VolcánFest).

Derrama

### Cálculos para la Estimación de la Derrama Económica del Festival\*\*\*

Rangos de Consumo Utilizados en la Encuesta Global a Asistentes < A >	Clasificación del Gasto de los Asistentes Encuestados (%) < B >	Clasificación de los Asistentes Totales en los Rangos de Consumo < C=AsistentesTotales*B >	Consumo Promedio Etiquetado para c/u de los Rangos de Consumo < D >	Gasto de los Asistentes Totales según Rangos de Consumo < E=C*D >
\$0	4.1%	902	\$0	\$0
Hasta \$150	17.9%	3,938	\$150	\$590,700
De \$151 a \$300	32.5%	7,150	\$250	\$1,787,500
Más de \$300	45.5%	10,010	\$500	\$5,005,000
No Aplica	100%	22,000	No Aplica	\$7,383,200

<sup>\*\*\*</sup> La derrama económica generada por los asistentes, se calculó adjudicándole al total de asistentes estimados el mismo patrón de consumo de los asistentes encuestados.





# Evalua SáboraFest 2020 **Encuestas**

## CONCLUSIONES

Hallazgos y alternativas de acción



## Evalua SáboraFest 2020 **Conclusiones**

#### **Comentarios Generales**

- ▶ El festival consolidó su grado de atracción hacia los **grupos de población** de mayor edad (adultos e incluso adultos mayores), siendo una alternativa de actuación el reforzamiento del grado de atracción de los jóvenes a través de eventos diferenciados que atiendan preferencias especificas de variados tipos de visitantes.
- La atracción de más visitantes foráneos es un logro que sigue pendiente, pues la predominancia de los asistentes locales prácticamente se ha mantenido en el mismo nivel y continúa siendo la principal fuente de la generación de derrama económica durante el festival.
- Los visitantes al SáboraFest gastan proporcionalmente más en su consumo en comparación con los visitantes al VolcánFest, cuya asistencia es más masiva (por ende también el consumo) pero cuya organización supone mayores costos (en términos absolutos).
- Los negocios temporales del jardín en relación con los fijos de los portales y más aún en comparación con los negocios fijos del centro, son el tipo de establecimiento más favorecido en la captación de la derrama económica generada por el consumo que realizan los visitantes, pero en promedio todos los tipos de establecimientos reportan un incremento o mantenimiento del nivel de sus ventas como un efecto del festival.
- Más negocios fijos o permanentes y más negocios temporales o invitados reportan proporcionalmente unas ventas iguales o mayores y una mayor creación de empleos, en comparación con el VolcánFest.

- ▶ El festival ha obtenido una calificación/aceptación muy alta por parte de los asistentes y de los negocios fijos y temporales con un grado similar al obtenido por los anteriores SáboraFest y VolcánFest, pero la aprobación es menor cuando se evalúan a los aspectos del programa, de la organización y de la difusión del festival, mientras que el reconocimiento a la seguridad y a la limpieza se ha incrementado y ahora es más alto.
- Las **sugerencias específicas** para el festival más recurrentes o sobresalientes de parte de los asistentes, de los negocios fijos y de los negocios temporales, son:
  - 1º **Desahogo de los espacios** (ampliación, dotación de más bancas, asientos y baños, descongestión de la movilidad y facilitación transporte, cuidado de la acústica y protección de las áreas verdes).
  - 2º **Mejoría de los productos** (ampliación del número de puestos, diversificación del menú, contención de precios vía una regulación, y prohibición de desechables).
  - 3° Adecuación de las actividades (artistas más modernos, reconocidos y juveniles, horarios más tempranos para los adultos mayores, y más eventos culturales y permanentes que refuercen la identidad vinícola del festival).
  - 4° **Reforzamiento de la organización** (eficientización de las taquillas, consentimiento con los negocios, y una difusión/publicidad más amplia, estratégica e intensa).
- Por lo tanto, deben estudiarse mecanismos que incorporen a más espacios, diversifiquen los eventos, mejoren a la movilidad, atraigan a más visitantes, eleven el consenso social, y vuelvan más sustentable al festival (finanzas y medio ambiente).



# Evalua SáboraFest 2020 **Conclusiones**

## Asistentes y su Perspectiva (1a Parte)

Principales Hallazgos	Datos	Alternativas de Acción
<ul> <li>Alta atracción de adultos y de adultos mayores.</li> </ul>	<ul> <li>SáboraFest 2020: 43%</li> <li>SáboraFest 2019: 41%</li> <li>VolcánFest 2019: 19%</li> <li>* Adultos de 40 o Más Años</li> </ul>	<ul> <li>Crear una app o sitio web con información de los eventos que se realizan en la ciudad y que serían de mayor interés para los habitantes y los visitantes potenciales.</li> <li>Conformar una estrategia de marketing</li> </ul>
<ul> <li>Significativa presencia de peticiones de artistas más jóvenes, renombrado o populares, entre la mejoras sugeridas para el festival por parte de los asistentes y de algunos negocios.</li> </ul>		regional y nacional del festival que incluya promocionales diferenciados para los distintos tipos de consumidores vía radio, televisión, periódicos, y redes sociales.
Predominancia del residente local de la ciudad de Colima-VA entre los asistentes al festival.	<ul> <li>SáboraFest 2020: 86%</li> <li>SáboraFest 2019: 86%</li> <li>VolcánFest 2019: 84%</li> </ul>	<ul> <li>Brindar dos conciertos diarios en el Foro Libertad, uno vespertino (6pm quizá) con artistas enfocados a los adultos y adultos mayores, y otro nocturno (9pm quizá) con</li> </ul>
Prevalencia del eje continuo Centro de Colima-Av. Niños Héroes de Villa de Alvarez como la zona de mayor atracción de visitantes locales al festival, relacionado esto con su proximidad geográfica y con su alta densificación de habitantes.		<ul> <li>artistas enfocados a los jóvenes y adultos jóvenes para consolidar y/o reforzar la atracción de estos grupos de edad.</li> <li>Conformar caminamientos seguros que conecten a los nodos de origen, traslado y destino más concurridos por los asistentes</li> </ul>
▶ Mayor atracción de turistas nacionales que el VolcánFest.	<ul> <li>SáboraFest 2020: 10%</li> <li>SáboraFest 2019: Nc</li> <li>VolcánFest 2019: 2%</li> </ul>	al festival, junto a otros estratégicos que conecten hacia el norte y oriente de la ciudad que motiven traslados a pie de más personas desde esas zonas.
<ul> <li>Mayor grado de hospedaje de los visitantes foráneos a través de hoteles/Airbnb.</li> </ul>	<ul><li>SáboraFest 2020: 28%</li><li>SáboraFest 2019: Nc</li><li>VolcánFest 2019: 16%</li></ul>	<ul> <li>Gestionar bases de taxis temporales en la calle nigromante y la avenida Rey Colimán (punto Jardín Núñez) con una señalética fácil y rápidamente identificable, en las</li> </ul>
<ul> <li>Ascenso del enteramiento por amigos/familia, años anteriores y carteles, frente a una caída del enteramiento por redes sociales y ante un sostenimiento del enteramiento por prensa.</li> </ul>	<ul> <li>▶ SáboraFest 2020: 37%; 49%; 8%</li> <li>▶ VolcánFest 2019: 26%; 65%; 7%</li> </ul>	cuales se ordene el descenso de pasajeros y los asistentes se acomoden en filas para acceder al servicio, así como <b>rutas de</b> <b>transporte nocturno</b> (hasta 12am quizá) que efectúen el ascenso y descenso de pasajeros en puntos de esas vialidades.

# Evalua SáboraFest 2020 **Conclusiones**

## Asistentes y su Perspectiva (2a Parte)

Principales Hallazgos	Datos	Alternativas de Acción
<ul> <li>Mayor propensión al consumo (comer/beber y comprar cosas) entre los visitantes, en comparación con el VolcánFest.</li> </ul>	<ul><li>SáboraFest 2020: 49%</li><li>SáboraFest 2019: 48%</li><li>VolcánFest 2019: 46%</li></ul>	<ul> <li>Incluir puestos gastronómicos y de artesanías en entornos aledaños al jardín Libertad, tales como el jardín Quintero, la calle Hidalgo y la Calle Degollado, o bien colocar disponer</li> </ul>
<ul> <li>Significativo interés de los visitantes al pago de eventos vinícola- restauranteros exclusivos.</li> </ul>	<ul> <li>SáboraFest 2020: 27%</li> <li>SáboraFest 2019: Nd</li> <li>VolcánFest 2019: Nd</li> </ul>	equipamiento de mesas y asientos en dichos corredores, para reducir la saturación actual.  • Elaborar un proyecto que considere convertir
<ul> <li>Mayor erogación por consumo de los visitantes que en el VolcánFest (más de \$300), incluso por parte del grupo de los asistentes jóvenes.</li> </ul>	<ul> <li>SáboraFest 2020: 45%; 29%</li> <li>SáboraFest 2019: Nc</li> <li>VolcánFest 2019: 22%; 14%</li> </ul>	al estacionamiento ubicado en Ocampo esquina con Hidalgo en una <b>plazoleta/foro</b> adicional para próximos festivales.
La mayor concentración espacial de la derrama económica del festival que en el VolcánFest ha sido aprovechada mayormente por los	<ul> <li>SáboraFest 2020: 50%; 38%; 12%</li> <li>VolcánFest 2019: 41%; 39%; 20%</li> </ul>	<ul> <li>Fomentar la inversión privada en nuevos nodos atrayentes de más visitantes, como pudiera ser en más restaurantes-cafés, en</li> </ul>
negocios temporales, frente a un sostenimiento de la captada por los negocios fijos de Los Portales y una disminución de la captada por los negocios fijos de la calle Madero.	* No se considera a la derrama turística en hoteles u otros negocios fijos realizada fuera del festival.	<ul> <li>antros o en un cine.</li> <li>Reforzar la observancia medio-ambiental con la instalación de cestos separadores de</li> </ul>
Alta calificación/aceptación del festival y preservación de la misma (excelente o bueno), aunque con un menor grado de aceptación/ valoración (excelente) de parte de los jóvenes (18-24 años).	<ul> <li>SáboraFest 2020: 98%, 27%</li> <li>SáboraFest 2019: 99%, Nd</li> <li>VolcánFest 2019: 97%, 36%</li> </ul>	basura, la prohibición del uso de materiales no biodegradables en los puestos y negocios fijos, la colocación de elementos que protejan o resguarden a las áreas verdes (quizá asientos
Menor aceptación de la organización, del programa y de la difusión (como genial) que en el VolcanFest, frente a un ligero aumento de la valoración dada a la limpieza y a la seguridad.	<ul> <li>SáboraFest 2020: 46%, 62%</li> <li>SáboraFest 2019: Nc</li> <li>VolcánFest 2019: 88%, 59%</li> </ul>	perimetrales), y con la colocación de más vegetación en dichas áreas.
<ul> <li>Proclividad dividida de los asistentes a sugerír mejoras al festival (probable conformidad), y concentración de las sugerencias brindadas en los aspectos de programa, acomodo/espacio y fecha/horarios.</li> </ul>	<ul><li>SáboraFest 2020: 47%; 82%</li><li>VolcánFest 2019: Nc</li></ul>	
<ul> <li>Emergencia de la petición de artistas más modernos/juveniles, así com amigables para los adultos mayores y de una fecha de realización del femenos gastada y/o sea más atractiva para los turistas.</li> <li>Reiteración de la petición de espacios mas amplios que reduzcan la cor de las personas en su acceso y en sus recorridos, así como de más meso regulación de los precios.</li> <li>Ausencia de la petición de biodegradables vs desechables, de mayor lir verdes, y de una mayor seguridad.</li> </ul>	estival en la cual la gente se encuentre ngestión y/o favorezcan a la movilidad as y baños, y de medidas de control y	

## Evalua SáboraFest 2020 Conclusiones

## Negocios Permanentes y su Perspectiva

Principales Hallazgos	Datos	Alternativas de Acción
<ul> <li>Menor proporción de clientes distintos a los habituales en comparación con el VolcánFest.</li> </ul>	<ul><li>SáboraFest 2020: 34%</li><li>VolcánFest 2019: 47%</li></ul>	Alentar la creación de negocios que brinden el <b>servicio de sanitarios</b> todo el
Similar proporción de negocios con un incremento de ventas y reducción de la proporción de negocios con una disminución de ventas en tiempos del festival, en comparación con lo reportado en el VolcánFest.	➤ SáboraFest 2020: 50%; 10% ➤ VolcánFest 2019: 47%; 27%  * El área del VolcanFest abarca a los negocios fijos de la calle Madero y de otras vialidades del centro.	año, y/o conformar acuerdos con los negocios fijos del centro para que durante el festival brinden ese servicio a todos los visitantes (no sólo a sus clientes), para depender menos o incluso presidir de los módulos de sanitarios temporales.
<ul> <li>Más negocios reportaron ventas mayores a las de la época normal, en comparación con lo reportado en el VolcánFest.</li> </ul>	<ul><li>SáboraFest 2020: 48%</li><li>VolcánFest 2019: 23%</li></ul>	<ul> <li>Entregar volantes a los negocios fijos del centro (en la delimitación de las calles Nigromante, Guerrero, Gral. Nuñez y</li> </ul>
<ul> <li>Menos negocios reportaron ventas menores a las del festival anterior, en comparación con lo reportado en el VolcánFest.</li> </ul>	<ul><li>SáboraFest 2020: 12%</li><li>VolcánFest 2019: 31%</li></ul>	Morelos, al menos) que señalen los lineamientos para el otorgamiento de puestos gastronómicos y artesanales durante el festival y oportunamente les
➤ Los factores de ubicación y de tipo de giro no explican por si solos todo el comportamiento de ventas en los negocios fijos pues este fue diferenciado y no obstante que en las zonas Madero, Nuñez, Portales y Presidencia, hubieron proporcionalmente más casos de desempeños favorables.		avisen sobre la apertura de la convocatoria.  Sostener visitas y/o reuniones que deriven en una co-validación del festival con los negocios fijos del centro para obtener una co-validación conjunta sobre la localización
▶ Mayor creación de empleo que en el VolcánFest.	<ul><li>SáboraFest 2020: 20%</li><li>VolcánFest 2019: 12%</li></ul>	y distribución de los foros y de las demás instalaciones del festival, a través de visitas
<ul> <li>Alta calificación/aceptación del festival y preservación de la misma (excelente o bueno) con respecto al VolcánFest, aunque hubo desaprobación por parte de algunos negocios ubicados en Los Portales y en el Andador.</li> </ul>	▶ SáboraFest 2020: 94% ▶ VolcánFest 2019: 95%	y/o de reuniones.  • Elaborar un <b>análisis-propuesta acústica</b> para el festival que, mediante la regulación de los sonidos, asegure que los efectos sonoros armonicen entre sí y alienten al
<ul> <li>Proclividad baja de los negocios a sugerir mejoras, pero las expresadas mayor área del centro, cuente con más mesas y baños, se mejore la ac otra fecha, se otorgue mas puestos a los negocios fijos, y se amplíe la v</li> </ul>	ústica, se expanda el horario, se pruebe	ánimo y confort de los asistentes.

<sup>\*</sup> En la ocasión del SáboraFest 2019 no se encuestó a los negocios fijos o permanentes del centro.

# Evalua SáboraFest 2020 **Conclusiones**

## Negocios Invitados y su Perspectiva

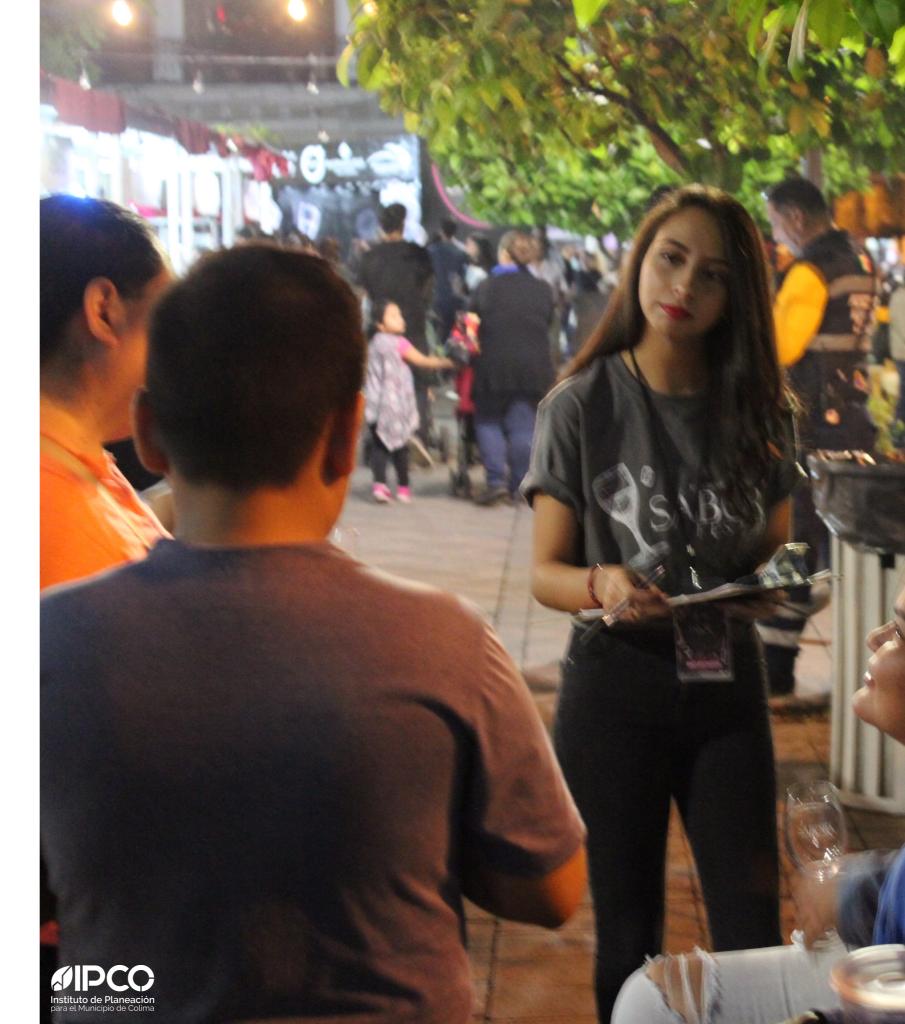
Principales Hallazgos	Datos	Alternativas de Acción
Alta confianza de los negocios invitados en la redituabilidad del festival, pues aunque la cantidad de negocios que persiste/ repite es inferior a la registrada en el SáboraFest anterior y en el VolcánFest, ésta sigue superando a la cantidad de negocios que en el 2020 iniciaron su participación. Ello, presupondría una renovación de los negocios (sobre todo vinícolas, más que en los de comida).	<ul> <li>SáboraFest 2020: 53%</li> <li>SáboraFest 2019: 64%</li> <li>VolcánFest 2019: 71%</li> <li>* Se omitió a la participación en el año 2019 como una opción de respuesta.</li> </ul>	<ul> <li>Entregar folletos turísticos con la cartelera del festival entre todos los hoteles de la ciudad, solicitando que sean distribuidos entre sus huéspedes.</li> <li>Conformar entornos diferenciados de consumo, uno(s) para el de tipo vinícola, y otro(s) para el de tipo restaurantero, de</li> </ul>
Mayor creación de empleo que en el VolcánFest (prácticamente dos terceras partes con una tasa de hasta dos empleos por negocio, y la otra tercera parte con una tasa de tres a cuatro empleos por negocio).	<ul> <li>SáboraFest 2020: 59%</li> <li>SáboraFest 2019: Nd</li> <li>VolcánFest 2019: 21%</li> </ul>	<ul> <li>bebidas de cerveza y de gaseosas, así como para la venta de artesanías.</li> <li>Establecer con los negocios invitados y permanentes mecanismos alternos de financiamiento que permitan contratar</li> </ul>
Incremento de la proporción de negocios que tuvo ventas iguales o mayores a las que esperaba, en comparación con lo reportado en el SáboraFest anterior y el VolcánFest.	<ul><li>SáboraFest 2020: 78%</li><li>SáboraFest 2019: 67%</li><li>VolcánFest 2019: 39%</li></ul>	artistas de mayor renombre y efectuar más eventos atrayentes (pasarelas de moda, premios de literatura, cine al aire libre, etc.), como podría ser a través de la
Menos negocios reportaron ventas menores a las del festival anterior, en comparación con lo reportado en el VolcanFest.	<ul> <li>SáboraFest 2020: 12%</li> <li>SáboraFest 2019: Nd</li> <li>VolcánFest 2019: 31%</li> </ul>	realización de sorteos, o mediante la monetización de residuos generados por los propios negocios antes y durante el festival (grasas, desperdicios orgánicos,
<ul> <li>Alta calificación/aceptación del festival e incremento de la misma (excelente o bueno) con respecto al VolcánFest.</li> </ul>	<ul><li>SáboraFest 2020: 97%</li><li>SáboraFest 2019: 98%</li><li>VolcánFest 2019: 92%</li></ul>	papel, cartón, vidrio y plástico, en jabones, comporta, etc.) vía un fideicomiso.
<ul> <li>Alta calificación/aceptación de los aspectos de organización y de staff del festival (como excelente), aunque con un margen de mejora.</li> </ul>	▶ SáboraFest 2020: 91%; 94%	
Peticiones de refuerzo del concepto vinícola del festival y de su la cerveza, la sangría, el claricot y las bebidas gaseosas, del alza contratación de artistas mas atrayentes, y de la ampliación de d fecha a diciembre.	al precio de las degustaciones, de la	



# Evalua SáboraFest 2020 **Encuestas**

ANEXO

**Cuestionarios** 



## Evalua SáboraFest 2020

## **Encuestas**

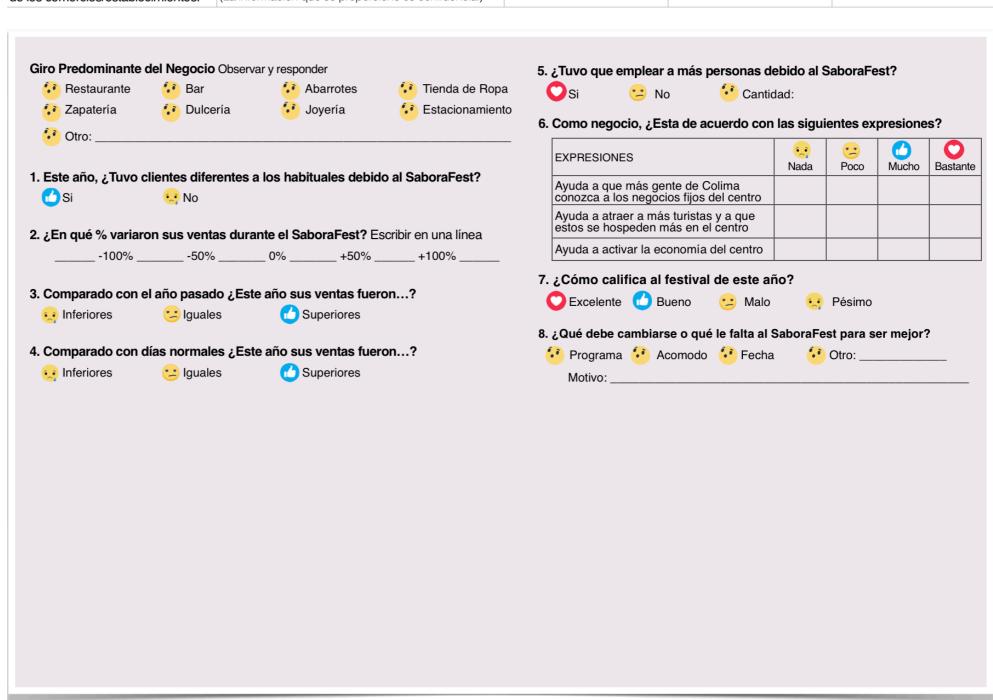


erfil del Encuestado		7. En promedio, ¿Cuánto	gastas cada día d	que vienes al	SaboraFest?	
Edad: País:	Edo:	Nada 👱<	\$150 🕜 \$15	51-\$300 🔘 :	>\$300	Ns/Nc
Sexo: Mpo:	Col/Loc:					
		8. Qué opinas del precio	de las cuponeras	?		
Cómo te enteraste del SaboraF.		🚺 Excesivo 😜 🤇	Caro 🕜 No	rmal 🔘	Accesible 😕	Ns/Nc
Redes Sociales Radio	😝 Carteles 🔑 Amigos/Familia					
otra:		9. ¿Cómo calificas este a	ño a los siguiente	es aspectos o	del SaboraFest	?
. Si estas de visita en la ciudad ¿Ը	Dónde te hospedas?	ASPECTOS	Pésimo	<u>:</u> Malo	Bueno	Gen
Soy Residente OHotel	🚺 Airbnb 🧺 Amigos/Familia	Difusión				
Otro:		Programa				
. ¿Qué actividades disfrutas más	durante al Sabara-Fost?	Organización				
		Limpieza				
Comer/Beber	Comprar cosas Singuna	Seguridad				
Caminar/Ver	Conciertos					
		10. ¿Qué artista o evento	te gustaría ver e	n el próximo	SaboraFest?	
Otras:	entos?	10. ¿Qué artista o evento	te gustaría ver e	n el próximo	SaboraFest?	
Otras:	entos?  Experiencia Paladar Canirac  Ninguna					ejor?
Otras:		<b>O</b>	se o qué le falta	al SaboraFe		
Otras:  Has asistido a los siguientes eve  Catas Guiadas  Experiencia del Paladar	Experiencia Paladar Canirac Ninguna Cena Sabor a Sábora	11. ¿Qué debe cambiars Programa Motivo:	se o qué le falta comodo 🁍 Fe	al SaboraFe cha	st para ser me	
Otras:  Has asistido a los siguientes eve  Catas Guiadas  Experiencia del Paladar	Experiencia Paladar Canirac Ninguna Cena Sabor a Sábora	11. ¿Qué debe cambiars  Programa  Motivo:  12. En general ¿Cómo o	se o qué le falta comodo Pe	al SaboraFe cha (	st para ser me Otro:	
Otras:  Has asistido a los siguientes eve Catas Guiadas Experiencia del Paladar  Qué tipo de alimentos disfrutas	Experiencia Paladar Canirac Ninguna Cena Sabor a Sábora  más durante el SaboraFest?	11. ¿Qué debe cambiars Programa Motivo:	se o qué le falta comodo Pe	al SaboraFe cha (	st para ser me	
Otras:  Has asistido a los siguientes eve Catas Guiadas Experiencia del Paladar  Qué tipo de alimentos disfrutas Snacks Asados Otros:	Experiencia Paladar Canirac Ninguna Cena Sabor a Sábora  más durante el SaboraFest?  Pastas Quesos Ninguna	11. ¿Qué debe cambiars  Programa  Motivo:  12. En general ¿Cómo o	se o qué le falta comodo Fe	al SaboraFe cha  raFest este a	st para ser me Otro:  año?  Excelente	
Otras:  Has asistido a los siguientes eve Catas Guiadas Experiencia del Paladar  Qué tipo de alimentos disfrutas Snacks Asados Otros:	Experiencia Paladar Canirac Ninguna Cena Sabor a Sábora  más durante el SaboraFest? Pastas Quesos Ninguna  nviertes tu dinero?	11. ¿Qué debe cambiars  Programa  Motivo:  12. En general ¿Cómo o  Pésimo  Motivo:	se o qué le falta comodo	al SaboraFe cha  raFest este a eno  st este año?	st para ser me Otro:  año?  Excelente	
Otras:  Has asistido a los siguientes eve Catas Guiadas Experiencia del Paladar  Qué tipo de alimentos disfrutas Snacks Asados	Experiencia Paladar Canirac Ninguna Cena Sabor a Sábora  más durante el SaboraFest?  Pastas Quesos Ninguna	11. ¿Qué debe cambiars  Programa  Motivo:  12. En general ¿Cómo o  Pésimo  Motivo:  13. ¿Qué días has visita	se o qué le falta comodo	al SaboraFe cha  raFest este a eno  st este año?	st para ser me Otro:  año?  Excelente	

### Evalua SáboraFest 2020

## **Encuestas**

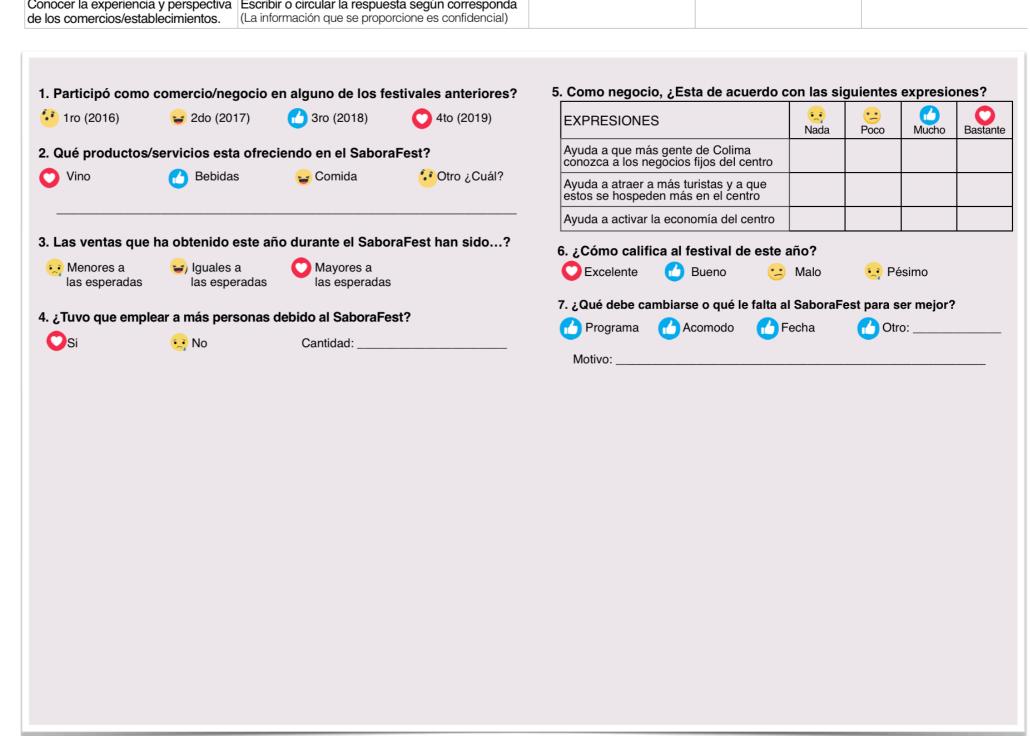




### Evalua SáboraFest 2020

## **Encuestas**









#### H. AYUNTAMIENTO DE COLIMA

#### Dirección General de Desarrollo Económico, Social y Humano

Esperanza Livier Velasco Nuncio Directora General

Lizette Plascencia Díaz

Directora de Fomento Económico

#### Carlos Martín González Flores

Prestador de servicio social apoyando en el procesamiento de la información obtenida a través de las encuestas.

#### Instituto de Planeación para el Municipio de Colima

J. Jesús Ríos Aguilar

Director General

Julio Cesar Rodríguez González

Coordinador de Desarrollo Económico y Social

Angeles Elizabeth Deniz Sigala

Coordinadora de Geoestadística e Informática

#### Marlene Estefanía Fajardo Pineda

Becaria del Programa Federal Jóvenes Construyendo el Futuro, apoyando en el procesamiento de la información obtenida a través de las encuestas, y en la elaboración del reporte.

#### Departamento de Capacitación

Licda. Paula Gabriela Cárdenas Sánchez Jefa del Departamento

Carolina Figueroa Camacho Auxiliar Administrativo

## Colaboración en la Aplicación de Encuestas

#### Universidad de Colima

Ana Janeth Coronado Cervantes, Andrea Lázaro Palacios, Athziri Tshitshiki Lozano Castañeda, Leticia Yudith Cano González, Mariela Itzel Arias Preciado, Sheila Crespo Cordova,

Yaquelyn Monserrat Martínez Molina

Prestadores de servicio social de la Lic. en Trabajo Social

Beny Ciprez Mendoza,

Dania Patricia Palomeque Pérez

Prestadores de servicio social de la Lic. en Derecho

Cesar Manuel García Vázquez

Prestador de servicio social de la Lic. en Administración

#### Centro de Estudios Profesionales de Colima

Juan Gerardo Ramos Pérez

Prestador de servicio social de la Lic. en Alta Dirección

#### Bachillerato José Martí

Edgar Karim Cosio Virgen

Prestador de servicio social

