



UNIVERSIDAD PEDAGOGICA  
NACIONAL

*Educadora de educadores*

Estudio sobre el perfil de los cicloviajeros asistentes al Foro Nacional de la Bicicleta 2022

Nazareth Mavir Reales Aguilar

Universidad Pedagógica Nacional

Facultad de Educación física

Licenciatura en Recreación

Proyecto de grado

Bogotá, D.C.  
2023



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA  
NACIONAL

*Educadora de educadores*

Estudio sobre el perfil de los cicloviajeros asistentes al Foro Nacional de la Bicicleta 2022

Trabajo de grado para optar por el título de Licenciado en Recreación

Nazareth Mavir Reales Aguilar

Asesor:

Erika Liliana Páez Franco

Universidad Pedagógica Nacional

Facultad de Educación física

Licenciatura en Recreación

Bogotá, D.C.  
2023

## **Agradecimientos**

Hoy quiero agradecer al universo y a esa fuerza y poder que yace en mí interior para lograr lo que me propongo, fue un camino largo, lleno de aventuras y experiencias que me inspiraron a llegar hasta el final.

A mi familia

A todos y cada uno de los miembros de mi familia gracias porque siempre creen en mí, porque me apoyan de muchas maneras y por qué hoy también están aquí, gracias.

A los viajeros

Gracias a todos los viajeros que recorrieron caminos conmigo, a todos los que me inspiraron para continuar creyendo en que, si es posible la escuela sobre ruedas, gracias por existir y atreverse a vivir, viajar diferente y a hacer realidad sus sueños por descabellados que parezcan, gracias por el coraje de viajar en bicicleta e inspirar a muchos.

Gracias...

## **Dedicatoria**

A mi hija KAROL SOFIA le dedico este logro, a ti que siempre has sido y seguirás siendo mi angelito y mi inspiración para ser mejor, para hacer las cosas diferentes y para volar tan alto como las águilas, te AMO y gracias porque tú también te gradúas hoy conmigo, hoy cerramos este ciclo juntas.

A mi hijo Thomas Edison gracias por elegirme para guiar tu camino y ayudarte a desarrollar todo tu potencial, misión que realizo con gusto, amor y pasión a través en bicicleta.

A mi esposo Andres Noreña gracias por todo tu apoyo, amor y esfuerzo para lograr este objetivo juntos, es un paso más de todo lo que vamos a lograr, somos una familia sobre ruedas y al mundo vamos a explorar.

A mi mamita, mis hermanos y a mi tío, este logro también es de ustedes, porque gracias a ese granito de arena que pusieron en su momento hoy la obra de arte está terminada, sin su ayuda y apoyo no era posible, gracias porque hoy seguimos creciendo.



## **Introducción**

El crecimiento demográfico a nivel mundial ha generado desafíos en la movilidad urbana, como la congestión vehicular, la contaminación del aire y el desarrollo insostenible. En respuesta a estos problemas, la bicicleta ha surgido como una solución viable y ha ganado reconocimiento en las últimas décadas. En Suramérica, se han formado comunidades de ciclistas comprometidos y se han promovido iniciativas como Bici Red Colombia, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas.

Uno de los eventos más importantes en este ámbito es el Foro Nacional de la Bicicleta (FNB) en Colombia, que reúne a expertos en movilidad en bicicleta y ha experimentado un crecimiento significativo en su comunidad de asistentes. Los cicloviajeros y colectivos de ciclistas que organizan travesías desde diferentes ciudades para llegar al evento, han fomentado la interacción entre la vida urbana y rural, promoviendo el cicloturismo y enfrentando desafíos relacionados con la movilidad en bicicleta.

A pesar del éxito del FNB, existe una falta de información y comprensión sobre los cicloviajeros que asisten a este evento. Conocer su perfil y comprender sus motivaciones resulta fundamental para desarrollar estrategias efectivas que promuevan el uso de la bicicleta como medio de transporte y mejoren la calidad de vida de las personas. Los colectivos de cicloviajeros y los organizadores del FNB han desempeñado un papel importante en promover el activismo en bicicleta y en influir en políticas públicas relacionadas con la movilidad.

Motivo por el cual, se plantea la necesidad de establecer el perfil de los cicloviajeros asistentes al Foro Nacional de la Bicicleta 2022 determinando una línea base sobre la población objetivo. Para dar cuenta de lo anterior se recopilaron los siguientes capítulos:

- **Capítulo I. Marco Teórico:** En este apartado se realiza un repaso de las características psicográficas dentro de la segmentación de mercado, así como un análisis más detallado de las variables relacionadas con el uso de la bicicleta para viajar y aquellas que influyen en la motivación de los cicloviajeros. En esta misma línea, se retoman las categorías relevantes para el estudio, como turismo, cicloturismo, cicloviajero, segmentación y motivación para viajar en bicicleta, apoyándose en diferentes autores.
- **Capítulo II. Metodología:** En este capítulo se describe la metodología utilizada en la investigación. La cual se desarrolló bajo el enfoque cualitativo con un alcance de tipo descriptivo, el cual se centró en comprender la realidad y las experiencias de los cicloviajeros que participaron en el FNB 2022 y se desplazaron en bicicleta desde diferentes ciudades de Colombia hasta Fusagasugá.
- **Capítulo III. Resultados:** En este capítulo se presentan los resultados obtenidos en el estudio. Se aborda la respuesta al objetivo general de la investigación, analizando cada interrogante planteado y destacando los aportes de cada objetivo específico establecido.
- **Capítulo IV. Conclusiones:** En este último capítulo, se exponen las conclusiones del estudio. La investigadora realiza aportes y recomendaciones relacionados con el objeto de estudio, basándose en los hallazgos y resultados obtenidos en la investigación.

## **Resumen /Abstract**

El proyecto de grado tiene como objetivo establecer el perfil de los cicloviajeros que asistieron al Foro Nacional de la Bicicleta 2022, con el fin de obtener una línea base sobre la población objetivo. Para recopilar y clasificar la información sobre las motivaciones de los cicloviajeros, se utilizó la metodología propuesta por Adele Revella, la cual proporciona un enfoque sistemático y estructurado para analizar las respuestas de los cicloviajeros e identificar patrones y tendencias en sus motivaciones de viaje.

La metodología de investigación utilizada fue de enfoque cualitativo y descriptivo, ya que permite comprender las motivaciones internas y externas de los cicloviajeros para participar en el Foro Nacional de la Bicicleta 2022 y viajar en bicicleta. El diseño metodológico constó de una etapa preparatoria, entrevistas, análisis y comprensión de los datos. La muestra estuvo compuesta por 11 viajeros experimentados, cuatro mujeres y siete hombres, con edades comprendidas entre los 25 y 45 años. Además, se realizaron 302 encuestas durante el Foro Nacional de la Bicicleta 2022 para recopilar información sociodemográfica y psicográfica, a través de un formulario en línea.

Los resultados obtenidos revelaron la existencia de un segmento de mercado de cicloviajeros con características y motivaciones similares. Estos cicloviajeros buscan experiencias significativas que les permitan escapar de la rutina y del sistema convencional, y encuentran en los viajes en bicicleta una fuente de libertad tanto física como mental. Además, valoran la oportunidad de adquirir nuevas habilidades y conocimientos, así como de aprovechar al máximo su tiempo libre. Es interesante destacar cómo los cicloviajeros entrevistados enfrentaron y superaron las limitaciones sociales y mentales, como el temor al juicio de los demás y la sensación de no encajar en los estándares convencionales.

En este sentido, el cicloturismo y eventos como el Foro Nacional de la Bicicleta desempeñan un papel importante al proporcionar un espacio de apoyo y comunidad para los cicloviajeros. Estos eventos reúnen a personas con intereses similares, creando una red de apoyo donde los participantes se sienten comprendidos y alentados en su búsqueda de la autorrealización.

## Índice de contenido

Agradecimientos.....	3
Dedicatoria .....	4
Introducción.....	6
Resumen /Abstract.....	8
Índice de contenido.....	10
Índice de figuras .....	14
Índice de Tablas.....	16
Lista de acrónimos.....	17
Problemática.....	18
Planteamiento del Problema .....	18
Formulación del problema.....	21
Objetivos.....	21
General .....	21
Justificación.....	22
Marco Referencial .....	24
Antecedentes.....	24
Antecedentes Internacionales .....	24
Antecedentes Nacionales.....	27
Antecedentes Locales .....	30

Marco Contextual .....	34
FBN, versión 8, Fusagasugá, 2022 .....	45
Marco Teórico .....	51
Turismo y cicloturismo.....	51
Turismo de Aventura.....	54
Cicloturismo .....	56
La bicicleta como medio de transporte ideal para el turismo de naturaleza.....	57
Consumidor turístico .....	59
Motivación.....	61
Motivaciones turísticas para hallar el perfil del cicloviajero asistentes al FNB - 2022 .	65
Segmentaciones .....	67
Segmentaciones psicográficas .....	68
Segmentaciones sociodemográficas .....	69
Segmentación Motivacional .....	69
Metodología.....	71
Enfoque de investigación .....	71
Alcance de la investigación .....	72
Muestra enfoque de estudio.....	72
Técnica e instrumentos de recolección.....	73
Orden de recolección de datos.....	76

Resultados.....	78
Características sociodemográficas: .....	78
Género .....	78
Edad.....	78
Nivel educativo.....	79
Situación Laboral.....	80
Estado Civil .....	81
Origen del Cicloviajero .....	82
Resultados Psicográficos de los asistentes al FNB 2022.....	83
Grupo de viaje .....	83
Tipo de alojamiento.....	84
Presupuesto diario .....	85
Pretensiones hacia la comunidad que encuentran en sus viajes .....	86
Beneficios personales al viajar .....	86
Resultados de motivación obtenido de las entrevistas a profundidad de 11 asistentes del FNB experimentados.....	87
Análisis de Resultados.....	89
Análisis de resultados de las características sociodemográficas: .....	89
Género: .....	89
Edad:.....	90

Nivel educativo:.....	91
Situación laboral:.....	91
Estado civil:.....	92
Origen geográfico:.....	92
Análisis de resultados de las características psicográficas de los asistentes al FNB 2022:	95
Grupo de viaje: .....	95
Tipo de alojamiento:.....	96
Presupuesto diario: .....	97
Pretensiones hacia la comunidad que encuentran en sus viajes: .....	97
Beneficios personales al viajar: .....	98
Análisis de resultados de las 11 entrevistas a profundidad: .....	98
Conclusiones.....	104
Recomendaciones .....	105
Referencias .....	106
Anexos.....	112
Anexo 1: .....	112
Resultados por cada una de las entrevistas:.....	112
Resultados de entrevista N°1 realizada al Participante 1. ....	112
Resultados de entrevista N°2 realizada al Participante 2. ....	113
Resultados de entrevista N°3 realizada al Participante 3. ....	114

Resultados de entrevistaN°4 realizada al Participante 4. ....	116
Resultados de entrevistaN°5 realizada al Participante 5. ....	117
Resultados de entrevistaN°6 realizada a participante 6.....	118
Resultados de entrevistaN°7 realizada al Participante 7. ....	119
Resultados de entrevistaN°8 realizada al Participante 8. ....	119
Resultados de entrevistaN°9 realizada al Participante 9. ....	120
Resultados de entrevistaN°10 realizada al Participante 10. ....	121
Resultados de entrevistaN°11 realizada al Participante 11. ....	122
Anexo 2: Guion Entrevista a profundidad realizada a 11 cicloviajeros experimentados.....	123

## **Índice de figuras**

<i>Figura 1 Logo oficial del primer Foro Nacional de la Bicicleta 2015</i> .....	34
<i>Figura 2 Logo oficial del segundo Foro Nacional de la Bicicleta 2016</i> .....	36
<i>Figura 3 Logo oficial del tercer Foro Nacional de la Bicicleta 2017</i> .....	37
<i>Figura 4 Logo oficial del cuarto Foro Nacional de la Bicicleta 2018</i> .....	38
<i>Figura 5 Publicidad oficial del quinto Foro Nacional de la Bicicleta 2019</i> .....	40
<i>Figura 6 Logo oficial del sexto Foro Nacional de la Bicicleta 2020</i> .....	41
<i>Figura 7 Logo oficial del séptimo Foro Nacional de la Bicicleta 2021</i> .....	43
<i>Figura 8 Logo oficial del octavo Foro Nacional de la Bicicleta 2022</i> .....	44
<i>Figura 9 Mapa de Fusagasugá</i> .....	46
<i>Figura 10 Mapa de Colombia, departamentos de Cundinamarca</i> .....	47

Figura 11 Clasificación de actividades realizadas en el turismo de aventura en Colombia...	55
Figura 12 Dimensiones motivacionales según Flores (1974).....	64
Figura 13 Asistentes al FNB 2022 por género .....	78
Figura 14 Asistentes al FNB 2022 por grupo atareo .....	79
Figura 15 Asistentes al FNB 2022 por nivel educativo.....	79
Figura 16 Situación Laboral de los Asistentes al FNB 2022.....	80
Figura 17 Asistentes al FNB 2022 por estado civil.....	81
Figura 18 Asistentes al FNB 2022 por departamento de origen. ....	82
Figura 19 Asistentes al FNB 2022 por grupo de viaje .....	84
Figura 20 Asistentes al FNB 2022 por lugar de alojamiento .....	84
Figura 21 Presupuesto Diario de los Asistentes al FNB 2022.....	85
Figura 22 Asistentes al FNB 2022 de acuerdo al beneficio con el que buscan aportar al viajar en bicicleta.....	86
Figura 23 Asistentes al FNB 2022 y el beneficio que obtienen de forma individual al viajar en bicicleta.....	87

## Índice de Tablas

Tabla 1 Normas de convivencia en el “Bici-campamento” .....	49
Tabla 2 Número de asistentes al Bici-campamento por departamento .....	50
Tabla 3 Características sociodemográficas de los entrevistados .....	73
Tabla 4 Categorías de análisis por anillo según Revella (2015) .....	75
Tabla 5 Resultado de las entrevistas.....	88

## **Lista de acrónimos**

FNB: Foro Nacional de la Bicicleta

OMT: Organización Mundial de Turismo

SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje

IMDRI: Instituto Municipal para el deporte y la recreación de Ibagué

IMDER: Instituto Municipal de Deporte y Recreación

UNAD: Universidad Nacional Abierta y a Distancia

INDERF: Instituto Deportivo y Recreativo de Fusagasugá

UNWTO: Organización Mundial de Turismo

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible

MINCIT: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

PI: Iniciativa Prioritaria

SF: Factores de éxito

PB: Barreras Percibidas

BJ: Conocimiento del viaje

DC: Criterios de Decisión

## **Problemática**

Durante este apartado encontrará el planteamiento del problema sobre la necesidad de establecer y describir el perfil de los cicloviajeros asistentes al Foro Nacional de la Bicicleta 2022 (en adelante, FNB 2022) y comprender sus motivaciones para viajar en bicicleta para participar del evento. Además, se busca crear una línea base que permita evaluar la población asistente y los beneficios asociados con la práctica del cicloturismo.

### **Planteamiento del Problema**

El fenómeno del crecimiento demográfico a nivel mundial ha desencadenado una serie de desafíos sociales, culturales, políticos y económicos que demandan soluciones efectivas. Uno de los aspectos más relevantes es el impacto en la movilidad de los habitantes, especialmente en entornos urbanos, como lo describe Jordi (2017) “ha tenido una significativa incidencia en los patrones de movimiento de la población, consolidando los hábitos sedentarios y sus nocivas implicaciones, al mismo tiempo que ha generado un modelo de movilidad dominante que presenta un amplio rango de problemáticas” (p. 308), donde el aumento de la congestión vehicular, la contaminación del aire y el desarrollo insostenible plantean una urgente necesidad de encontrar alternativas de transporte más sostenibles.

En este contexto, la bicicleta ha surgido como una solución prometedora y en auge durante las últimas décadas. Su adopción como medio de movilidad alternativa ha llevado a la conformación de comunidades de ciclistas comprometidos y han surgido iniciativas comunitarias en Suramérica, como Bici Red Colombia, que promueven el uso de la bicicleta como una alternativa tanto en entornos urbanos como rurales “buscando mejorar la calidad de vida de las personas” (Bicired, s.f.).

Uno de los eventos más importantes en este ámbito es el Foro Nacional de la Bicicleta, que reúne a expertos en movilidad en bicicleta y se ha consolidado como un referente importante en el

país. El FNB, ha experimentado un crecimiento exponencial en su comunidad de asistentes, como los colectivos de cicloviajeros que se organizan para realizar travesías desde diferentes ciudades para llegar al lugar del evento, abriendo espacios para la interacción entre la vida urbana y rural. Dinámicas que tiene que ver con “las formas de promover el cicloturismo (...) al incorporar la bicicleta a la movilidad urbana” (Teixeira y Edra, 2020), así como en experiencias positivas, intercambios culturales en espacios de bici campamentos y desafíos relacionados con la movilidad en bicicleta.

Sin embargo, a pesar del creciente interés en la bicicleta como medio de transporte y del éxito del FNB en Colombia, existe una falta de información y comprensión acerca de los cicloviajeros que asisten a este evento. Conocer en detalle el perfil de los cicloviajeros y comprender sus motivaciones para participar en el FNB resulta fundamental para desarrollar estrategias efectivas que promuevan el uso de la bicicleta como medio para viajar y mejoran la calidad de vida de las personas.

Los colectivos de cicloviajeros, ciclistas y grupos urbanos organizados, junto con los organizadores del FNB han desempeñado un papel fundamental en promover el activismo en bicicleta y en influir en la formulación de políticas públicas en varias ciudades. Esto ha llevado a “implementar infraestructuras informales para bicicletas que luego se formalizan y permanecen” (Moscoso et al., 2019, p. 64) y que han contribuido a transformar el paradigma de movilidad.

Diversos sectores, como el de la salud y el turismo, se han interesado en estos cambios en la movilidad. El sector turístico observa los desplazamientos extensos en bicicleta, que involucran el uso del tiempo libre, la recreación y el ocio en viajes entre territorios cercanos o lejanos al lugar de residencia. La bicicleta ha dejado de ser solo un medio de transporte para evitar el tráfico vehicular y se ha convertido en una opción utilizada para otros propósitos como el cicloturismo, que brinda

diversos beneficios y un impacto económico y social, “determinando las tendencias y comportamientos de la nueva demanda turística” (Vega y Vivas, 2007, p. 687).

En este contexto, el FNB se ha consolidado como un evento importante que atrae a cicloviajeros recurrentes. Sin embargo, existen desafíos logísticos y de adaptación de la ciudad anfitriona del evento, así como la necesidad de conocer las características y motivaciones de los cicloviajeros que asisten al FNB.

Estos datos de los “ciclistas y su comportamiento es crucial para visualizar sus movimientos y necesidades, (...) ya que ayuda a monitorear los efectos de las intervenciones y los cambios, y proporciona un insumo clave en los procesos de planeación” (Moscoso, et al. 2019, p. 64), además, serán fundamentales para otras iniciativas relacionadas con el cicloturismo y la movilidad sostenible en Colombia.

En este sentido, es necesario realizar una caracterización de los cicloviajeros que asistieron al FNB 2022, evento que fue desarrollado en Fusagasugá, con el objetivo de establecer su perfil, identificar sus necesidades y determinar las motivaciones que los impulsaron a viajar en bicicleta para asistir al evento. Esta caracterización sería la primera en su tipo y proporcionaría información valiosa para comprender y atender las demandas de esta comunidad específica. Por lo anterior se establece la siguiente pregunta problema.

## ***Formulación del problema***

¿Cuál es el perfil sociodemográfico, psicográficas y motivacional de los cicloviajeros que asistieron al Foro Nacional de la Bicicleta 2022?

## **Objetivos**

### ***General***

Establecer el perfil de los cicloviajeros asistentes al Foro Nacional de la Bicicleta 2022 determinando una línea base sobre la población objetivo.

### **Específicos**

- Identificar las características sociodemográficas de los cicloviajeros asistentes al Foro Nacional de la Bicicleta 2022.
- Detallar las características psicográficas de los cicloviajeros asistentes al Foro Nacional de la Bicicleta 2022.
- Interpretar las principales motivaciones para viajar en bicicleta al Foro Nacional de la Bicicleta 2022 utilizando este medio de transporte.

## **Justificación**

Esta investigación se basa en la necesidad de abordar las nuevas dinámicas del mundo contemporáneo desde la perspectiva de la Licenciatura en Recreación, programa que busca “formar agentes educativos para afrontar las necesidades lúdicas, socioculturales y ambientales de la nación colombiana” (Díaz y Rodríguez, 2014, p.138).

En este contexto, se reconoce que tanto el turismo como los medios de transporte han experimentado transformaciones significativas. Por un lado, del turismo no solo se entiende este “como un fenómeno que afecta a los seres humanos en sus desarrollos identitarios locales” (Díaz y Rodríguez, 2014, p.140), sino que también como un suceso que puede contribuir a la sostenibilidad urbana y rural, así como al mejoramiento de la calidad de vida. Por otro lado, “en los últimos años, el uso de la bicicleta como medio de transporte o para la práctica deportiva y de ocio se está incrementando paulatinamente. Más concretamente, la combinación de la práctica ciclista y del turismo ha dado lugar a una nueva modalidad turístico sostenible, el cicloturismo” (Moral, 2016, p.1), como una forma de viajar y conocer el territorio.

En particular, el FNB ha surgido como un evento relevante que reúne a cicloviajeros y promueve la interacción, el intercambio de experiencias y el descubrimiento de Colombia en bicicleta. Por tanto, es importante investigar y comprender el perfil de los cicloviajeros que participaron en el FNB 2022 para tener una visión clara de quiénes son, qué necesidades tienen y qué los motiva a participar en el evento. Estos datos no solo serán útiles para la planificación logística del FNB, sino que también podrán ser utilizados por instituciones públicas, sectores como el turismo y otros actores interesados en promover la movilidad sostenible y el cicloturismo en Colombia, además permitirá planificar actividades, productos y servicios que se ajusten a sus

necesidades y motivaciones, fomentando así el emprendimiento autónomo en el territorio colombiano

Al comprender las motivaciones y necesidades de los cicloviajeros, se podrán diseñar estrategias más efectivas para fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte en diferentes contextos, tanto urbanos como rurales. Además, se podrán establecer políticas y programas que impulsen la creación de infraestructuras adecuadas, servicios especializados y normativas inclusivas para los ciclistas. Esto contribuirá a generar una mayor conciencia sobre los beneficios de la movilidad en bicicleta, tanto a nivel individual como colectivo, y a promover un cambio de paradigma en la forma en que nos desplazamos en las ciudades.

Por lo anterior, esta investigación busca proporcionar información actualizada y relevante sobre las características sociodemográficas, psicográficas y motivaciones de los cicloviajeros. De esta manera, se pretende contribuir al conocimiento académico en el campo de la recreación y ofrecer una base de referencia para futuras investigaciones y evaluaciones en el sector.

Además, esta investigación tiene una relevancia personal, ya que la autora es viajera en bicicleta con una trayectoria de 7 años y cinco países visitados practicando el cicloturismo, quien con la presente investigación busca brindar información útil para el diseño de propuestas y emprendimientos relacionados con el cicloturismo.

## **Marco Referencial**

En desarrollo del marco referencial es una parte fundamental de la investigación. Se utiliza para proporcionar una base sólida de conocimiento existente y establecer la relevancia de la investigación que se llevará a cabo, aquí se abarca el conocimiento existente y la disponibilidad de información relevante, se revisan las fuentes pertinentes para comprender las teorías, conceptos y enfoques que se han utilizado en investigaciones anteriores relacionadas con el tema de estudio.

### **Antecedentes**

A continuación, se revisan algunas investigaciones sobre el perfil de los cicloviajeros y las motivaciones para viajar en bicicleta, que brinden información sobre las características sociodemográficas y psicográficas de los cicloviajeros. Además, se identificarán las teorías o modelos que se han utilizado para comprender las motivaciones de las personas para viajar en bicicleta.

### ***Antecedentes Internacionales***

Para empezar, se revisó la investigación "Estrategias para identificar el perfil del turista colombiano, que pueda acceder al turismo experiencial en la ciudad de Lima" como punto de partida para comprender cómo se abordó un estudio similar en el contexto del turismo. El estudio realizado por Quispe y Mendoza (2017) se enfocó en identificar las preferencias del turista colombiano por el turismo experiencial en la ciudad de Lima, utilizando una metodología de investigación cualitativa y el método del caso de tipo etnográfico.

En esta investigación, se seleccionó una muestra intencional de 30 turistas colombianos y dos guías turísticos en la ciudad de Lima. Se utilizó la entrevista de profundidad como instrumento de recolección de datos. Los resultados del estudio revelaron que los turistas colombianos no

lograron acceder al verdadero turismo experiencial, el cual busca una conexión emocional, intelectual y espiritual con la ciudad de Lima. Sin embargo, los entrevistados manifestaron haber tenido una experiencia satisfactoria en el turismo gastronómico y en los distritos turísticos como Miraflores, Barranco y el Centro de Lima.

Entre las conclusiones del estudio se encontró que, la demanda en el sector turismo en la ciudad de Lima ha aumentado en los últimos años y se proyecta un crecimiento anual. No obstante, se considera que la oferta actual es insuficiente, especialmente en otras modalidades y destinos que no son reconocidos y que forman parte del turismo experiencial. Además, los turistas colombianos manifestaron el deseo de aprender algo nuevo y mantener un estilo de vida durante sus viajes. La experiencia buscada se centra en conocer la gastronomía, los espacios naturales para relajarse, y el arte y la cultura limeña.

En la siguiente investigación, denominada "Cicloturismo en la Patagonia andina: turismo y experiencias de viaje. Caso de estudio Magdalena y La Plata", realizada por Reyes Velazco (2021), se exploraron las motivaciones de los ciclistas que participan en el cicloturismo en la Patagonia andina. Esta investigación utilizó una metodología cualitativa con un enfoque etnográfico y se basó en entrevistas en profundidad como método de recolección de datos. La selección de los participantes se realizó mediante la técnica de bola de nieve, y se llevaron a cabo siete entrevistas en profundidad con ciclistas de Magdalena y La Plata, incluyendo seis hombres y una mujer.

Los resultados de la investigación revelaron los principales motivos que impulsaron a los ciclistas a participar en el cicloturismo en la Patagonia. Estos motivos incluyeron el deseo de conocerse y evaluarse a sí mismos en un contexto diferente, enriquecer las relaciones con otros ciclistas, escapar de la rutina diaria, buscar la aventura y explorar experiencias diferentes, así como realizar hazañas que pueden parecer absurdas en el contexto de su vida habitual.

Además, se evidenció la existencia de un segmento de mercado compuesto por cicloturistas que buscan un tipo de turismo no convencional, autogestivo, independiente y aventurero. Estos cicloturistas están motivados por la experiencia de viaje en sí misma y buscan un contacto más directo con el entorno natural y cultural de la Patagonia andina.

Posteriormente se revisó el estudio titulado "El turista en bicicleta: contribución de su perfil y motivaciones en la promoción del turismo rural en la región de las altas montañas de Veracruz de Ignacio de la llave, México", Aragón (2022), se abordó el análisis de la contribución del perfil y las motivaciones del turista en bicicleta en la promoción del turismo rural en la región de las Altas Montañas del estado de Veracruz, México. Este estudio se llevó a cabo utilizando una metodología descriptiva con un diseño no experimental, y tuvo un enfoque mixto con predominancia cualitativa. En la investigación, se realizó una revisión bibliográfica exploratoria y descriptiva, seguida de la aplicación de una encuesta con 106 ítems a 59 turistas en bicicleta de la región, quienes eran de nacionalidad mexicana, poseían una bicicleta y eran mayores de 18 años. Los principales resultados del estudio revelaron que los turistas en bicicleta recorren entre 20 y 40 kilómetros por día, principalmente acompañados de amigos durante dos o tres días a la semana, y muchos de ellos regresan posteriormente con sus familias. Además, se encontró que los turistas en bicicleta utilizan este medio de transporte por razones como el prestigio social, el deseo de alejarse de las responsabilidades, la posibilidad de comer lo que deseen y evitar lesiones. También se observaron diferencias de género en las motivaciones y el comportamiento de los turistas en bicicleta.

La inclusión de estos hallazgos en el marco de referencia internacional proporciona una perspectiva adicional sobre las motivaciones y preferencias de los cicloviajeros, lo cual es relevante para comprender el perfil de los cicloviajeros asistentes al FNB 2022 y sus motivaciones para viajar en bicicleta para en el evento.

### *Antecedentes Nacionales*

A nivel nacional, se revisó el estudio titulado "Cultura bicicletera como impulso de la actividad turística en el municipio de La Ceja", González (2022), que buscó proponer un posible producto turístico centrado en el biciturismo para promover la actividad turística en el municipio de La Ceja, con base en información primaria, secundaria y terciaria.

La metodología utilizada en este proyecto fue mixta, combinando encuestas y entrevistas mediante cuestionarios estructurados. La muestra de estudio se dividió en dos grupos focales. En el primer grupo focal, se realizaron encuestas a la población local para identificar las características generales y el potencial de la bicicleta según la percepción de los habitantes del municipio. En el segundo grupo focal, se encuestaron visitantes y turistas en lugares frecuentados por personas de fuera del municipio para determinar su conocimiento sobre el patrimonio relacionado con la bicicleta y su interés en visitar el municipio para realizar actividades de biciturismo. En total, se encuestaron a 75 personas en este grupo.

Las personas y organizaciones entrevistadas fueron seleccionadas con el objetivo de evaluar la coherencia de una propuesta de desarrollo del biciturismo en el municipio en base a las iniciativas que se están llevando a cabo por parte del sector administrativo público. Entre las conclusiones del estudio se destaca el gran potencial del municipio para desarrollar actividades turísticas en torno a la bicicleta, tanto en la zona urbana como rural. Se identificaron lugares de interés que pueden ser visitados en bicicleta y que ayudan a promover este medio de transporte como parte de la cultura local. Además, se resalta que el uso de la bicicleta permite un turismo más individual, consciente y sostenible, lo cual es positivo para un territorio que está comenzando a impulsar el turismo como parte de su economía local.

Entre las recomendaciones de la autora se encuentran la mejora de las ciclovías existentes en el municipio, la implementación de nuevas ciclovías y la educación de los peatones para que no invadan estas vías, a fin de brindar seguridad tanto a los ciclistas como a los transeúntes. También se sugiere la instalación de señalización turística y ciclística que facilite la orientación de los turistas en el territorio.

La inclusión de este estudio en el marco de referencia nacional aporta información valiosa sobre la experiencia de otros municipios en la promoción del turismo en bicicleta y puede ayudar a contextualizar la importancia de establecer y describir el perfil de los cicloviajeros.

En la siguiente investigación, titulada "Perfil del consumidor de turismo de naturaleza en la Sabana de Bogotá", realizada por Camargo y Lasso (2021). La cual se realizó con el propósito de determinar el perfil del consumidor de turismo de naturaleza en esa región. La investigación se realizó con metodología de carácter descriptiva, al evaluar las características en una situación particular.

Los instrumentos implementados por los autores consistieron en la búsqueda bibliográfica, observación no participativa y encuestas tanto digitales como presenciales a potenciales turistas.

En cuanto al perfil del consumidor, se encontró que los turistas perciben el turismo de naturaleza en la Sabana de Bogotá como responsable, sostenible y con las comodidades necesarias a un precio adecuado. Los turistas valoran el contacto satisfactorio con la naturaleza basándose en la información documental y recopilada de cada sitio analizado.

El estudio del perfil del consumidor es fundamental para desarrollar propuestas y acciones dirigidas al posicionamiento del turismo. En este caso, el perfil de los turistas es variado, con características de ser centrados en el medio, exploradores e inusuales, según la teoría.

Como recomendaciones, los autores sugieren crear propuestas de posicionamiento que consideren la segmentación, marca, promoción, diferenciación y comercialización dirigidas al consumidor turístico. Se enfatiza en la importancia de los atractivos de la Sabana, centrándose en la infraestructura, ya que esto influye en la percepción del turista. También se sugiere incorporar aspectos como la observación de fauna y vegetación, puntos de comida típica, visitas guiadas y la venta de souvenirs para enriquecer la experiencia turística en contacto con la cultura y la naturaleza.

Finalmente, la investigación “Motivaciones de viaje del turista que visita Medellín”, realizada por Ocampo y Negrette (2018), cuyo objetivo fue identificar las motivaciones de viaje del turista, su satisfacción y lealtad respecto a la estadía y disfrute de los atractivos turísticos de la ciudad de Medellín.

Para su desarrollo, implementaron la metodología cuantitativa, a través de un diseño no experimental de tipo transversal y con un alcance descriptivo, mediante un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas como instrumento de recolección de información, basado en un muestreo aleatorio intencionado de 109 turistas extranjeros que visitaron la ciudad en los meses de agosto y septiembre de 2017.

Los autores concluyen, que las principales motivaciones personales de los turistas que visitan Medellín son “experimentar nuevos o diferentes estilos de vida”, seguido de “conocer gente nueva” y “conocer tanto como sea posible”. Los autores evidenciaron que la mayoría de la población encuestada manifiesta querer visitar la ciudad de nuevo; lo que significa que el turismo en Medellín tiene un mercado potencial en crecimiento que debe ser aprovechado cuanto antes, por lo cual recomiendan que los operadores turísticos deben prepararse para satisfacer todas las demandas de los futuros visitantes y lograr el cumplimiento de sus expectativas.

### *Antecedentes Locales*

A nivel local, el "Estudio del perfil de usuario de bicicleta de la Universidad de la Salle sede Chapinero en Bogotá para la construcción de futuras estrategias comerciales de la empresa Biciclopedia S.A.S", realizado por Mogollón y Quintero (2019), se centró en determinar las características del perfil de los usuarios de bicicleta en la Universidad de la Salle sede Chapinero en Bogotá, que utilizan la bicicleta como medio de transporte. El objetivo principal fue contribuir a la construcción de estrategias comerciales para la empresa Biciclopedia S.A.S.

El estudio se llevó a cabo utilizando una metodología cuantitativa de tipo descriptiva, con una muestra de 60 usuarios de bicicleta en la universidad. Los participantes respondieron un cuestionario que constaba de 50 preguntas, que permitieron identificar las principales características de este tipo de usuario. Los autores describieron y analizaron las características del perfil de los usuarios de bicicleta, y a partir de este análisis, plantearon una serie de aspectos relevantes para la construcción de estrategias comerciales. Se examinaron variables como la edad, el género, el estrato social, el nivel de estudios y la ocupación de los usuarios, y se establecieron las frecuencias de uso, las distancias recorridas y los tiempos de desplazamiento asociados a estos factores psicográficos. Estos hallazgos permitieron desarrollar un portafolio de productos y servicios dirigidos a este nicho de mercado específico.

Además, se realizaron cruces y análisis de correlación entre variables que influyen en el estilo de vida, la personalidad, las motivaciones y el comportamiento de compra de los usuarios. Estos análisis proporcionaron información relevante para la toma de decisiones de la empresa en relación con su propuesta de valor y estrategias de mercado.

Los autores observaron que a medida que aumentaba el semestre de los estudiantes de pregrado, también aumentaba el uso de la bicicleta. Además, se identificó que las mujeres

representaban aproximadamente un tercio de los usuarios de bicicleta en la sede Chapinero. Estos hallazgos fueron considerados importantes al desarrollar campañas dirigidas a este público objetivo. Se sugirió la posibilidad de crear un club de afiliados con planes y beneficios que estimularan el uso de la bicicleta entre los estudiantes de primeros semestres.

En conclusión, el estudio proporcionó recomendaciones efectivas para emprendimientos relacionados con el uso de la bicicleta y permitió planificar estrategias competitivas y diferenciadoras para mantenerse vigentes en el mercado. Los resultados del estudio contribuyeron al desarrollo de futuras estrategias comerciales para la empresa Biciclopedia S.A.S. y proporcionaron información valiosa sobre el perfil y comportamiento de los usuarios de bicicleta en la Universidad de la Salle sede Chapinero en Bogotá.

La siguiente investigación, “Análisis de las motivaciones turísticas culturales de la localidad de Ciudad Bolívar”, realizada por Chocontá (2022), tuvo como objetivo analizar los intereses y las motivaciones de las personas que realizan turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar, ubicada en el sur de Bogotá.

La investigación se realizó bajo una metodología descriptiva, los instrumentos implementados por la autora consistieron en diario de campo, entrevistas semiestructuradas y la encuesta. La muestra se seleccionó por conveniencia o probalístico, es decir los individuos fueron seleccionados por estar fácilmente disponibles, lo cual resultó en 60 encuestas a visitantes de diversos escenarios turísticos inmersos en la localidad, además, contó con la participación de cinco gestores culturales de la localidad y dos funcionarias del Instituto Distrital de Turismo.

Los resultados obtenidos de la investigación pusieron de manifiesto que los individuos realizan una evaluación distinta de algunos aspectos, actividades y atributos, tanto del destino como de la oferta de las organizaciones turísticas, por lo cual la autora concluyó que Ciudad Bolívar es un

territorio cultural, donde prevalece las actividades culturales de toda índole, sus manifestaciones artísticas representan un contexto diverso y propio de la comunidad.

Además, identifiqué la existencia de cuatro factores motivacionales de los visitantes de la localidad de Ciudad Bolívar como son La búsqueda del descanso y tranquilidad, la motivación de desarrollo personal y conveniencia, la motivación social y de escape y, por último, los motivos culturales y monumentales.

Finalmente, la investigación "Motivaciones de los viajeros urbanos para adquirir experiencias turísticas multiculturales", realizada por Arteaga et al. (2022), quienes se enfocaron en los motivos de los viajeros con perfil turista urbano en la ciudad de Bogotá durante el primer semestre del año 2022. El objetivo fue indagar sobre las razones que impulsan a estos turistas a buscar experiencias culturales y emocionales, con el fin de contribuir a la reactivación económica del sector turismo en el país después de la pandemia.

El enfoque de la investigación fue cualitativo, centrándose en las cualidades del turista de la ciudad de Bogotá. Se utilizaron dos instrumentos para recopilar información: entrevistas a profundidad y encuestas. El diseño de la investigación es no experimental y transversal.

La población objetivo consistió en adultos jóvenes de 18 a 35 años. Se empleó un muestreo por conveniencia, donde se realizaron 100 encuestas a la población turística flotante de Bogotá, seleccionando individuos de manera aleatoria sin reemplazo. Se considera la afinidad de estos individuos con el perfil del viajero urbano, teniendo en cuenta el atractivo cultural de la ciudad.

En la conclusión, los autores logran afirmar que el turista urbano busca experiencias únicas en los destinos que elige. Estos cambios en las tendencias y niveles de exigencia han llevado a que las experiencias de los turistas se conviertan en referentes y guías de recomendación para familiares,

amigos y contactos en medios sociales. Influyendo en las decisiones de viaje de las personas cercanas a ellos.

## Marco Contextual

El Foro Nacional de la Bicicleta es una iniciativa que busca promover la movilidad en bicicleta y fomentar el uso de este medio de transporte en diferentes ciudades de Colombia. Su surgimiento en Manizales se debe a los aportes realizados por el Colectivo Ciclope, liderado por Germán Vallejo Obando. Durante siete años, este colectivo había presentado propuestas a la administración de la ciudad para incorporar la bicicleta y los peatones al plan de movilidad vial.

En 2015, se llevó a cabo el primer Foro Nacional de Bici Manizales, organizado por la Alcaldía y la oficina de Bici Manizales, la cual fue creada con el propósito de educar y promover la movilidad ciclista en la ciudad. En este evento se presentó formalmente el proyecto y se dio a conocer un logo representativo del mismo.

Además, en el año 2015 se conformó la mesa interinstitucional del FNB, la cual estaba integrada por instituciones como la Universidad de Caldas, Fundación Luker, Chec, Manizales Cómo Vamos, Fenalco, Findeter, Confa y el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje). La participación de estas instituciones brindó un respaldo institucional significativo al evento y a las acciones relacionadas con la promoción de la movilidad en bicicleta.

### ***Figura 1***

*Logo oficial del primer Foro Nacional de la Bicicleta 2015*



Fuente: BiciRed (s.f.)

*Nota:* La imagen muestra las siglas # FNB y en frente 1er Foro Nacional de la Bicicleta, resaltado en color azul, debajo entre signos de exclamación y en color rojo la frase, la bici es para todos, luego el lugar donde se realizó Manizales, Caldas, Colombia y finalmente las fechas del evento noviembre 5,6 y 7 de 2015.

El primer Foro Nacional de la Bicicleta, Manizales, 2015, fue un evento de gran envergadura que tuvo como objetivo promover el uso de la bicicleta como medio de transporte urbano sostenible. Bajo el lema "la Bici es para todos" el evento contó con la participación activa de expertos nacionales e internacionales en el campo de la movilidad en bicicleta.

El foro contó con la presencia de expertos de diversas ciudades colombianas como Villavicencio, Cali, Bogotá, Medellín y Manizales, así como representantes de otros países como Holanda, Chile, Brasil, Argentina, Perú, México y Ecuador. Estos expertos compartieron sus conocimientos y experiencias en cuanto al uso de la bicicleta como medio de transporte en sus respectivas ciudades.

El evento tuvo una agenda académica y lúdica que incluyó conferencias, talleres, exhibiciones y actividades recreativas, todas ellas enfocadas en promover la bicicleta como una alternativa viable y sostenible en la movilidad urbana. Este foro sentó las bases para futuras acciones y proyectos relacionados con la movilidad en bicicleta en Manizales y marcó el inicio de una historia en la cual aún no se contemplaba la presencia de los cicloviajeros (viajeros que se desplazan largas distancias en bicicleta).

El segundo encuentro del FNB se llevó a cabo en 2016 en la ciudad de Ibagué, reconocida como la capital musical de Colombia. La elección de la sede fue resultado de una votación ciudadana (BiciRed, s.f.). En este evento se lanzaron convocatorias a nivel nacional para participar.

Uno de los llamados a la participación fue a través de una nota publicada en la revista Gente Ramírez (2016), una revista de renombre en Bucaramanga. La nota relataba la travesía de cinco ciclistas: Laura Ángel, Joseph Porras, Edgar Orduz, Miguel Rosas y Óscar Parra. Estos ciclistas emprendieron un viaje en bicicleta hacia Ibagué, con el propósito de representar a Bucaramanga en el FNB 2016.

Además de su participación en el FNB, el objetivo de estos ciclistas era llamar la atención de los ciclistas comunes y motivarlos a utilizar la bicicleta en entornos turísticos, promoviendo el cicloturismo como una opción de recreación tanto para la región como para todo el país (Ramírez, 2016). Este grupo de ciclistas buscó promover el bici-turismo como una alternativa de esparcimiento para todos los amantes del ciclismo, no solo de la región de Bucaramanga, sino también a nivel nacional.

## Figura 2

*Logo oficial del segundo Foro Nacional de la Bicicleta 2016*



Fuente: BiciRed (s.f.).

*Nota:* La imagen muestra una bicicleta con los colores de la bandera de Colombia de fondo, frente a ella FORO NACIONAL DE LA BICICLETA en color negro, bajo el evento, #todos podemos

pedalear, las redes sociales y el logo del patrocinador oficial IMDRI (Instituto Municipal de Deporte y Recreación de Ibagué).

Luego el FNB hizo presencia en Villavicencio en el año 2017, al ser elegida por votación como sede para ese año. Allí superó las expectativas de los organizadores y de muchos de los viajeros que hicieron la travesía desde Bogotá hasta la capital del Meta, así lo narró el periódico El Tiempo en una nota titulada “El evento que convocó a más de 2.000 personas, que salieron este jueves de la capital” (González, 2017). Logrando records mundiales al permitir a la comunidad de cicloviajeros ganar más simpatizantes dispuestos a pedalear por Colombia con la bicicleta cargada de sueños, coraje, camping, comida y cocina, trasladándose a la vez de una ciudad a otra (BiciRed, s.f.) para aprovechar la oportunidad que el FNB 2017 había gestionado como parte de la promoción del evento que fue todo un éxito. A continuación, la pieza publicitaria que representó este importante evento.

### **Figura 3**

*Logo oficial del tercer Foro Nacional de la Bicicleta 2017*



Fuente: BiciRed (s.f.).

*Nota:* La imagen muestra una bicicleta con los colores de la bandera de fondo (amarillo, azul y rojo) en contraste con los colores (verde, azul, morado y rojo) que representan al IMDER (Instituto

Municipal de Deporte y Recreación), en letra negra resaltada el FORO NACIONAL DE LA BICICLETA y debajo el lugar y año del evento.

En el año 2018, el FNB se llevó a cabo en Popayán, una ciudad conocida como la Ciudad Blanca. Para este evento, se contó con el apoyo del Ministerio de Transporte, la Agencia Nacional de Seguridad Vial, la Alcaldía de Popayán a través de la Mesa de la Bicicleta, la Oficina Asesora de Planeación, la Secretaría de Tránsito y Transporte, entre otros sectores e instituciones universitarias.

En esta ocasión, se preparó una ruta especial denominada 'Paz, convivencia vial: En casa nos esperan', que consistió en una travesía de 286 kilómetros desde la ciudad de Cali hasta Popayán. El propósito de esta ruta fue fortalecer los lazos fraternales con el Valle de Cauca, que sería la próxima sede del foro en el año 2019.

El evento en Popayán buscó “fortalecer los lazos de hermana con el Valle de Cauca, próxima sede del foro en el año 2019” (Alcaldía de Popayán, 2018) además, de la convivencia vial reuniendo a los amantes de la bicicleta en un recorrido que conectaba dos importantes ciudades del suroccidente colombiano. La participación y colaboración de diversas entidades y organizaciones demuestran el compromiso de Popayán y sus aliados en la promoción del ciclismo y la seguridad vial.

#### **Figura 4**

*Logo oficial del cuarto Foro Nacional de la Bicicleta 2018*



Fuente: Unicauca (2018).

*Nota:* La imagen muestra cuatro ciclistas de espaldas mirando una iglesia de Popayán, resaltado YA LLEGO EL FORO, más el lugar y fechas del evento, más el logo de los patrocinadores oficiales (BiciRed Colombia, alcaldía de Popayán y la mesa de la bicicleta de Popayán).

En el año 2019, el FNB se llevó a cabo en Cali, conocida como la Capital Deportiva de América. Según las cifras reportadas por BiciRed (s.f.), el evento atrajo a un total de 15.000 participantes. La organización del FNB abrió un espacio exclusivo denominado 'Bici-campamento' para albergar aproximadamente a 200 cicloviajeros provenientes de diferentes partes del país, quienes llegaron en bicicleta para participar en el evento.

A medida que el FNB ganaba popularidad, la logística del evento se iba mejorando año tras año, sin embargo, aún se presentaban desafíos debido a la falta de conocimiento sobre la cantidad de viajeros que podrían asistir, sus necesidades y las actividades en las que podrían integrarse. Esto se debía al rápido crecimiento de la comunidad de cicloviajeros.

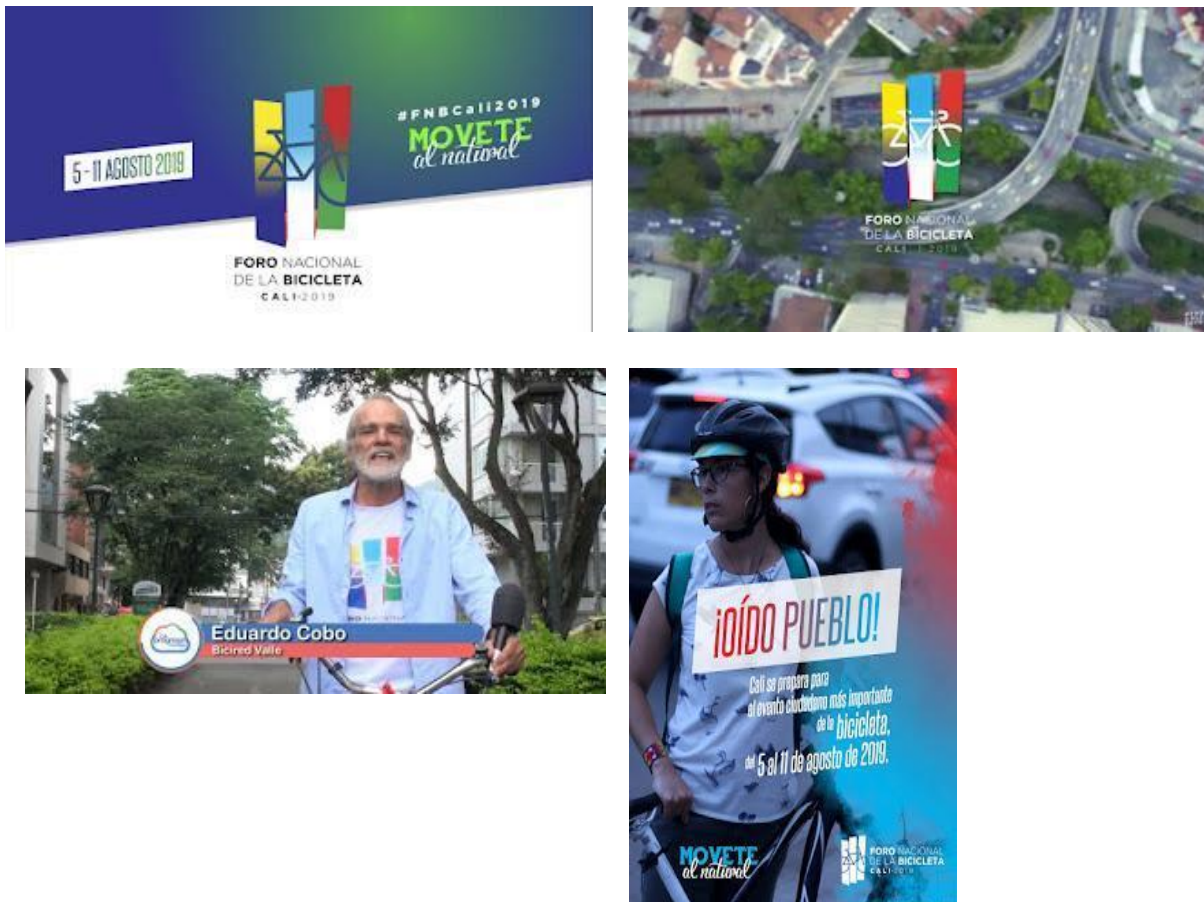
Para abordar esta situación, se incrementó la publicidad en diversos canales de comunicación con el fin de llegar a un público más amplio interesado en participar en el FNB. Se trabajaba

constantemente en mejorar la planificación y logística del evento para satisfacer las necesidades de los participantes y brindarles una experiencia gratificante.

Es importante destacar que el aumento en la publicidad y el esfuerzo por mejorar la logística evidencian la adaptación del FNB al crecimiento de la comunidad de cicloviajeros y su compromiso en brindar una experiencia enriquecedora para todos los participantes.

### Figura 5

*Publicidad oficial del quinto Foro Nacional de la Bicicleta 2019*



Fuente BiciRed (s.f.)

*Nota:* Cuatro imágenes donde se resalta el color azul, el logro oficial del Foro Nacional de la Bicicleta de una bicicleta con los colores de fondo de la bandera de Colombia, el lugar del evento y las fechas, la fotografía de una ciclista en medio del tráfico y el eslogan “MOVETE al natural”.

En el año 2020, con la llegada de la pandemia del COVID-19, se produjo un evento que cambiaría todas las dinámicas de la vida cotidiana, incluyendo el encuentro anhelado por los promotores de la bicicleta y los cicloviajeros, que en esa ocasión debían llegar a la ciudad de Barranquilla. Sin embargo, se vieron obligados a detenerse en el camino.

Como lo resalto BiciRed (s.f.) para ese año:

La idea de “Tirar Pedal” debía superar este nuevo obstáculo, pues para la organización del Foro Quilla 2020, la bici es resiliencia, es moldeable, la bici puede con todo y si se frena el proceso, se frena la bici y la idea de la bici es ir a hacia delante.

Por primera vez, el FNB 2020 se llevó a cabo de manera virtual en medio de la pandemia. La realización del evento en esta modalidad permitió la creación de un repositorio de información que puede ser consultado en cualquier momento (BiciRed, s.f.). Aunque la situación impidió la celebración física del evento, se buscó adaptarse a las circunstancias y mantener el espíritu del FNB vivo, ofreciendo un espacio virtual para compartir conocimientos, experiencias y promover la bicicleta como medio de transporte sostenible y de recreación.

## **Figura 6**

*Logo oficial del sexto Foro Nacional de la Bicicleta 2020*



Fuente: BiciRed (s.f.)

*Nota:* La imagen muestra parte del marco de la bicicleta con los colores (azul, amarillo, rojo, verde) más el logo oficial del evento con una bicicleta blanca sobre los colores de la bandera de Colombia. Exactamente debajo del logo se encuentra el nombre oficial del evento “FORO NACIONAL DE LA BICICLETA”, acompañado por el lugar donde se desarrollaría “Quilla” y el año del evento.

En septiembre de 2021, se llevó a cabo la Semana Nacional por la Movilidad Sostenible en Colombia, en conjunto con el FNB 2021, en la ciudad de Bello, Antioquia. Después de un largo período de confinamiento debido a la pandemia, se combinaron dinámicas presenciales y virtuales para continuar con la programación planificada. Esta combinación permitió potenciar todas las actividades y establecer conexiones más allá de las fronteras.

Es importante destacar que durante este evento se enfatizó el impacto en el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 11. Esto significa que su influencia no se consideró únicamente a nivel regional o nacional, sino que se reconoció como una contribución global a la sostenibilidad.

identificando los diferentes lineamientos de la bicicleta, como los son: la recreación y el deporte, el arte y la cultura, la construcción constante desde la equidad de género, el fortalecimiento del “comercio bici” y la consolidación de políticas públicas, es así

como la bicicleta será una herramienta de promoción adicional a las estrategias que fortalezcan la movilidad activa, segura, sostenible e incluyente, y una ciudadanía comprometida con soluciones y respuestas efectivas para mejorar las condiciones de los actores viales del país (BiciRed, s.f., párrafo 5).

El evento no solo buscó impactar a nivel local, sino también a nivel mundial, promoviendo la movilidad sostenible como una solución clave para el desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida de las personas en todo el mundo.

### **Figura 7**

*Logo oficial del séptimo Foro Nacional de la Bicicleta 2021*



Fuente. BiciRed (s.f.).

*Nota:* La imagen muestra el logo oficial del evento con una bicicleta blanca sobre los colores de fondo de la bandera de Colombia, resaltando las fechas, mes y lugar del evento, las redes sociales y el #NaciónBici.

Por último, se llevó a cabo en el año 2022, el evento del FBN 2022 en el municipio de Fusagasugá, destino que fue seleccionado gracias a algunas organizaciones que ayudaron a

organizar la logística del evento, esto con el fin de no traer más afectaciones de tráfico o colapsos dentro del municipio. Hay que tener presente, que el 2022 fue un año donde la mayoría de los procesos y aspectos sociales y culturales han vuelto a la normalidad, una vez que ha bajado el riesgo del COVID-19. Este evento fue realizado en las modalidades presencial y virtual.

## Figura 8

*Logo oficial del octavo Foro Nacional de la Bicicleta 2022*



Fuente. FNB (2022)

*Nota:* la primera imagen muestra seis pequeñas imágenes con lugares representativos de Fusagasugá para que la ciudadanía eligiera el emblema que los representa, adicional los logos de los patrocinadores oficiales del evento, SENA, BiciRed Colombia, INDERF, ALCALDÍA, UNAD (Universidad Nacional Abierta y a Distancia). La segunda imagen es el resultado final de la elección, acompañada por el logo oficial del evento con la bicicleta blanca sobre tres recuadros con los colores amarillo, blanco y rojo. También se encuentra el nombre del evento, el lugar y el año del evento.

Al ser el FNB 2022 el objeto de estudio del presente trabajo de grado, a continuación, se amplía la información al respecto.

## **FBN, versión 8, Fusagasugá, 2022**

El Foro Nacional de la Bicicleta 2022 tuvo lugar en Fusagasugá, capital de la provincia del Sumapaz en el departamento de Cundinamarca. La realización de este evento fue posible gracias a la colaboración de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), que aportó principios sociales y experiencia en investigación para abordar problemas estructurales en Fusagasugá, como la movilidad urbana, la salud y el cambio climático.

La UNAD se involucró en el evento con el propósito de fomentar el desarrollo regional y promover la acción comunitaria sostenible. A través de un riguroso proceso de evaluación, la UNAD obtuvo la organización del evento, lo que les permitió utilizar su conocimiento y experiencia para abordar los desafíos que enfrenta Fusagasugá y buscar soluciones que beneficien a la comunidad.

Además de la colaboración de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), en la organización del FNB2022 en Fusagasugá se consolidó una red de colaboración entre diversas instituciones gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil. Estas incluyeron: Instituto Deportivo y Recreativo de Fusagasugá (IDERF); Secretaría de Movilidad, Alcaldía Departamental de Fusagasugá; Corporación para la Energía y el Medio Ambiente (CORPOEMA), la entidad líder en el sector de la consultoría energética sostenible en Colombia, al igual que organizaciones de la sociedad civil como BiciRed Colombia (UNAD, 2022, p. 651).

El municipio de Fusagasugá se encuentra ubicado a 59 kilómetros al suroccidente de Bogotá. El municipio está situado en una meseta delimitada por los ríos Cuja y Chocho, los cerros de Fucatán y Quininí, y la altiplanicie de Chinauta. Limita al norte con los municipios de Silvania y Sibaté, al sur con Arbeláez, Pandi e Icononzo, al oriente con Pasca y Sibaté, y al occidente con los municipios de Tibacuy y Silvania.



Comercio: El sector comercial también es relevante en Fusagasugá. El municipio cuenta con diversos establecimientos comerciales, como tiendas, supermercados, restaurantes y pequeños negocios, que abastecen las necesidades de la población local y de los visitantes.

Construcción: El crecimiento y desarrollo urbano de Fusagasugá ha impulsado la actividad de la construcción. Se pueden encontrar proyectos de construcción de viviendas, edificios comerciales y obras de infraestructura en diferentes partes del municipio.

Transporte: Dado su posicionamiento geográfico central, Fusagasugá se beneficia de su ubicación estratégica para el transporte. La conectividad vial facilita la llegada de personas y mercancías desde diferentes territorios colombianos, lo que favorece el desarrollo de servicios de transporte, como empresas de transporte público y de carga.

La combinación de estas actividades económicas contribuye al desarrollo y dinamismo de la economía local en Fusagasugá. Además, su ubicación central en el país facilita la accesibilidad y conectividad con otras regiones, lo que puede potenciar el turismo y el intercambio comercial.

## **Figura 10**

*Mapa de Colombia, departamentos de Cundinamarca*



Fuente: Fusagasugá A. d., (2023).

*Nota:* La imagen muestra el municipio de Fusagasugá dentro del mapa de Colombia, con un punto rojo ubicado en el departamento de Cundinamarca, este último de color azul claro.

En lo referente específicamente a las particularidades del FNB 2022 se destaca que la inclusión de la comunidad de cicloviajeros en el FNB 2022 demuestra la importancia de su participación y aportes en las iniciativas ciudadanas relacionadas con la bicicleta. El escenario del 'Bici-campamento' proporcionó un espacio específico para que los cicloviajeros pudieran alojarse durante el evento y establecer conexiones con otros participantes.

Una novedad en el FNB 2022 fue la implementación de un sistema de inscripciones para el 'Bici-campamento', lo cual permitió recopilar una base de datos con información relevante de los participantes. Esto puede ayudar en la planificación y organización del evento, así como en la mejora de los servicios y la atención ofrecida.

Además, se establecieron normas de convivencia generales para el espacio del 'Bici-campamento', con el objetivo de asegurar un ambiente respetuoso y armonioso para todos los asistentes. Estas normas buscaron fomentar la convivencia pacífica y el respeto mutuo entre los cicloviajeros, creando un ambiente propicio para la interacción y el intercambio de experiencias.

Asimismo, se brindó un espacio para que los participantes pudieran plasmar sus comentarios sobre el servicio ofrecido en el 'Bici-campamento'. Esto permitió recopilar feedback y opiniones de los cicloviajeros, lo cual puede ser utilizado para mejorar la calidad y la experiencia brindada en futuros eventos.

### **Tabla 1**

*Normas de convivencia en el “Bici-campamento”*

---

#### **Normas de convivencia generales:**

Al participar del bici - campamento se reconoce que lxs ciclo viajeros leen, acatan y aceptan las siguientes normas generales de convivencia que fomentan el cuidado de las instalaciones y el respeto, cuidado y protección entre lxs participantes que asisten al Foro Nacional de la Bicicleta – Fusagasugá 2022.

Respetar los derechos y garantías de lxs asistentes del evento.

Fomentar hábitos de higiene que garanticen la preservación de su salud individual y la de lxs demás.

Respetar la intimidad, privacidad y elementos personales de otros campistas, así como el espacio del que dispone para el camping.

Contribuir al mejoramiento, conservación y mantenimiento de los espacios colectivos como área de camping, unidades sanitarias, zona de duchas, etc.

(Recuerden que estas instalaciones son de, por y para la comunidad).

Utilizar los puntos de recogida de residuos de forma correcta.

Evitar el consumo de sustancias psicoactivas.

---

Fuente: elaboración propia a partir de información de BiciRed Colombia.

*Nota:* la tabla 2 muestra 6 normas de convivencia que se implementaron para los cicloviajeros que participaron del bici- campamento.

Asimismo, es importante resaltar los datos sobre los asistentes al evento, como se pueden evidenciar en la siguiente tabla elaborada a partir de información de BiciRed (s.f.):

**Tabla 2**

*Número de asistentes al Bici-campamento por departamento*

<b>Departamento de origen</b>	<b>cantidad</b>	<b>%</b>
Cundinamarca	363	(92.8%)
Boyacá	6	(1.5%)
Tolima	5	(1.3%)
Caldas	3	(0.8%)
Huila	3	(0.8%)
Meta	3	(0.8%)
Risaralda	2	(0.5%)
Antioquia	1	(0.3%)
Cauca	1	(0.3%)
San Andrés y Providencia	1	(0.3%)
Santander	1	(0.3%)
Vaupés	1	(0.3%)

Fuente. Elaboración propia

*Nota:* Se evidencia que, de los 12 departamentos participantes, el 92% de los participantes son de Cundinamarca, seguidos por Boyacá (1,5%), Tolima (1,3%), Caldas, Huila y Meta (0,8%). En cuanto a Risaralda tuvo un 0,5% frente a Antioquia, Cauca, San Andrés y Providencia, Santander y Vaupés con un 0,3%. Resultados que se pueden interpretar según la ubicación del evento, ya que Fusagasugá se encuentra en Cundinamarca, misma región que tuvo un mayor número de asistentes al evento.

## **Marco Teórico**

En este apartado se realiza un repaso de las características psicográficas dentro de la segmentación de mercado, así como un análisis más detallado de las variables relacionadas con el uso de la bicicleta para viajar y aquellas que influyen en la motivación de los cicloviajeros. Para ello se expone un panorama a través de la construcción teórica que permite entender conceptos e identificar motivaciones, intereses, percepciones, necesidades, estilos de vida, entre otros, detallando la importancia de cada concepto frente a la caracterización del perfil del cicloviajero, todo esto enmarcado en los conceptos del turismo de naturaleza y su relación con esta comunidad de viajeros.

En esta misma línea, se retoman las categorías del presente estudio, soportadas con diferentes autores. Estos son: turismo, cicloturismo, cicloviajero, segmentación y motivación para viajar en bicicleta.

### **Turismo y cicloturismo**

Parafraseando a la Organización Mundial de Turismo (UNWTO, s.f.), el turismo como fenómeno social, cultural y económico es el desplazamiento de personas fuera de su entorno habitual por motivos personales, quienes también son denominados viajeros. Este fenómeno busca que las personas puedan “mejorar su calidad de vida, a partir de sus propias motivaciones y deseos, llegando a experiencias sinceras de libertad y desarrollo personal” (Díaz y Rodríguez, 2014, p. 140). De esta forma es posible comprender el turismo como un fenómeno social, que puede llegar a afectar la construcción de identidad de los anfitriones, en lo individual y colectivo, así como de los visitantes.

Además, el fenómeno turístico presenta un crecimiento a nivel mundial, convirtiéndose en un movimiento de masas, que ha dejado una huella a donde ha llegado, impactando a todos, a unos más que a otros. Visto desde el sector empresarial, el interés económico liderado por “las grandes

multinacionales hasta las pymes y unidades familiares. Ello ha introducido el problema del empresario como actor social, quien organiza el desplazamiento de personas por ocio como un oficio” (Hernández y Viales, 2012, p. 9) y es precisamente una de las medidas por las cuales se movilizan grandes comunidades de viajeros, encaminados a vivir experiencias controladas y seguras.

Dicha postura, se ve también desde el punto de vista contrario, donde prima más el paisaje natural de territorios que por su lejanía u otra característica no han sido adaptados, sino al contrario, son atractivos por conservar y mostrar su realidad, incluyendo sus riesgos. Entonces, el turismo puede ser visto desde diferentes ángulos, es por esto que no existe un solo tipo de turismo o una sola forma de hacer y definir el turismo, todo va a depender de gustos, propósitos, ubicación, atractivos turísticos, hasta del área que la estudie. Efectivamente, al analizar el turismo y su relación con el uso de la bicicleta desde el aprovechamiento del tiempo libre, se pueden identificar algunos de sus beneficios tal como los expone el autor Jordi, M. (2017) “para los que se argumenta que el uso de la bicicleta permite “despejarse”, “desahogarse” o “llenar el tiempo libre”, mejorando en general la autoestima”. (p. 315)

Es interesante observar cómo la evolución del manejo del tiempo libre, el turismo y la movilidad se entrelazan en el contexto de los cicloviajeros. A medida que las preferencias de los viajeros evolucionan, surgen nuevas formas de experimentar el turismo, alejándose de los enfoques tradicionales y buscando experiencias auténticas y conexiones más directas con el entorno.

El uso de la bicicleta como medio de transporte en el turismo representa una elección consciente y deliberada por parte de los cicloviajeros. A pesar de ser un medio más lento y requerir un esfuerzo físico adicional, optan por esta forma de movilidad para disfrutar de paisajes reales y mantener un papel más activo en su experiencia de viaje. Al hacerlo, se alejan de los enfoques

comerciales y de las comodidades preestablecidas, optando por una aproximación más independiente y personalizada.

Este cambio de enfoque también implica un cambio en el papel del turista. Hernández y Viales (2012) plantean que, en lugar de ser un mero espectador o consumidor de servicios turísticos organizados, los cicloviajeros se convierten en actores independientes que establecen sus propios cánones y normas de viaje. Participan de forma más directa en las actividades, interactúan con las comunidades locales y se sumergen en el entorno de una manera más auténtica.

Es importante destacar que el concepto de turismo y turista no es estático, sino que evoluciona en respuesta a las transformaciones sociales y culturales. El enfoque actual en la conservación y el impacto humano en el planeta ha llevado a un mayor énfasis en la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental en el turismo. Los cicloviajeros, al elegir la bicicleta como medio de transporte, también demuestran un compromiso con la sostenibilidad al reducir su huella de carbono y promover un turismo más respetuoso con el medio ambiente.

Para ampliar el concepto de sostenibilidad, el cual es transversal en el turismo, la OMT plantea que el turismo sostenible, es aquel “que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 2023, párrafo 2), generando para sus comunidades empleo, conservando el equilibrio con el entorno natural, logrando así, transformar las realidades del mundo planteadas en los ODS. Frente a este reto, Colombia ha implementado como norma que todos los segmentos y tipos de turismo que se desarrollen dentro del territorio sean con enfoque sostenible. Esto se evidencia por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en su política de Turismo Sostenible MINCIT (2020), explicando que:

En los últimos años, y en especial dados los más recientes acontecimientos, se ha puesto de manifiesto que el desarrollo de un turismo sostenible es, a la vez, una responsabilidad y una oportunidad para el sector en Colombia. Por un lado, el sector del turismo tiene la responsabilidad de empezar a contribuir a la conservación del capital natural y los valores ecológicos del país en la misma proporción en que hace uso de los mismos para soportar sus actividades. (p. 3)

También, es posible potenciar la sostenibilidad con una nueva forma de viajar, donde prima la relación del viajero con el entorno natural, cultural, con la comunidad anfitriona y con otros viajeros, permitiendo así experiencias únicas, personales e irrepetibles dentro de un entorno de calidad con una participación activa del viajero consciente del respeto que merece el patrimonio cultural, histórico y natural. En esta misma línea, Ochoa (2017) propone unas tipologías del turismo donde la sustentabilidad es la que encierra de forma global cualquiera de ellas, siguiendo al autor, para conceptualizar el turismo al que pertenecen los cicloviajeros se ve la necesidad de especificar sobre el turismo de naturaleza, donde se entiende por turismo de naturaleza “aquel cuya oferta de productos y servicios en torno a un atractivo natural que se rige por principios de sostenibilidad” (MINCIT, 2012, p. 12), además “se concibe el turismo de naturaleza como un producto-género que cobija tres tipologías (subproductos) bien diferenciados entre sí: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural” (MINCIT, 2015, p.30), para el caso de este trabajo se profundizará en el Turismo de aventura en tanto el uso de un medio de transporte como la bicicleta implica para los viajeros un riesgo latente.

### ***Turismo de Aventura***

Conceptualmente, el turismo de aventura “está ligado a tres componentes básicos: naturaleza, actividad física y riesgo controlado” (MINCIT, 2015, p. 27), además del contacto con la

cultura. Se trata de una forma de turismo que implica participar de actividades emocionantes y desafiantes, tiene como objetivo salir de la zona de confort y vivir situaciones que generen emociones intensas, superación personal y aprendizaje. Proporciona oportunidades para conectar con la naturaleza, descubrir nuevas culturas y fomentar el espíritu de exploración y aventura.

Se afirma que es uno de los subproductos del sector, que en los últimos años ha cogido mucha fuerza e importancia gracias a su amplio abanico de posibilidades, a continuación, en la figura 12 se refleja la clasificación de sus actividades.

### Figura 11

*Clasificación de actividades realizadas en el turismo de aventura en Colombia.*

AIRE	TIERRA	AGUA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paracaidismo</li> <li>• Vuelos ultralivianos</li> <li>• Parapente</li> <li>• Vuelos en ala delta</li> <li>• Canopy</li> <li>• Vuelo en globo aerostático</li> <li>• Paratrike</li> <li>• Tirolesa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuatrimoto</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Cabalgatas</li> <li>• Escala en roca y hielo</li> <li>• Rappel</li> <li>• Espeleología</li> <li>• Esquí en nieve y alpinismo</li> <li>• Ciclismo y motociclismo</li> <li>• Trekking</li> <li>• Alta montaña</li> <li>• Trial</li> <li>• Bungee jumping</li> <li>• Campercross</li> <li>• Paintball</li> <li>• Overlanding</li> <li>• Vías ferratas</li> <li>• Patinaje en hielo</li> <li>• Snowkiting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rafting</li> <li>• Balsaje</li> <li>• Buceo</li> <li>• Buceo libre</li> <li>• Espeleobuceo</li> <li>• Kayak</li> <li>• Pesca</li> <li>• Motonáutica</li> <li>• Cañonismo</li> <li>• Tubing</li> <li>• Barranquismo</li> <li>• Flyboard</li> <li>• Kitesurf</li> <li>• Surf</li> <li>• Torrentismo</li> </ul>

Fuente. Tomado de (Moreno & Rodríguez, 2020, p. 26)

*Nota:* La imagen describe las actividades que se pueden desarrollar dentro del turismo de aventura en distintos entornos como el acuático, aéreo y terrestre.

El uso de la Bicicleta como medio de transporte en el turismo de naturaleza se puede enmarcar dentro del turismo de aventura terrestre reconocido como cicloturismo, cicloviaje o turismo en bicicleta.

### ***Cicloturismo***

En concordancia a lo anterior, la práctica del turismo en bicicleta se le denomina o clasifica como cicloturismo, considerado como un “fenómeno turístico reciente (el cual ha sido estudiado) a partir de los años noventa del siglo pasado cuando emerge como práctica y, por lo tanto, es a partir de entonces cuando empiezan aparecer estudios sobre el tema en la literatura académica” Lew et al., 2004: 153 (citado en Serra, 2016, p. 189). Por lo cual Sustrans, la organización de promoción del transporte Sostenible en el Reino Unido propone una definición de cicloturismo, sosteniendo que es el “conjunto de salidas de ocio, de más de un día o de un solo día, a cierta distancia del domicilio, en las que la práctica del ciclismo no competitivo es un aspecto fundamental o significativo de la salida” (Red de Ciudades por la Bicicleta, 2018, p.1). Por ello, los autores Mionel y Mionel (2016): lo definen;

Como una actividad recreativa realizada fuera de la residencia, que involucra a la bicicleta como principal medio de transporte con fines turísticos (no competitivo), independientemente de su duración (un día o más), y que involucra la experiencia de la belleza de las características geográficas, históricas y etnológicas de esa zona en particular. Y el cicloturista es la persona que participa en esta actividad y que puede alojarse tanto en zonas especialmente habilitadas como en espacios informales (camping nocturno). (p. 916).

Siendo esta última una definición de las más completas y acertadas en lo que respecta al presente trabajo investigativo.

### ***La bicicleta como medio de transporte ideal para el turismo de naturaleza***

La bicicleta ha emergido como un medio de transporte ideal para aquellos viajeros que desean sumergirse en la experiencia del turismo de naturaleza. A lo largo de los años, se ha reconocido que la bicicleta ofrece una serie de ventajas y beneficios que la convierten en la mejor elección para explorar y disfrutar de los entornos naturales, entre las que se destaca que los “ciclistas contribuimos a tener un aire más limpio” (Movilidad, 2020, p.5), gracias a su bajo impacto ambiental. Por lo que a continuación, se destacan algunos aspectos clave:

**Conexión directo con el entorno:** La bicicleta permite una conexión directa con el entorno natural. Al viajar en bicicleta, los turistas pueden experimentar de cerca los paisajes, respirar el aire fresco y escuchar los sonidos de la naturaleza. Esta proximidad con el entorno crea una experiencia enriquecedora.

**Movilidad sostenible:** La bicicleta es un medio de transporte ecológico y sostenible. A diferencia de los vehículos motorizados, no produce emisiones contaminantes ni contribuye al calentamiento global. Al optar por la bicicleta, los viajeros pueden disfrutar de la naturaleza sin dejar un impacto negativo en el medio ambiente, conectando de esta manera con el ecoturismo.

**Flexibilidad y libertad:** La bicicleta brinda a los turistas una gran flexibilidad y libertad para explorar. Los ciclistas pueden elegir su propio ritmo, detenerse en lugares de interés, desviarse por caminos secundarios y descubrir lugares ocultos que de otra manera podrían pasar desapercibidos. Esta libertad de movimiento agrega una dimensión de aventura y descubrimiento que conecta directamente con el turismo de aventura.

**Promoción de un estilo de vida activo:** el turismo de naturaleza combinado con el cicloturismo promueve un estilo de vida activo y saludable. El pedaleo es una forma de ejercicio físico, lo que contribuye al bienestar de los viajeros. Además, al optar por la Bicicleta en lugar de

otros medios de transporte pasivos, se fomentan hábitos saludables y se incentiva la práctica regular de actividad física.

Interacción con la comunidad local: La bicicleta permite un contacto más directo con la comunidad local. Los cicloviajeros tienen la oportunidad de interactuar con los lugareños, conocer sus costumbres, tradiciones y modos de vida, lo que enriquece la experiencia de viaje y fomenta el intercambio cultural conectando de esta manera con el turismo rural.

La bicicleta se ha convertido en un medio de transporte privilegiado para aquellos viajeros interesados en el turismo de naturaleza. Su conexión directa con el entorno, su movilidad sostenible, su flexibilidad y libertad, la promoción de un estilo de vida activo y la interacción con la comunidad local son elementos que la hacen ideal para disfrutar de las experiencias auténticas y en armonía con la naturaleza que ofrece este tipo de turismo. Al elegir la bicicleta como medio de transporte, los viajeros pueden explorar los entornos naturales de manera respetuosa y consciente, contribuyendo así a la conservación y preservación del patrimonio natural y cultural (Moral, 2016).

Otorgando al cicloturismo un momento de crecimiento donde “los viajes, los movimientos turísticos y el nivel de gasto aumenta continuamente, aumento de la competencia entre regiones o países destino, mayor conocimiento de los efectos económicos y sociales” Vega y Vivas (2007, p. 680) que se reflejan anualmente tras el crecimiento y desarrollo del Foro Nacional de la Bicicleta y sus asistentes.

Cómo consecuencia, se encuentran dentro de la práctica del cicloturismo dos modalidades; la “empresarial” y la “autogestionada”. Las cuales de acuerdo a los autores (Garay y Ferrety, 2014) quienes dicen que el criterio que les “permite comparar y diferenciar a estas dos modalidades de la práctica es la capacidad y la libertad de los cicloturistas para decidir y definir cuestiones relacionadas con el viaje” (p. 2), ellos hacen referencia a la modalidad empresarial como un

“paquete”, dónde ya está establecido un recorrido, actividades, tiempos, alimentos, entre otros aspectos (Garay y Ferrety, 2014) En sentido contrario, se encuentra la práctica autogestionada la cual;

Se caracteriza por la práctica en la cual el /los protagonistas del viaje, son los que definen aquellas variables que en la anterior ya están diagramadas. En este sentido es que el concepto estrategia de viaje cobra mayor relevancia ya que todas y cada una de las decisiones son resueltas por el / los cicloturistas. (Garay y Ferrety, 2014), p. 2)

Dado que la investigación se enfoca en establecer el perfil de los cicloviajeros que asistieron al FNB 2022 y sus motivaciones para viajar, se puede inferir que se adhiere más a la práctica autogestionada, donde los cicloviajeros tienen la libertad de tomar sus propias decisiones en relación con su participación en el evento y su viaje en general, quienes al estar inmersos en un viaje de varios días autogestionando productos y servicios para satisfacer sus necesidades los convierte en consumidores turísticos, quienes juegan un papel fundamental en el desarrollo y éxito del FNB y en la industria del turismo en general a nivel nacional.

### ***Consumidor turístico***

El estudio y comprensión del comportamiento del consumidor turístico se ha vuelto esencial para adaptar los productos y servicios turísticos a sus necesidades y deseos, en especial cuando se trata de una comunidad de viajeros que se encarga de gestionar y planear de forma autónoma toda la logística durante los viajes en bicicleta, viajes que por la distancia hasta el lugar del FNB suelen ser de días, siendo necesario acceder a productos y servicios adecuados para satisfacer sus necesidades.

En este contexto, entender cómo los cicloviajeros al emprender un viaje en bicicleta son también consumidores turísticos, ya que como lo explica Vega y Vivas (2007, p. 687) “se trata de un sector en el que el consumidor está alejado del producto que pretende consumir, lo cual le obliga a

efectuar un desplazamiento hasta el lugar en el que consumirá dicho producto”, y entender como eligen destinos, planifican sus viajes, seleccionan alojamientos y actividades, así como las experiencias que buscan durante su estadía, nos permite conocerlos, brindar recomendaciones y sugerencias tanto a los organizadores del FNB, la academia, como a los actores turísticos locales, con el fin de mejorar la oferta turística y satisfacer las necesidades de este segmento específico de viajeros.

Un segmento específico de viajeros, consciente del impacto de sus acciones al entorno y naturaleza, además de una nueva alternativa de hacer y vivir el turismo el cual, tiene que ver con “el nuevo consumidor turístico, más vinculado a la realidad social y cultural de los lugares que visita y más exigente en el conjunto de su relación con el turismo. Se habla actualmente del «nuevo cliente turístico»” Vega y Vivas (2007, p. 684), lo describen como un cliente turístico con características específicas en las que cabe resaltar:

- Ansioso: gracias a la tecnología y su fácil acceso a la información y servicios.
- Experiencias significativas: los viajes son la oportunidad de vivir, aprender, descubrir y conectar con la cultura.
- Acceso al conocimiento: tener información de primera mano es muy fácil lo que permite que el turista diseñe su propia experiencia turística a partir de sus motivaciones, gustos y necesidades.
- Calidad: más allá de un tema meramente económico el nuevo turista quiere calidad en cuanto a experiencias y servicios y está dispuesto a pagar.

Para finalizar, y retomando las palabras de Vega y Vivas (2007):

Aparece en el horizonte emergente una tipología de turista más sensible a nuevas experiencias y valores, con mayor criterio en sus procesos de decisión, más

respetuoso con las culturas locales e interesado por ellas y capaz de valorar contenidos culturales auténticos e interpretados con rigor. Esta perspectiva, a largo plazo, puede y debe significar un cambio, también, en la generación de oferta adecuada a las nuevas necesidades. (p.686)

Cuando se habla de consumidor turístico en este estudio, se hace referencia a la comunidad de cicloviajeros que participaron del FBN 2022, en tanto al consumo de los productos y servicios que adquieren durante las travesías en bicicleta para asistir al evento. Ahora bien, algunos de los aspectos clave que se abordan en el estudio incluyen: motivaciones de viaje, segmentación psicográficas y segmentación sociográfica.

### **Motivación**

La motivación juega un papel fundamental en la explicación del comportamiento humano. Se considera que la motivación está estrechamente vinculada con la acción, de acuerdo a la RAE (s.f), donde definen la motivación como el “conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona”. Sin embargo, existen diferencias significativas entre la motivación interna y la motivación externa en términos de su impacto en el individuo y su comportamiento.

En el caso de la motivación interna, las personas se sienten impulsadas por sus propias necesidades, intereses y valores. Tienen un sentido de autonomía y control sobre sus acciones, lo que genera mayor interés, emoción y confianza en lo que hacen. Este tipo de motivación se basa en la satisfacción y realización personal que proviene de la propia actividad en sí misma. Las personas intrínsecamente motivadas encuentran un mayor sentido de significado y disfrute en sus acciones, lo que a su vez conduce a un mejor rendimiento, persistencia y creatividad. Además, experimentan una mayor vitalidad y bienestar general, ya que están conectados con sus propios deseos y metas.

Por otro lado, la motivación externa se refiere a cuando las personas son impulsadas por factores externos, como recompensas, reconocimiento o presiones sociales. En estos casos, el individuo actúa de manera consecuyente debido a la influencia o control externo, en lugar de una motivación genuina y auténtica. La motivación extrínseca puede surgir de la necesidad de obtener recompensas tangibles o evitar castigos, o puede estar relacionada con el deseo de complacer a otros o encajar en normas sociales. Aunque la motivación externa puede ser efectiva para impulsar ciertos comportamientos en el corto plazo, tiende a ser menos sostenible y puede disminuir el sentido de autonomía y bienestar personal.

Desde la perspectiva de la psicología, la teoría de la motivación humana de Abraham Maslow (s.f., p. 463), conocida como la jerarquía de las necesidades, ofrece un marco conceptual para comprender las motivaciones de los cicloviajeros. Según Maslow (s.f., p. 463), “Todos tenemos diferentes motivaciones y capacidades”. Esta teoría se representa en una pirámide que incluye las siguientes categorías:

- **Necesidades fisiológicas:** incluyen la necesidad de alimentos, agua, oxígeno, sueño y sexo. Una vez que estas necesidades están satisfechas, se pasará al siguiente nivel de necesidades.
- **Necesidades de seguridad:** se refieren a la búsqueda de un entorno estable, seguro y predecible que brinde estructura, orden y límites. Estas necesidades también se satisfacen predominantemente desde el exterior, a través de factores como el empleo, la vivienda segura y las redes de apoyo.
- **Necesidades de pertenencia y amor:** engloban el deseo de establecer relaciones íntimas, pertenecer a grupos sociales y sentirse parte de una comunidad. Estas

necesidades involucran el amor, la amistad, la intimidad y el sentido de conexión con los demás.

- **Necesidades de estima:** implican el deseo de destacar como individuos y recibir el respeto de los demás, incluyendo posición, fama, reconocimiento y apreciación de los logros personales.
- **Necesidades de autoactualización:** son las más elevadas y relacionadas con el desarrollo personal y la realización de uno mismo. Estas necesidades incluyen la búsqueda de crecimiento personal, la expresión creativa, el desarrollo de talentos y habilidades, y la búsqueda de un propósito y significado en la vida.

Maslow plantea que las necesidades de orden inferior deben ser satisfechas antes de que las de orden superior sean activadas. A medida que las necesidades de un nivel inferior se satisfacen, las personas se motivan a buscar la satisfacción de las necesidades del siguiente nivel. Una vez que se alcanza la autorrealización, se busca la trascendencia y el servicio a los demás.

La teoría de Maslow proporciona en el caso del presente trabajo de grado un marco conceptual para comprender cómo las motivaciones de los cicloviajeros pueden estar relacionadas con diferentes niveles de necesidades. Desde la satisfacción de necesidades básicas, como la seguridad y la pertenencia al practicar el cicloturismo y participar en el FNB 2022, hasta el impulso de alcanzar la autorrealización y trascendencia personal. Esta perspectiva psicológica permite explorar cómo el cicloturismo y la participación en eventos como el FNB pueden contribuir al bienestar emocional y psicológico de los cicloviajeros al satisfacer diversas necesidades humanas.

Así mismo, Sedek (1974), lo describe como “el estudio de las motivaciones, que el turista en particular tiene para darle cauce o justificación a sus ansias de viajar”, (p. 92). Es importante analizar las motivaciones tanto a nivel individual como a nivel de grupos o masas, ya que esto es

fundamental para comprender fenómenos como el crecimiento de asistentes al evento FBN 2022 y el aumento en el uso de la bicicleta para viajar.

El autor destaca “que indefectiblemente la psicología, por una parte, y la Sociología y Psicología Social, por la otra tendrán campo de aplicación para explicar esas reglas de conducta” (Sedek 1974, p. 94). Estas disciplinas pueden ayudar a comprender cómo las motivaciones individuales y grupales influyen en el comportamiento de los cicloviajeros, así como en la formación de normas y comportamientos colectivos.

Comprender qué impulsa a los cicloviajeros a participar en este evento y a elegir la bicicleta como medio de transporte permite identificar las necesidades y deseos que buscan satisfacer. Además, el análisis de las motivaciones grupales puede ayudar a comprender las dinámicas sociales y las tendencias colectivas que se generan en torno al cicloturismo, esto por la importancia en que “existen centenares de motivaciones psicológicas que actúan sobre la libre decisión del viajar del individuo” (Flores Sédek, 1974), con respecto al caso de estudio, de las motivaciones turísticas abordadas desde diferentes dimensiones de acuerdo con este autor:

## **Figura 12**

*Dimensiones motivacionales según Flores (1974).*



Fuente. (Flores Sédek, 1974, p. 102)

*Nota:* La figura 13 describe las dimensiones motivacionales de acuerdo al autor (Flores Derek, 1974).

### ***Motivaciones turísticas para hallar el perfil del cicloviajero asistentes al FNB - 2022***

Para determinar el perfil del cicloviajero asistente al FNB 2022, es importante considerar las motivaciones turísticas que podrían haber impulsado su participación en este evento. A continuación, se presentan algunas posibles motivaciones turísticas que podrían ser relevantes para los cicloviajeros asistentes:

- **Interés en el cicloturismo:** Los cicloviajeros asistentes al FNB podrían estar motivados por su pasión por el cicloturismo y la oportunidad de participar en un evento específicamente diseñado para los amantes de la bicicleta. El deseo de explorar nuevas rutas en bicicleta, hacer deporte, conocer a otros cicloviajeros y compartir experiencias podría ser una fuerte motivación para su participación en el evento.

- **Búsqueda de experiencias auténticas:** Los cicloviajeros a menudo buscan experiencias de viaje auténticas y en contacto directo con el entorno y las comunidades locales. El FNB puede ofrecerles la oportunidad de vivir una experiencia única al pedalear por diferentes paisajes, interactuar con cicloviajeros de diversas procedencias y sumergirse en la cultura y tradiciones de la región donde se celebra el evento.
- **Conexión con la naturaleza:** Muchos cicloviajeros disfrutan del contacto directo con la naturaleza y aprovechan la bicicleta como medio para explorar entornos naturales. La ubicación del FNB y la posibilidad de realizar recorridos en bicicleta en áreas naturales cercanas podrían ser un fuerte atractivo para los cicloviajeros interesados en conectar con la naturaleza y disfrutar de paisajes escénicos durante su viaje.
- **Superación personal y desafíos:** Algunos cicloviajeros buscan desafíos físicos y mentales, y el FNB podría proporcionarles la oportunidad de probar su resistencia, enfrentar terrenos variados y superar obstáculos en los recorridos propuestos. La posibilidad de participar en competencias o rutas de mayor dificultad podría ser una motivación adicional para aquellos cicloviajeros que buscan superarse a sí mismos.
- **Conexión social y comunidad de cicloviajeros:** El FNB puede servir como un punto de encuentro para cicloviajeros de diferentes lugares, creando así una comunidad en la que pueden compartir experiencias, intercambiar consejos y establecer relaciones con personas que comparten su pasión por el cicloturismo. La motivación de conectar con otros cicloviajeros y formar parte de una comunidad puede ser un factor importante para asistir al evento.

De esta manera, la inclusión de la teoría de Flores Sédek junto con la de Abraham Maslow en la investigación sobre la motivación de los cicloviajeros proporciona un enfoque más completo y enriquecedor. Ambas teorías aportan perspectivas para comprender los factores motivacionales que influyen en el comportamiento de los viajeros.

La teoría de Flores Sédek, se centra en la conducta desde diferentes campos de estudio como los son la psicología, por una parte, y la Sociología y Psicología Social, abordando las motivaciones generales y particulares, permitiendo analizar cómo los cicloviajeros encuentran satisfacción y gratificación tanto en la actividad del cicloturismo en sí como en los beneficios tangibles e intangibles que pueden obtener al participar en el FNB 2022. Esto incluye aspectos como el disfrute del paisaje, la sensación de libertad y superación personal, la interacción con otros viajeros y la conexión con la comunidad local.

Por otro lado, la teoría de Maslow y su famosa "Jerarquía de necesidades" aporta un marco conceptual que ayuda a comprender cómo las motivaciones de los cicloviajeros pueden estar vinculadas a diferentes niveles de necesidades, desde las necesidades básicas como la seguridad y la pertenencia, hasta las necesidades de autorrealización y trascendencia. Esta perspectiva permite explorar cómo el cicloturismo y la participación en el FNB 2022 pueden satisfacer diversas necesidades humanas y contribuir al bienestar emocional y psicológico de los cicloviajeros.

### **Segmentaciones**

La segmentación de mercado es una herramienta esencial en el ámbito del turismo, permitiendo a las empresas y destinos comprender mejor las necesidades y preferencias de los viajeros. Mediante la identificación de grupos específicos de clientes con características y comportamientos similares, se puede diseñar estrategias más efectivas y personalizadas para

satisfacer sus demandas. Tal como lo describe el autor MAPA, S.f. “El proceso de segmentación de mercados constituye un enfoque sistémico para guiar el proceso de toma de decisiones” (p. 276).

Para lo cual se destacarán tres enfoques principales de segmentación: la segmentación psicográfica, que se enfoca en los valores, personalidades y estilos de vida de los viajeros; la segmentación sociodemográfica, que analiza características como edad, género, ingresos y educación; y la segmentación motivacional, que busca comprender los impulsos y deseos que guían las decisiones de viaje de los cicloviajeros que asistieron al FNB 2022.

### **Segmentaciones psicográficas**

El estudio de las segmentaciones psicográficas es de vital importancia en el ámbito del cicloturismo, ya que permite comprender mejor las motivaciones, los valores, los estilos de vida y las actitudes de los viajeros. Estos aspectos psicológicos y socioculturales desempeñan un papel fundamental en la toma de decisiones del viaje y en la preferencia por determinados destinos y experiencias turísticas.

La segmentación psicográfica brindará una visión más completa y detallada de los motivos subyacentes que impulsan a los cicloviajeros a elegir el FNB 2022 como destino turístico y a utilizar la bicicleta como medio de transporte. Así mismo, ayudará a comprender cómo sus valores, intereses y actitudes influyen en sus elecciones de alojamiento, actividades complementarias, interacciones sociales y expectativas de experiencias durante su participación en el evento.

Es por esto que, cuando se hace referencia a “la segmentación psicográfica parte de la idea de que individuos muy diferentes, en términos socioeconómicos, pueden tener comportamientos muy similares e, inversamente, individuos similares, comportamientos muy diferentes. Las variables psicográficas son la personalidad y el estilo de vida. (MAPA, S.f. p. 282)

Con respecto a lo dicho, Ciribeli y Miquelito (2015, p.47) argumentan:

La segmentación psicográfica es de carácter afectivo, y cuando es asociada a otro criterio de segmentación (geográfica, de comportamiento, demográfica, entre otros), como un complemento para cubrir espacios, se vuelve un instrumento relevante para la correcta adecuación del mix de marketing (precio, plaza, promoción y producto) junto al público objetivo, es decir, posibilita a la empresa posicionarse de forma más coherente con su producto en el mercado.

### **Segmentaciones sociodemográficas**

El análisis de las segmentaciones sociodemográficas permite identificar grupos o segmentos específicos de cicloviajeros dentro del contexto del FNB 2022. Se pueden identificar patrones demográficos y sociales que influyen en la participación de los cicloviajeros, como la preferencia de ciertas edades por determinadas actividades o para viajar, la presencia de grupos familiares o la representación de ciertos segmentos socioeconómicos.

De la misma forma, “la segmentación socioeconómico-demográfica es un método de segmentación indirecta” (MAPA, S.f. p. 281), en la cual se tiene en cuenta variables como “el sexo, la edad, el tamaño de la familia, ciclo de vida familiar, etc. Las variables socioeconómicas más empleadas son el nivel de renta, el nivel de educación, la categoría socioprofesional, el nivel de estudios, etc.” (MAPA, s.f., p.281).

A través de este análisis, obtendremos una visión más completa del perfil de los cicloviajeros que asisten al FNB 2022 desde una perspectiva sociodemográfica.

### **Segmentación Motivacional**

La segmentación motivacional ayuda a recopilar datos que permiten identificar los diferentes factores motivacionales como el deseo de aventura y superación personal, la búsqueda de conexión con la naturaleza, la pasión por el ciclismo, la preferencia por experiencias auténticas y el interés en

interactuar con otros cicloturistas y la comunidad local. Además, entender la motivación de quienes viajan en bicicleta puede ser clave para evitar el turismo masivo y sus impactos negativos en la naturaleza.

Lo anterior, permite diseñar experiencias de viaje y actividades complementarias que se alineen con las motivaciones de cada segmento, brindando una experiencia más enriquecedora y memorable para los cicloviajeros. También, es una oportunidad a nivel empresarial “frente a un escenario de mercado en expansión, las empresas que buscan conquistar este mercado deben conocer de cerca a sus clientes, conocer sus motivaciones, preferencias, e identificar y analizar los diversos factores que intervienen en el proceso de decisión” (Ciribeli y Miquelito, 2015, p. 34), para adaptar la oferta turística y diseñar acciones de marketing más efectivas para atraer y satisfacer a los cicloviajeros según sus motivaciones individuales.

## **Metodología**

La referencia metodológica en una investigación se refiere al “resultado de la aplicación, sistemática y lógica, de los conceptos y fundamentos expuestos en el marco teórico (Azuero, 2019, p. 113). Se trata entonces, de un sistema organizado y riguroso que ayuda al investigador a abordar sus planteamientos y resolver las preguntas de investigación.

Una parte importante de la referencia metodológica es la revisión de la documentación a través de fuentes secundarias. Esto implica consultar y analizar estudios científicos, artículos y libros relacionados con el tema de investigación. Estas fuentes secundarias proporcionan un respaldo escrito y documentado que contribuye al conocimiento del tema y puede ser utilizado como base teórica o evidencia para la investigación.

### **Enfoque de investigación**

El enfoque cualitativo es apropiado para esta investigación, ya que “el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados” (Hernández, 2003, p. 358), comprendiendo las motivaciones internas y externas que mueven a los cicloviajeros para participar en el FNB 2022 y que se movilizaron en bicicleta desde diferentes ciudades de Colombia hasta Fusagasugá.

Es importante destacar que los resultados obtenidos a través del enfoque cualitativo no se generalizan para toda la población ni se presentan como conclusiones definitivas, sino que se aplican a la realidad específica estudiada durante la investigación. El objetivo es obtener una comprensión en profundidad de las características y motivaciones de los participantes del evento en el contexto particular del FNB 2022.

## **Alcance de la investigación**

El alcance de esta investigación es de tipo descriptivo, en línea con el enfoque cualitativo. Mediante el cual, “se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, 2003, p. 92).

Por lo tanto, en este tipo de investigación se recopilaban datos relevantes sobre los asistentes al FNB 2022 y se describirán sus características sociodemográficas, psicográficas y motivacionales. El objetivo es proporcionar una imagen completa y detallada de los participantes, sin buscar establecer relaciones causales o explicar los vínculos entre las variables.

## **Muestra enfoque de estudio**

La muestra en palabras de Hernández, (2003, p. 175) “es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”, que a su vez se convierte en la unidad de análisis de una investigación.

La muestra seleccionada para esta investigación se de 11 individuos, de los cuales cuatro son mujeres y siete son hombres. Todos ellos se encontraban dentro del rango de edad de 25 a 45 años y se movilizaban en bicicleta para participar del FNB 2022, cumpliendo con los criterios de inclusión establecidos, los cuales son: tener al menos un año de experiencia en viajes en bicicleta, haber participado en el FNB 2022 y haber utilizado la bicicleta como medio de desplazamiento para asistir al evento.

La muestra de estudio se seleccionó a través de la intervención en grupos de activistas de viajeros en bicicleta, con la colaboración de colectivos de universidades públicas. Se estableció contacto con viajeros de diferentes partes del país que cumplían con los requisitos de la muestra.

Para mencionar a los sujetos se utilizaron seudónimos a fin de preservar la identidad. La siguiente tabla 3 refleja de forma precisa el tiempo de experiencia de cada uno de los viajeros que participo en la investigación.

**Tabla 3**

*Características sociodemográficas de los entrevistados.*

N°	Fecha de entrevista	Seudónimo	Genero	Edad	Tiempo viajando en bicicleta
1	08/09/2022	Participante 1	F	34	9 años
2	09/09/2022	Participante 2	M	40	17 años
3	08/09/2022	Participante 3	M	37	2 años
4	10/09/2022	Participante 4	M	33	5 años
5	10/09/2022	Participante 5	M	30	2 años
6	11/09/2022	Participante 6	F	30	6 años
7	09/09/2022	Participante 7	M	28	5 años
8	11/09/2022	Participante 8	F	38	3 años
9	08/09/2022	Participante 9	F	33	4 años
10	09/09/2022	Participante 10	M	38	10 años
11	10/09/2022	Participante 11	M	42	10 años

Fuente: elaboración propia a partir de las características sociodemográficas de los entrevistados.

### **Técnica e instrumentos de recolección**

En este estudio, se utilizará la técnica de la entrevista a profundidad o entrevista cualitativa. Según Janesick, (como se nombró en Hernández, 2003, p. 403), la entrevista se define como una reunión en la cual se establece una conversación e intercambio de información entre el entrevistador y el entrevistado. Durante la entrevista, a través de las preguntas y respuestas, se logra una

comunicación efectiva y se construyen significados compartidos sobre un tema en particular. Dentro de este método, existen tres tipos de entrevistas: estructurada, semiestructurada y no estructurada.

En este caso, se aplicará la entrevista no estructurada, siguiendo la teoría de Revella (2015). Esta entrevista permite obtener respuestas más allá de las primeras conjeturas que pueda tener el entrevistado, y permite indagar en las razones y posturas más profundas frente a las preguntas realizadas. Esto facilitará la elaboración de la caracterización de los cicloviajeros, comprendiendo sus concepciones y motivaciones de manera profunda.

Es importante aclarar cómo la teoría de Revella (2015) se relaciona con esta investigación. Aunque la teoría original se centra en el perfil del comprador y el enfoque de mercadeo, se aclara, que no es el interés de este estudio, aunque si se considera útil adaptar su metodología para obtener el perfil del cicloviajero desde una perspectiva de conexión humana (Revella, 2015, p. 11), siendo la motivación, una de las bases de su metodología.

Como se mencionó, para recolectar y clasificar la información sobre las motivaciones de los cicloviajeros, se utilizará la metodología propuesta por Adele Revella. Esta metodología proporcionará un enfoque sistemático y estructurado para recopilar datos y analizar las respuestas de los cicloviajeros, permitiendo identificar patrones y tendencias en sus motivaciones de viaje. Esta información será fundamental para complementar la caracterización de los cicloviajeros desde aspectos psicográficos y sociodemográficos, y comprender qué los impulsa a elegir determinados destinos y estrategias de viaje en el contexto del FNB 2022.

La teoría plantea cinco anillos de perspectiva de compra que se utilizarán en este estudio, estos anillos de perspectiva de compra se adaptarán para obtener información relevante sobre los cicloviajeros y su participación en el FNB 2022.

**Tabla 4***Categorías de análisis por anillo según Revella (2015)*

<b>Anillos (indicadores)</b>	<b>Categorías</b>	<b>Definición</b>
Iniciativa Prioritaria (PI)	Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades.	Los cicloviajeros explican la razón más convincente por la que deciden viajar en bicicleta.
Factores de éxito (SF)	Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	Los cicloviajeros describen los logros personales que obtuvieron al realizar un viaje en bicicleta.
Barreras Percibidas (PB)	Percepciones sociales, incidencia del entorno en sus decisiones, reconocimiento, rutina.	Los entrevistados expresan lo que ven como impedimento cuando hay un viaje usando la bicicleta como medio de desplazamiento. Desde su percepción.
Conocimiento del Viaje (BJ)	Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	Los cicloviajeros manifiestan el factor que los impulsó o motivó a evaluar las opciones de viaje, eliminar las barreras percibidas y alistar lo necesario para salir.
Criterios de Decisión (DC)	Personas, lugares o fuentes de motivación para tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.	Los participantes exponen los atributos específicos que ellos evalúan cuando van a viajar y las soluciones que están considerando para cada una. Estos conocimientos indican qué inclina la balanza a favor de una opción durante el proceso de toma de decisiones.

---

Fuente. Elaboración propia basada en la teoría de análisis de datos de Revella (2015).

*Nota:* La tabla número 4 describe los cinco anillos sobre los cuales se establecerá el perfil motivacional de los cicloviajeros que asistieron en bicicleta al FNB 2022, adaptada de la autora (Revella, 2015).

Además de las 11 entrevistas a profundidad, la investigación se complementó con una encuesta con un total de 302 participantes, esta se realizó con el fin de recopilar información sociodemográfica y psicográfica de los cicloviajeros asistentes al FNB 2022. Esta encuesta se compartió y diligenció a través de un enlace con los participantes durante el evento.

### ***Orden de recolección de datos***

1. Realizar la entrevista: Se entrevista a cada cicloviajero, asegurándose de grabarla para su posterior análisis. Es importante que el entorno sea tranquilo y propicio para la comunicación. Cada entrevistado será identificado con un número específico y se archivarán todas las grabaciones en una carpeta designada para cada participante, donde se recopilará la información sociodemográfica, psicográfica y motivaciones.
2. Transcripción de la entrevista: Se realizará la transcripción de las grabaciones para tener una versión escrita de la entrevista. Esta transcripción servirá como base para extraer las palabras textuales de los cicloviajeros. Durante la lectura de la transcripción, se destacarán las frases, palabras o contextos que se relacionen con alguno de los cinco anillos: PI, SF, PB, DC y BJ.
3. Organización de la historia: Para optimizar el análisis de las entrevistas, se utilizará un documento de Excel. Se crearán pestañas separadas para cada uno de los anillos. A medida que se revisa la transcripción, se copiarán y pegarán las frases e ideas relevantes en la pestaña correspondiente a cada anillo. Esto permitirá visualizar de manera clara los aportes de las entrevistas en cada uno de los anillos. En caso de que

haya un exceso de texto citado, la autora sugiere realizar un barrido para eliminar las citas de menor relevancia.

4. Título clave: Como paso final para extraer la información precisa de las entrevistas, se asignará un título clave a cada cita de texto organizada en el Excel. Este título permitirá identificar palabras o ideas similares, condensando la información obtenida. Además, facilitará una perspectiva más precisa de las características de los cicloviajeros.

Siguiendo este orden, se asegurará una recopilación efectiva de los datos y una organización adecuada para su posterior análisis.

## Resultados

Los resultados obtenidos de la caracterización de los cicloviajeros que participaron en el FNB 2022 revelaron hallazgos importantes sobre esta dinámica turística. A continuación, se presentan los resultados por cada variable.

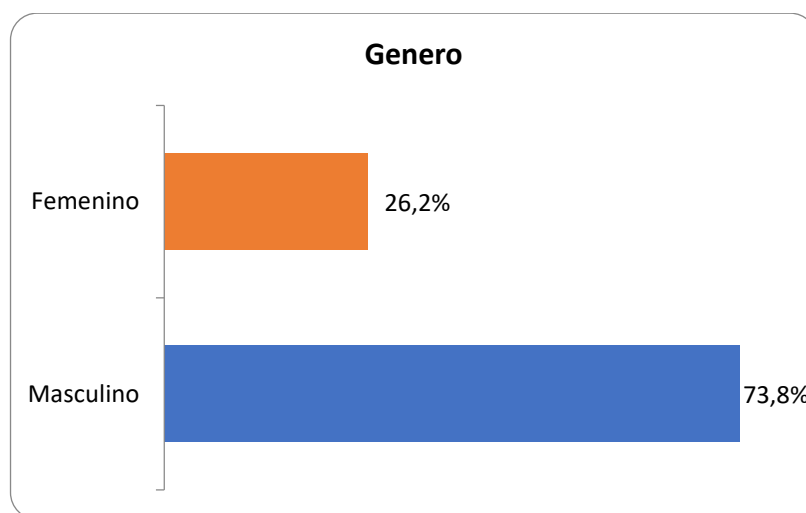
### Características sociodemográficas:

#### *Género*

Se observa una superioridad del género masculino entre los cicloviajeros asistentes al FNB 2022. El 73% de los participantes fueron hombres, mientras que el 26.2% fueron mujeres.

#### **Figura 13**

*Asistentes al FNB 2022 por género*



Fuente. Elaboración propia

*Nota:* Todos los gráficos tienen como base 302 encuestados.

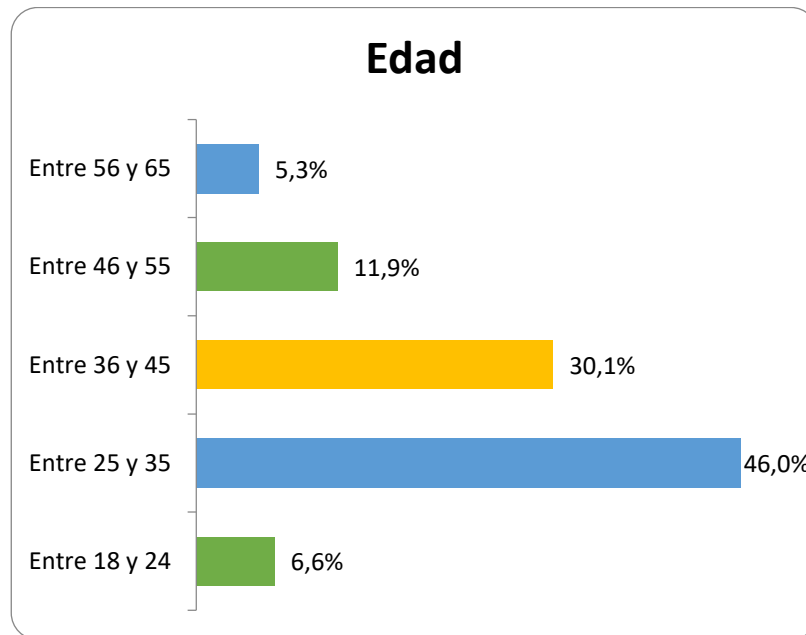
#### *Edad*

La mayoría de los cicloviajeros asistentes al evento pertenecen al grupo de adultos jóvenes. El 46% tiene entre 25 y 35 años, seguido por el 30.1% que se encuentra en el rango de 36 a 45 años.

Además, se identificó la presencia de participantes en otras franjas de edad: 11.9% entre 46 y 55 años, 6.6% entre 18 y 24 años, y 5.3% entre 56 y 65 años.

### Figura 14

*Asistentes al FNB 2022 por grupo atareo*



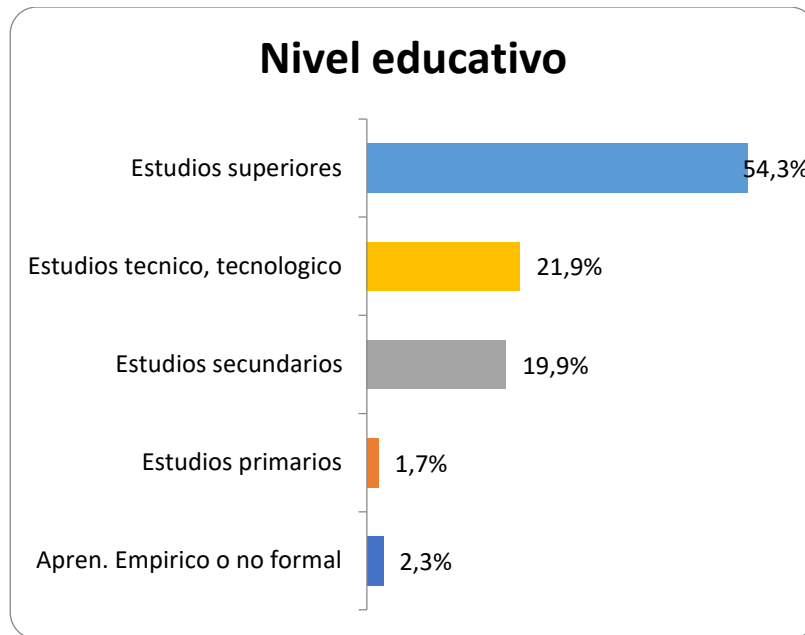
Fuente. Elaboración propia

### *Nivel educativo*

En cuanto al nivel educativo, se destaca que la formación de los asistentes al FNB 2022 no se basa únicamente en la educación formal. El 54.3% de los participantes tiene estudios superiores, el 21.9% cuenta con estudios técnicos o tecnológicos, el 19.9% tiene estudios secundarios, el 2.3% ha adquirido aprendizaje empírico o no formal, y el 1.7% tiene estudios primarios.

### Figura 15

*Asistentes al FNB 2022 por nivel educativo*



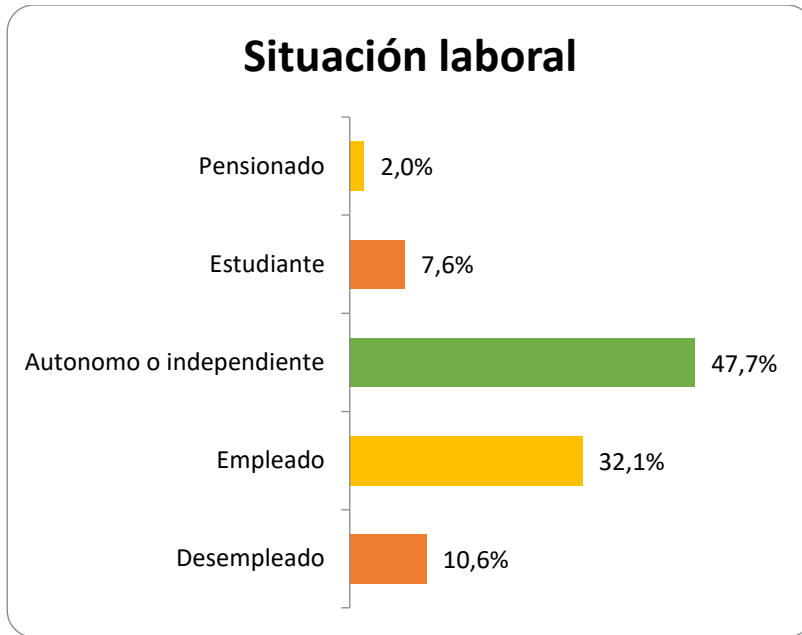
Fuente. Elaboración propia

### ***Situación Laboral***

En relación con la situación laboral de los asistentes, se observa que el 47.7% son autónomos o independientes, seguido por el 32.1% que son empleados. El 10.6% se encuentra desempleado, el 7.6% son estudiantes y el 2.0% son pensionados.

### **Figura 16**

*Situación Laboral de los Asistentes al FNB 2022*



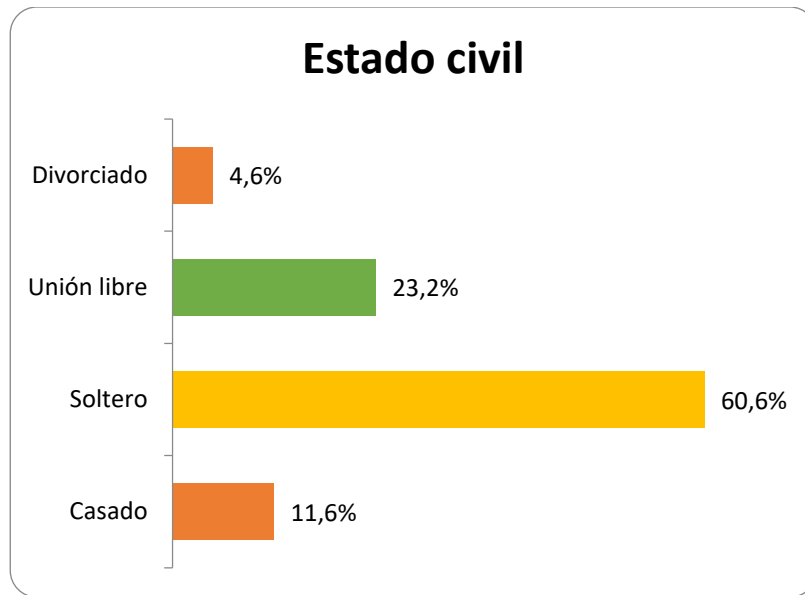
Fuente. Elaboración propia

### ***Estado Civil***

Más de la mitad de los asistentes al FNB 2022 tienen un estado civil soltero(a), representando el 60.6% de los participantes. El 23.2% está en unión libre, el 11.6% es casado y el 4.6% es divorciado.

### **Figura 17**

*Asistentes al FNB 2022 por estado civil*



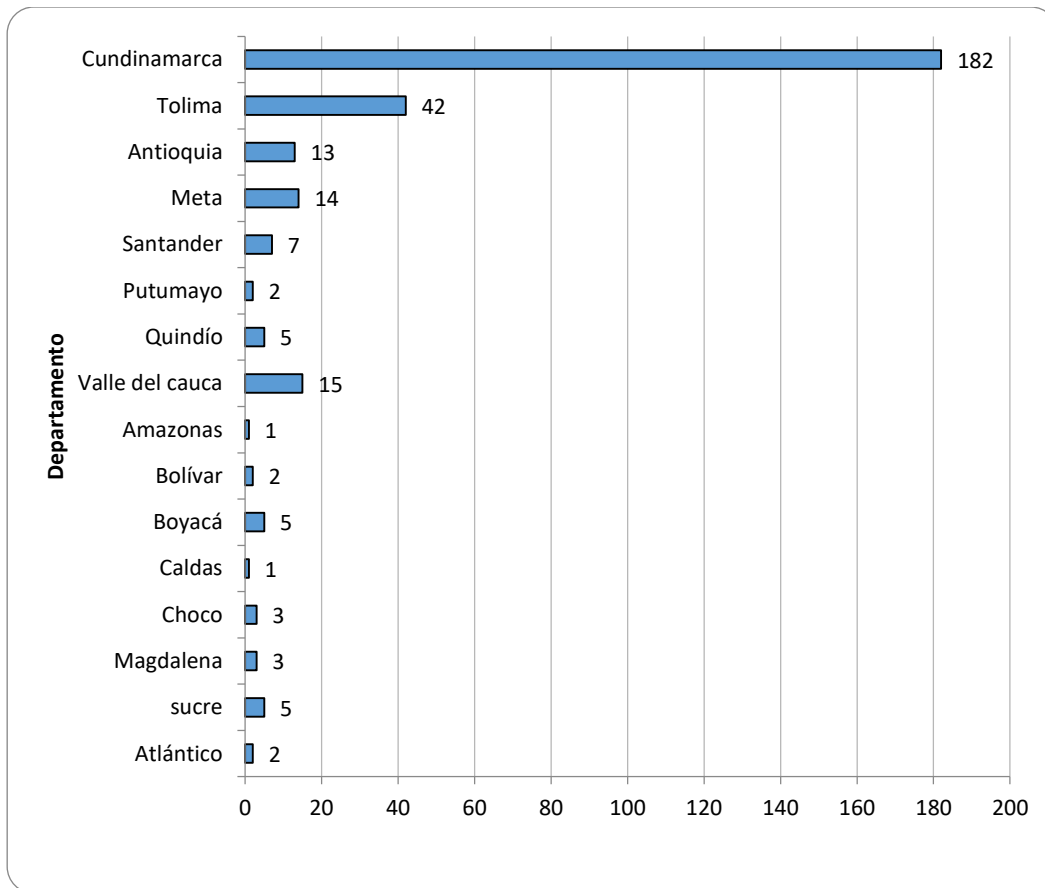
Fuente. Elaboración propia

### ***Origen del Cicloviajero***

Los principales departamentos de origen de los cicloviajeros asistentes al FNB 2022 son Cundinamarca, Tolima y Antioquia. Se registraron 182 participantes de Cundinamarca, seguidos por 42 del Tolima y 13 de Antioquia.

### **Figura 18**

*Asistentes al FNB 2022 por departamento de origen.*



Fuente. Elaboración propia

Estos resultados brindan una visión general del perfil sociodemográfico de los cicloviajeros que participaron en el Foro Nacional de la Bicicleta 2022. Esta información es relevante para comprender mejor las características de este grupo.

### **Resultados Psicográficos de los asistentes al FNB 2022**

A continuación, se presenta los resultados psicográficos de los asistentes al FNB 2022, considerando las variables de personalidad y estilo de vida.

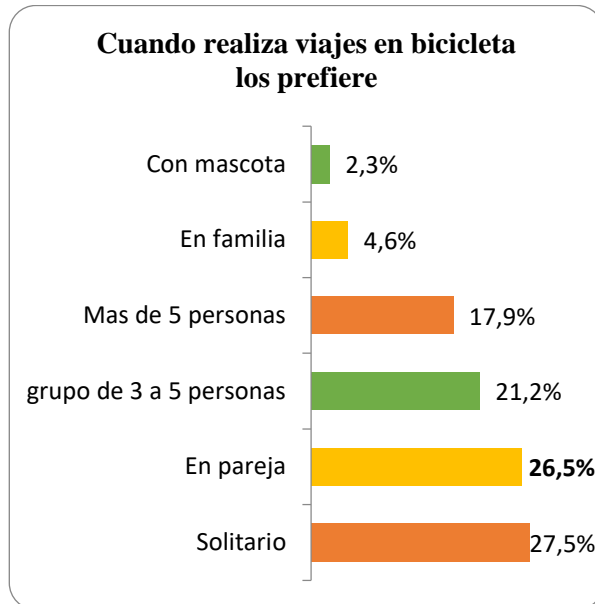
#### ***Grupo de viaje***

Se observa un equilibrio en las preferencias de los asistentes al FNB 2022 en cuanto al tipo de grupo de viaje. Alrededor del 27.5% prefiere viajar solo, otro 26.5% elige viajar en pareja y el

21% opta por viajar en grupos de 3 a 5 personas. También se identificó que un porcentaje menor prefiere viajar en grupos más grandes, en familia o con mascotas.

### Figura 19

*Asistentes al FNB 2022 por grupo de viaje*



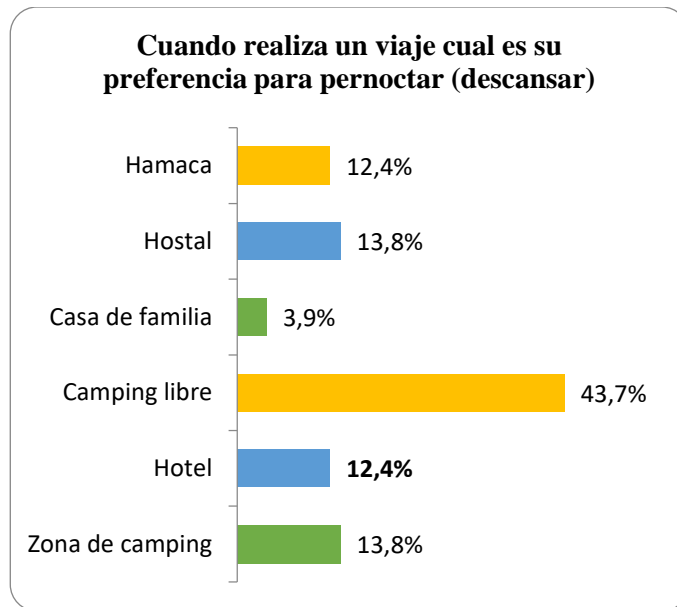
Fuente. Elaboración propia

### *Tipo de alojamiento*

Existe una preferencia significativa por el camping libre entre los asistentes al FNB 2022, con un 43.7% que elige esta opción. Otros tipos de alojamiento populares incluyen las zonas de camping 13.8% los hostales 12.4% y los hoteles (12%). También se mencionaron opciones como dormir en hamacas 12.4% y alojarse en casas de familia 3.9%.

### Figura 20

*Asistentes al FNB 2022 por lugar de alojamiento*



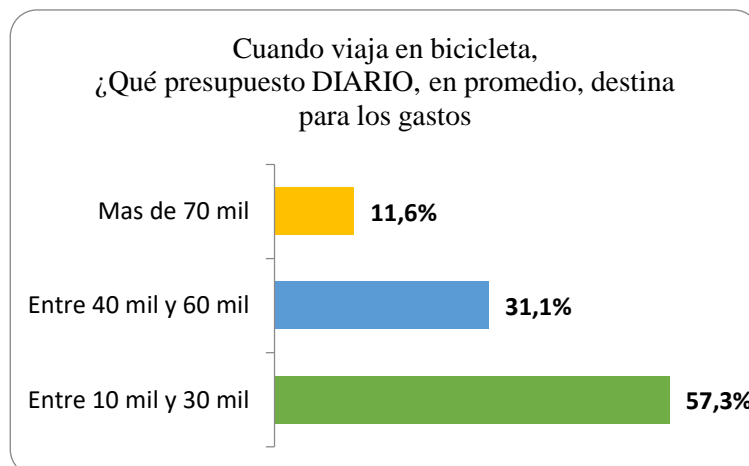
Fuente. Elaboración propia

***Presupuesto diario***

Más de la mitad de los encuestados destinan entre 10 mil y 30 mil pesos diarios para sus viajes en bicicleta. Un 31% invierte entre 40 mil y 60 mil pesos, mientras que un 11.6% destina más de 70 mil pesos diarios para sus gastos durante el viaje.

**Figura 21**

*Presupuesto Diario de los Asistentes al FNB 2022*



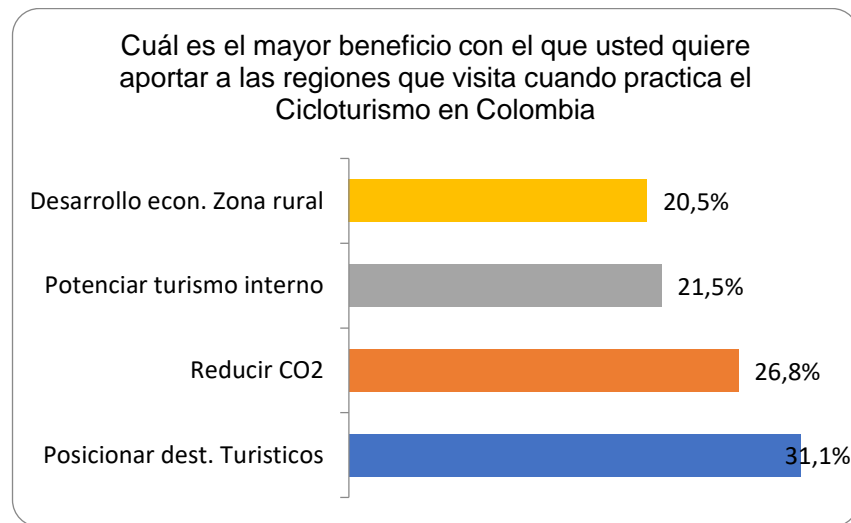
Fuente. Elaboración propia

### ***Pretensiones hacia la comunidad que encuentran en sus viajes***

Se destaca que un 31% de los asistentes al FNB 2022 busca posicionar un nuevo destino turístico, lo cual demuestra su interés por contribuir al desarrollo de lugares menos conocidos. Otros objetivos incluyen la reducción de CO2 26.8%, el impulso del turismo interno 21% y el desarrollo económico en zonas rurales 20%.

### **Figura 22**

*Asistentes al FNB 2022 de acuerdo al beneficio con el que buscan aportar al viajar en bicicleta*



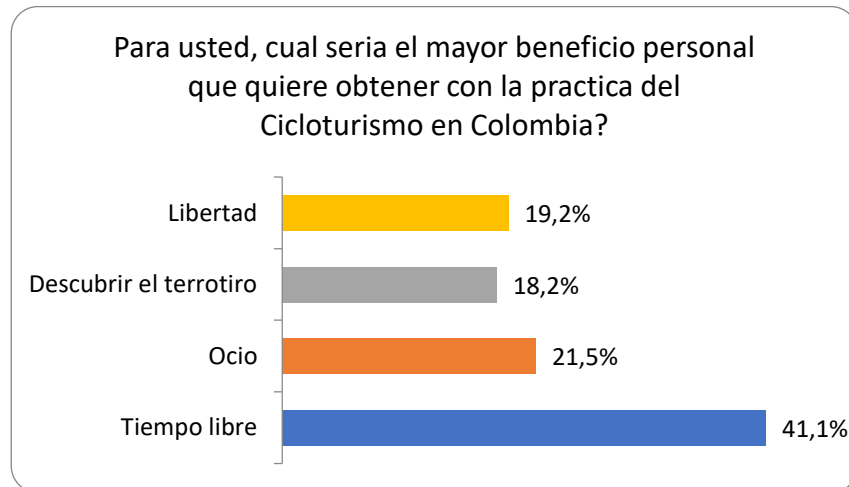
Fuente. Elaboración propia

### ***Beneficios personales al viajar***

El beneficio más resaltado por los encuestados es el tiempo libre, con un 41% que lo considera como un beneficio importante al viajar en bicicleta. Otros beneficios mencionados incluyen espacios de ocio 21.5%, el descubrimiento del territorio 18.2% y la sensación de libertad 19.2%.

### Figura 23

*Asistentes al FNB 2022 y el beneficio que obtienen de forma individual al viajar en bicicleta*



Fuente. Elaboración propia

Estos resultados psicográficos proporcionan información valiosa sobre las preferencias, motivaciones y necesidades de los cicloviajeros que asistieron al FNB 2022. Esta información es relevante para comprender mejor su personalidad, estilo de vida y actitudes hacia el turismo en bicicleta.

### **Resultados de motivación obtenido de las entrevistas a profundidad de 11 asistentes del FNB experimentados.**

Estos anillos se utilizan para comprender y establecer las principales motivaciones de los cicloviajeros.

Para ver los resultados por cada una de las entrevistas (Ver anexo N°1). Es importante mencionar que las entrevistas son presentadas y analizadas por las categorías antes descritas, esto mediante las respuestas a varias preguntas planteadas en las entrevistas (Ver anexo N°2).

**Tabla 5***Resultado de las entrevistas*

<b>Anillos (indicadores)</b>	<b>Categorías</b>	<b>Definición</b>
Iniciativa Prioritaria (PI)	Revela la búsqueda de libertad tanto física como mental a través de los viajes en bicicleta.	Los cicloviajeros explican la razón más convincente por la que deciden viajar en bicicleta.
Factores de éxito (SF)	Valoran viajar en bicicleta por todos los aprendizajes que adquieren al interactuar con otras culturas y conocer gente.	Los cicloviajeros describen los logros personales que obtuvieron al realizar un viaje en bicicleta.
Barreras Percibidas (PB)	Las limitaciones sociales y mentales, superar el temor al juicio de los demás y la sensación de no encajar en el molde convencional.	Los entrevistados expresan lo que ven como impedimento cuando hay un viaje usando la bicicleta como medio de desplazamiento. Desde su percepción.
Conocimiento del Viaje (BJ)	Buscar experiencias significativas fuera del molde establecido.	Los cicloviajeros manifiestan el factor que los impulsó o motivó a evaluar las opciones de viaje, eliminar las barreras percibidas y alistar lo necesario para salir.
Criterios de Decisión (DC)	Comunidad de apoyo donde se sienten comprendidos y motivados en su búsqueda de autorrealización.	Los participantes exponen los atributos específicos que ellos evalúan cuando van a viajar y las soluciones que están considerando para cada una. Estos conocimientos indican qué inclina la balanza

---

a favor de una opción durante el proceso de  
toma de decisiones.

---

## **Análisis de Resultados**

Basándose en los resultados expuestos de la investigación, se estable el perfil de los cicloviajeros asistentes al Foro Nacional de la Bicicleta 2022. Este perfil se caracteriza por:

### ***Análisis de resultados de las características sociodemográficas:***

El análisis de las características sociodemográficas de los cicloviajeros asistentes al FNB 2022 revela patrones interesantes:

***Género:*** Es cierto que el predominio del género masculino en el cicloturismo, con un 73% de participantes, es una realidad que se observa en muchos eventos y actividades relacionadas con el ciclismo de larga distancia. Sin embargo, es importante promover la participación activa de las mujeres en el cicloturismo para crear una comunidad ciclista más inclusiva y diversa. A continuación algunas estrategias para fomentar la participación de las mujeres en el cicloturismo:

- ✓ **Crear espacios seguros y acogedores:** Es fundamental garantizar que los eventos y rutas de cicloturismo sean seguros y acogedores para las mujeres. Esto implica considerar aspectos como la seguridad en las carreteras, la iluminación, la accesibilidad a instalaciones adecuadas y la sensibilización sobre el respeto y la igualdad de género.
- ✓ **Organizar eventos y talleres específicos para mujeres:** Crear eventos y talleres exclusivos para mujeres ciclistas puede ayudar a generar un ambiente de apoyo y confianza, donde puedan compartir experiencias y conocimientos. Estos eventos

pueden incluir charlas, capacitaciones sobre mantenimiento de bicicletas, rutas adaptadas a diferentes niveles de habilidad, entre otros.

- ✓ Fomentar la comunidad y la red de apoyo: Crear grupos o comunidades de cicloturismo para mujeres, ya sea en línea o presenciales, puede facilitar el intercambio de información y la creación de una red de apoyo entre mujeres ciclistas. Esto puede brindarles confianza y respaldo para emprender sus propios viajes y participar en eventos de cicloturismo.
- ✓ Difundir historias de mujeres cicloturistas: Compartir historias y testimonios de mujeres que han realizado cicloturismo puede ser una forma poderosa de inspirar a otras mujeres a participar. Estas historias pueden difundirse a través de redes sociales, blogs, medios de comunicación y eventos ciclistas.

**Edad:** Es interesante observar que el grupo de adultos jóvenes, en particular aquellos con edades comprendidas entre 25 y 35 años, representa una parte significativa de los cicloviajeros y participantes en el FNB 2022. El hecho de que el 46% de los participantes se encuentran en este rango de edad indica que este grupo demográfico muestra un mayor interés en el cicloturismo y en eventos relacionados con el ciclismo de largo recorrido.

Las razones detrás de esta tendencia pueden ser diversas. Los adultos jóvenes suelen tener más flexibilidad en sus responsabilidades laborales y familiares, lo que les permite dedicar tiempo para participar en actividades recreativas como el cicloturismo. Además, este grupo suele estar más abierto a nuevas experiencias y aventuras, y el cicloturismo les brinda la oportunidad de explorar nuevos lugares y vivir emocionantes desafíos.

Asimismo, el cicloturismo también puede ser una forma atractiva para los adultos jóvenes de estar activos y conectarse con la naturaleza, lo que se alinea con las tendencias actuales de bienestar y salud.

**Nivel educativo:** Es interesante notar la diversidad educativa entre los cicloviajeros y que más de la mitad de ellos, es decir, el 54,3%, tienen estudios superiores. Esta cifra sugiere que el cicloturismo puede atraer particularmente a personas con un nivel educativo relativamente alto.

Varios factores podrían estar relacionados con esta tendencia, como por ejemplo:

- ✓ la conciencia ambiental y sostenibilidad, Las personas con educación superior tienden a estar más conscientes de los problemas ambientales y buscan formas de viajar y vivir de manera más sostenible.
- ✓ El cicloturismo es una forma de transporte ecológico y de bajo impacto ambiental, lo que podría atraer a aquellos que valoran la sostenibilidad;
- ✓ Preparación y planificación: El cicloturismo implica una preparación significativa, desde planificar la ruta hasta equipar adecuadamente la bicicleta y uno mismo para el viaje. Aquellos con educación superior pueden sentirse más cómodos con la planificación detallada y la logística necesaria para llevar a cabo un viaje exitoso.

**Situación laboral:** El hecho de que el 47.7% de los asistentes sean autónomos o independientes sugiere que este grupo de personas tiene una mayor libertad para organizar su tiempo y recursos. Esto les brinda la posibilidad de dedicar períodos más extensos al cicloturismo, lo que puede explicar su alta participación en el evento. Al no estar vinculados a horarios de trabajo rígidos, pueden programar viajes en bicicleta y disfrutar de experiencias de larga duración.

- ✓ El 32,1% de los empleados que participan en el cicloturismo demuestra que, a pesar de sus responsabilidades laborales, aún quedan tiempo para involucrarse en esta

actividad recreativa. Es posible que se aprovechen fines de semana, días festivos o períodos de vacaciones para participar en eventos de cicloturismo. Esto refleja un interés genuino en el cicloturismo y la voluntad de equilibrar sus obligaciones laborales con actividades recreativas significativas.

- ✓ El 10.6% de los participantes que se encuentran desempleados puede indicar que algunas personas ven en el cicloturismo una oportunidad para aprovechar su tiempo libre y encontrar experiencias gratificantes en momentos de transición laboral.
- ✓ El 7.6% de estudiantes y el 2.0% de pensionados como asistentes pueden revelar que el cicloturismo es una actividad que atrae a personas de diferentes edades y etapas de la vida. Los estudiantes pueden verlo como una forma de liberarse del estrés académico y experimentar aventuras, mientras que los jubilados pueden aprovechar la oportunidad para disfrutar de una actividad física y una conexión más cercana con la naturaleza.

**Estado civil:** Más de la mitad de los asistentes al FNB 2022 tienen un estado civil soltero(a), representando el 60.6% de los participantes. Los cicloviajeros solteros pueden tener una mayor disponibilidad de tiempo ya que no tienen que atender a compromisos familiares o responsabilidades asociados a la vida de pareja. Esto les permite dedicar más tiempo a actividades recreativas como el cicloturismo y, en consecuencia, es más probable que participen en eventos como el FNB.

Los solteros valoran la independencia y la autonomía en su estilo de vida, lo que encaja bien con el espíritu de libertad y exploración que ofrece el cicloturismo. Esta independencia puede permitirles disfrutar del viaje a su propio ritmo y descubrir nuevos lugares a su manera.

**Origen geográfico:** A pesar de ser un evento nacional, el FNB 2022 todavía enfrenta el desafío de lograr una participación más amplia y representativa de personas de distintas zonas del

país. La concentración de participantes de Cundinamarca, Tolima y Antioquia puede indicar que aún existen oportunidades de mejora para atraer a cicloviajeros de otras regiones de Colombia y lograr un mayor impacto nacional. Para que el FNB sea verdaderamente inclusivo y representativo de la diversidad geográfica de Colombia. Para que el FNB sea verdaderamente inclusivo y representativo de la diversidad geográfica de Colombia, se pueden considerar algunas acciones y estrategias:

- ✓ Promoción en diferentes regiones: Es fundamental llevar a cabo una promoción activa del evento en todo el país, utilizando medios de comunicación, redes sociales, y alianzas con instituciones locales y organizaciones ciclistas para llegar a una audiencia más amplia en diferentes departamentos.
- ✓ Rutas en diversas zonas: El FNB podría considerar la posibilidad de incluir rutas y sedes en distintas regiones del país, lo que fomentaría la participación de cicloviajeros locales y reduciría las barreras geográficas para aquellos que no pueden desplazarse largas distancias para llegar a los puntos de inicio.
- ✓ Inclusión cultural y étnica: El evento puede destacar y celebrar la diversidad cultural y étnica de Colombia, asegurándose de que haya representación de todas las comunidades en la promoción y en la participación. Esto podría fomentar un sentido de pertenencia y motivar a personas de diferentes zonas a unirse al FNB.
- ✓ Apoyo logístico y económico: Para facilitar la participación de personas de otras regiones, se podrían implementar medidas como proporcionar información clara sobre cómo llegar a las sedes del evento, asesoramiento sobre rutas y alojamientos, así como opciones de apoyo económico o becas para aquellos que enfrenten dificultades para costear los gastos del viaje.

- ✓ Eventos regionales previos: Organizar eventos regionales o actividades preparatorias en diferentes departamentos puede ser una forma efectiva de generar interés y entusiasmo en torno al FNB, así como de crear una comunidad cicloturista en diversas áreas del país.

El objetivo de estas acciones lograría una mayor inclusión y participación de cicloviajeros de todas las regiones de Colombia en el FNB, lo que enriquecería la experiencia del evento y permitiría que más personas disfruten de los beneficios del cicloturismo en distintos rincones del país.

Los resultados sociodemográficos proporcionan una comprensión más detallada del perfil de los cicloviajeros asistentes al FNB 2022. Estas características pueden ser consideradas al diseñar estrategias de marketing, promoción y desarrollo de productos y servicios orientados a este segmento específico.

A continuación algunas estrategias que podrían ser llamativas para los cicloviajeros perfilados:

- ✓ Promoción enfocada en la aventura y la libertad: Dado que la mayoría de los cicloviajeros son adultos jóvenes y solteros, la promoción de la libertad y la aventura que ofrece el cicloturismo puede ser atractivo. Resaltar las emocionantes experiencias de viajar en bicicleta, la posibilidad de explorar nuevos lugares y la sensación de independencia puede captar la atención de este segmento.
- ✓ Campañas en redes sociales y comunidades ciclistas: Los adultos jóvenes son usuarios activos de las redes sociales. Crear campañas publicitarias en plataformas como Instagram, Facebook o YouTube, y participar en comunidades ciclistas en línea, puede ayudar a llegar a los cicloviajeros potenciales y generar interés en el evento.

- ✓ Enfocarse en la sostenibilidad y el ecoturismo: Dado el alto porcentaje de participantes con educación superior, resaltar los aspectos sostenibles y ecológicos del cicloturismo puede ser una estrategia efectiva. La promoción de rutas y prácticas ecológicas puede atraer a aquellos que están dispuestos a aportar para el cuidado del ambiente.

### **Análisis de resultados de las características psicográficas de los asistentes al FNB 2022:**

**Grupo de viaje:** Es interesante observar el equilibrio en las preferencias de los cicloviajeros en cuanto al tipo de grupo de viaje. Estas diferentes opciones indican que el cicloturismo es una actividad versátil que puede adaptarse a las preferencias y necesidades individuales de los participantes. A continuación algunas recomendaciones de cómo estas preferencias pueden ser aprovechadas para ofrecer experiencias más enriquecedoras a los cicloviajeros:

- ✓ Viajes individuales: El 27% de cicloviajeros que prefieren viajar solo busca la experiencia de la autonomía y la introspección. Para atraer a este grupo, se podría enfocar promover el cicloturismo como una oportunidad para la autorreflexión, la superación personal y el autodescubrimiento. Resaltar la posibilidad de conectarse a ellos mismos, disfrutar del silencio y la paz durante el viaje, y la libertad de elegir su propio ritmo y la ruta podría ser atractiva para ellos.
- ✓ Viajes en pareja: El otro 27% de cicloviajeros que elige viajar en pareja busca compartir la aventura y fortalecer la relación. Para atraer a este segmento, se podrían crear paquetes o promociones especiales que resalten la experiencia romántica y emocionante de explorar juntos nuevos destinos en bicicleta. Como paquetes románticos que incluyen opciones de alojamiento íntimo y experiencias especiales

para parejas, como cenas a la luz de las velas o actividades conjuntas en los destinos turísticos.

- ✓ Grupos pequeños: El 21% de cicloviajeros que opta por viajar en grupos de 3 a 5 personas muestra una preferencia por la compañía y la sociabilidad durante el viaje. Para atraer a este grupo, se pueden organizar actividades grupales previas al evento, facilitar la formación de grupos de interés común y promocionar la oportunidad de hacer nuevos amigos y compartir experiencias durante el recorrido.
- ✓ Grupos más grandes, familia o mascotas: Aunque representan porcentajes menores, también es importante considerar las necesidades de estos grupos. Por ejemplo, ofrecer rutas y destinos que sean aptos para familias con niños o para aquellos que deseen llevar a sus mascotas, y proporcionar información sobre servicios que acomoden a numerosos grupos.

***Tipo de alojamiento:*** La preferencia significativa por el camping libre sugiere que los asistentes valoran la conexión con la naturaleza y la posibilidad de acampar en lugares únicos durante sus viajes. Esta opción puede indicar que busquen experiencias más auténticas, en contacto directo con el entorno natural, y el deseo de explorar lugares remotos o poco convencionales. Además, el camping libre puede ser una alternativa más económica y flexible para aquellos con presupuestos más ajustados.

Las zonas de camping (13,8%), los hostales (12,4%) y los hoteles (12%) son opciones que ofrecen diferentes comodidades y niveles de contacto con la naturaleza y otros viajeros. El porcentaje de personas que optan por dormir en hamacas (12,4%) indica una preferencia por una experiencia más ligera y versátil, mientras que aquellos que se alojan en casas de familia (3,9%) pueden buscar una experiencia más local e íntima su viaje.

A continuación algunas recomendaciones para la promoción de cada tipo de alojamiento:

- ✓ **Camping libre:** Organizar eventos o actividades especiales de camping durante el FNB 2022, donde los cicloviajeros puedan compartir sus experiencias y conocimientos sobre acampar en la naturaleza.
- ✓ **Zonas de camping:** Ofrecer descuentos o incentivos especiales para los participantes del FNB 2022 que elijan alojarse en zonas de camping, para fomentar esta opción y hacerla más atractiva.
- ✓ **Hostales:** Establecer alianzas con hostales ciclistas o alojamientos que ofrezcan servicios específicos para cicloturistas, como estacionamiento seguro para bicicletas y talleres de reparación.

***Presupuesto diario:*** La mitad de los encuestados destinan entre 10 mil y 30 mil pesos diarios para sus viajes en bicicleta. Esto refleja una diversidad en los recursos financieros de los cicloviajeros, ya que algunos prefieren realizar viajes más económicos mientras que otros tienen la capacidad de invertir más en sus experiencias. Así lo explica el autor Vega y Vivas, (2007) “Busca buena relación calidad-precio: El turista actual se mueve menos por símbolos de prestigio, aunque el viaje en sí mismo sea uno de ellos, y selecciona la calidad y el precio de los servicios que va a recibir” (p. 685). Un 31% invierte entre 40 mil y 60 mil pesos diarios, lo que indica una disposición a gastar más en actividades y comodidades adicionales durante el viaje.

***Pretensiones hacia la comunidad que encuentran en sus viajes:*** Se destaca que un 31% de los asistentes al FNB 2022 busca posicionar un nuevo destino turístico, lo cual indica su interés por contribuir al desarrollo de lugares menos conocidos y promover el turismo sostenible. Contribuyendo con esto a la “estimulación del desarrollo económico y social de las zonas rurales al dotarlas de una fuente alternativa de ingresos” (Moral, 2016, p. 5).

Otros objetivos importantes incluyen la reducción de CO2 (26%), el impulso del turismo interno (21%) y el desarrollo económico en zonas rurales (20%). Estas motivaciones demuestran “un movimiento conservatorio dentro de la actividad turística, que preserva el entorno y el bienestar de las comunidades receptoras” (Moreno, M. 2011, p. 146), además de una conciencia social y una mentalidad de viaje responsable por parte de los cicloviajeros.

***Beneficios personales al viajar:*** El beneficio más resaltado por los encuestados es el tiempo libre, con un 41% que lo considera como un beneficio importante al viajar en bicicleta. Esto sugiere que los cicloviajeros valoran la libertad y la posibilidad de escapar de la rutina diaria. En palabras del autor Flores Sédek, (1974),

“Es la razón que asiste a la persona para huir de la ciudad. Es el mismo deseo de aventura que existe en el fondo de lo humano, para escapar a la rutina del trabajo. Es el ejercicio y apoderamiento del ocio. Es, en fin, el "cambio de aires" que deseamos todos” (p. 103).

Otros beneficios mencionados incluyen espacios de ocio, el descubrimiento del territorio y la sensación de libertad, lo que indica una búsqueda de experiencias enriquecedoras y una conexión más profunda con el entorno.

### ***Análisis de resultados de las 11 entrevistas a profundidad:***

El siguiente apartado consiste en el análisis general de las entrevistas de acuerdo a la teoría de Revella con los cinco anillos de perspectiva de compra que se utilizaron en este estudio:

**Iniciativa Prioritaria (PI):** las motivaciones para realizar viajes en bicicleta que se pueden extraer de las entrevistas incluyen la búsqueda de cambio, escape de la rutina, realización personal, exploración, diversión, superación de desafíos personales y la inspiración en experiencias pasadas.

Estas motivaciones reflejan la variedad de razones por las cuales las personas eligen embarcarse en el cicloturismo y explorar Colombia en la bicicleta.

**Factores de Éxito (SF):** los factores de éxito y los beneficios esperados al realizar un viaje en bicicleta incluyen la comodidad, las experiencias significativas, los aprendizajes, el sentimiento de vivir, la libertad, el cumplimiento de metas, la superación personal, los beneficios físicos y psicológicos y el fortalecimiento de los lazos familiares. Estos factores y beneficios reflejan las motivaciones y recompensas que los cicloviajeros buscan al embarcarse en aventuras en bicicleta.

**Barreras Percibidas (PB):** las barreras percibidas que impiden que las personas realicen viajes en bicicleta incluyen preocupaciones sobre la seguridad, barreras físicas y de rendimiento, incertidumbre logística, barreras sociales y de aceptación, así como barreras económicas y de tiempo.

**Conocimiento del Viaje (BJ):** la decisión de convertirse en cicloviajeros se vio influenciada por diferentes factores, como la experiencia de otros viajeros, la motivación familiar, las interacciones sociales, el valor personal y la adquisición de conocimientos a través de la experiencia. Estas influencias y experiencias jugaron un papel importante en la elección de embarcarse en viajes en bicicleta y en el desarrollo de la pasión por el cicloturismo.

**Criterios de Decisión (DC):** los criterios de decisión al realizar un viaje en bicicleta incluyen el uso del tiempo libre, la preparación de la bicicleta, la interacción con otros viajeros, el bienestar y los valores personales, la influencia de la pareja y la pertenencia a una comunidad de cicloviajeros. Estos factores desempeñan un papel importante en la elección de embarcarse en aventuras en bicicleta y en el desarrollo de un estilo de vida acorde con las preferencias y valores individuales.

Una vez recopilada la información y analizadas las diferentes variables en esta investigación, se evidencia la existencia de un segmento de mercado de cicloviajeros que comparten características y motivaciones similares.

Estos cicloviajeros buscan experiencias significativas que les permitan escapar de la rutina y del sistema convencional. Su motivación principal radica en la búsqueda de libertad, tanto física como mental, a través de los viajes en bicicleta. Tal como se explicó en el marco teórico del presente trabajo, hablando de las motivaciones a partir de Maslow (2013).

La motivación del ser se relaciona con el gozo y la satisfacción en el presente, o bien, con el deseo de buscar metas con valoraciones positivas (motivación del crecimiento o metamotivación). Por otra parte, la motivación de la deficiencia comprende la necesidad de cambiar las cosas debido a un sentimiento de insatisfacción o frustración). (p. 472).

Además, valoran la oportunidad de aprender nuevas habilidades y conocimientos, así como de aprovechar al máximo su tiempo libre. Los entrevistados resaltaron lo valioso de viajar en bicicleta por todos los aprendizajes que adquieren al interactuar con otras culturas y conocer gente nueva “entre más personas tu conozcas más aprendizajes adquieres” (participante N° 1), “tener contacto con las personas y experiencias en mil situaciones” (participante N° 3), “absorbes un montón de cosas y simplemente desechadas lo que no quieres y adquieres lo que te gusta y ya lo aprendes” (participante N° 1), “es como si tú te leyeras una biblioteca” (participante N° 2), la autora Moral, (2016, p. 5) lo describe como el “fomento del conocimiento y contacto con el patrimonio histórico, cultural y gastronómico presente en las rutas por las que discurre el cicloturista”.

Es interesante observar cómo los cicloviajeros entrevistados se enfrentaron a las limitaciones sociales y mentales, superando el temor al juicio de los demás y la sensación de no encajar en el molde convencional, “hay muchos temores, muchas limitaciones que le han impuesto la sociedad y la

misma familia de que no se puede” (participante N° 9), “finalmente yo pensé voy a arriesgarme, voy a darme la oportunidad de probar, es algo que siempre he querido, que siempre he soñado” (participante N° 9), "yo quería hacer otras cosas, yo quería convertirme en artista"(participante N° 1). Esta actitud refleja un proceso de autorrealización, según lo descrito por Abraham Maslow en su teoría de la jerarquía de necesidades.

Maslow sostiene que la autorrealización es el nivel más alto de desarrollo humano, en el cual una persona busca alcanzar su máximo potencial y convertirse en la mejor versión de sí misma. Sin embargo, de acuerdo con Maslow, (2016, p. 476) “El proceso de autorrealización puede verse limitado por (...) 2. La influencia social y la presión del grupo, los cuales suelen actuar contra la voluntad y el gusto”.

En el caso de los cicloviajeros, su decisión de salir de la zona de confort y emprender viajes en bicicleta puede desafiar las normas sociales convencionales. Pueden enfrentar juicios o críticas por alejarse de la rutina tradicional y buscar experiencias significativas fuera del sistema establecido.

No obstante, los cicloviajeros entrevistados han logrado superar esas barreras y perseguir sus pasiones y deseos personales. Ha sido más fuerte su motivación interna para seguir adelante, a pesar de las limitaciones sociales y mentales que podrían haberles afectado, “Uno de los motivos por los que viajo en bicicleta de carga es para demostrar que uno puede llegar a donde uno se propone con cualquier peso o dimensión uno puede lograrlo” (participante N° 6),

En este sentido, el cicloturismo y eventos como el FNB pueden desempeñar un papel importante al proporcionar un espacio de apoyo y comunidad para los cicloviajeros. Este evento reúne a personas con intereses similares, creando una red de apoyo donde los participantes se sienten comprendidos y alentados en su búsqueda de la autorrealización.

El FNB 2022, como el evento al que asistieron en el municipio de Fusagasugá, se convierte en un factor motivador para estos cicloviajeros, ya que les brinda la oportunidad de salir de su zona

de confort y conectarse con una comunidad de apoyo. El encuentro les permite compartir experiencias, obtener información y consejos de otros cicloviajeros más experimentados, y fortalecer su compromiso con el cicloturismo y el cuidado del ambiente, convirtiéndose así en otra motivación y beneficio del cicloturismo y del FNB, “la motivación fue el FNB, el hecho de que fueran tantos colectivos, tanta gente de Bogotá, de otras ciudades, conocer gente que solo conocía por Internet, compartir este tipo de experiencias” (participante N° 3), “quiero conocer mi país, pero hacerlo de una forma consciente, no alimentando esa gran maquinaria de transporte y contaminación, quiero transportarme, viajar de forma consciente” (participante N° 7), “he asistido a varios certámenes como el FNB 2015 Medellín, y eso me abrió muchas nuevas posibilidades y formas de concebir el transporte a nivel nacional” (participante N° 11), como lo resalta el autor Sedek (1974)

Solo así, estimada la persona y el grupo en sus características y reacciones psicológicas y sociales, se nos abre el horizonte de las motivaciones que los impulsa, para supeditarlas restrictivamente al interesante tema propuesto, como lo son las motivaciones turísticas (p.95)

Finalmente, los cicloviajeros entrevistados han desafiado las limitaciones sociales y mentales, superando el temor al juicio y la presión del grupo en su búsqueda de la autorrealización. Su participación en el cicloturismo y eventos relacionados muestra su valentía y determinación para seguir su propio camino y vivir experiencias significativas fuera de la norma establecida. “me cansé de estar produciendo a otra persona, dándole mi tiempo y mi energía” (participante N° 6), “es una oportunidad de saber yo donde estoy, para donde quiero ir y en ese camino que nuevo puedo descubrir” (participante N° 7), “así que el viaje fue pensar en todo, pensar en mí, pensar en mi hijo” (participante N° 9), “el vivir esa experiencia, por ahí empieza la vida eterna, es único, es vivir” (participante N° 2), “te hace sentirlo más a flor de piel, sentir más el calor de la gente por donde tu estas pasando, conocer los paisajes más de cerca, los climas, la comida” (participante N° 3).

Finalmente, y dando respuesta al objetivo general del presente trabajo, se presenta el perfil de los cicloviajeros que asistieron al FNB 2022.

**Perfil de los cicloviajeros asistentes al FNB 2022**



Genero	→	Predomina Masculino.
Edad	→	25 y 35 años.
Ocupación	→	Autonomos e independientes.
Estado civil	→	Soltero.
Intereses	→	Experimentar la libertad y autonomía del cicloturismo
Personalidad	→	Sociables, resilientes, valoran la conexión y experiencias compartidas.
Metas	→	Inspira a otros a adoptar el cicloturismo como una forma de viajar consciente y sostenible.
Retos	→	Lidiar con limitaciones sociales y la falta de aceptación de otras formas de viajar.

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL  
Innovadora de educadores

## **Conclusiones**

Basados en las entrevistas se identificó la necesidad de formación en temas como mecánica básica, planeación de ruta, adecuación de bicicletas y preparación física para enfrentar los retos de los viajes en bicicleta. Los cicloviajeros más experimentados reconocen la importancia de la formación y valoran el encuentro anual del FNB como un espacio de aprendizaje y socialización.

Se destacó la falta de infraestructura, información y atención hacia las necesidades de los cicloviajeros como una problemática y debilidad en este segmento de mercado. Es necesario que se preste más atención a este nicho y se generen espacios de formación, seguridad vial y socialización para la comunidad de cicloviajeros.

También, se resalta los pocos estudios respecto al perfil de los cicloviajeros en Colombia, es un nicho de mercado poco estudiado y que cada día crece más, por lo que se hace necesario seguir ampliando las investigaciones sobre el cicloturismo y los cicloviajeros.

La investigación ha aportado nueva información sobre el perfil de los cicloviajeros y ha establecido una línea base para futuros estudios en el crecimiento del cicloturismo en Colombia. Se reconoce que este es un paso inicial en el amplio campo del turismo y el cicloturismo, pero se espera que el cambio de mentalidad y la conciencia de las nuevas generaciones abran oportunidades de desarrollo y que el sector de la educación pueda aportar a estas demandas.

En conclusión, el estudio ha contribuido a comprender mejor a los cicloviajeros, sus motivaciones y necesidades, y busca impulsar el crecimiento y desarrollo del cicloturismo en Colombia.

## Recomendaciones

Se recomienda:

- Ampliar los estudios respecto a este nicho de mercado en Colombia.
- Mejorar la seguridad en las rutas: Promover la conciencia vial y trabajar en conjunto con autoridades locales para mejorar la infraestructura ciclista y la señalización en las rutas.
- Educación y entrenamiento: Brindar programas de capacitación y entrenamiento en mecánica de bicicletas, habilidades de navegación y primeros auxilios para cicloviajeros, con el fin de aumentar la confianza y la autonomía de los viajeros.
- Promoción del cicloturismo: Realizar campañas de promoción para difundir los beneficios del cicloturismo, como su impacto positivo en el medio ambiente, la salud y el desarrollo local. Además, destacar la diversidad de destinos y experiencias que se pueden disfrutar en bicicleta.
- Desarrollo de redes de apoyo: Facilitar la creación de comunidades y grupos de cicloviajeros donde los viajeros puedan compartir información, consejos y experiencias, y brindarse apoyo mutuo durante sus viajes.

## Referencias

- Aragón Mladovich, R. A. (2022). *El turista en bicicleta: contribución de su perfil y motivaciones en la promoción del Turismo Rural en la región de las Altas Montañas de Veracruz de Ignacio de La Llave, México*. (Doctoral dissertation):  
<http://colposdigital.colpos.mx:8080/xmlui/handle/10521/4844>
- Arteaga, D. C., et al. (2022). *Motivaciones de los viajeros urbanos para adquirir experiencias turísticas multiculturales*. Tesis de especialización, Universidad EAN:  
<http://hdl.handle.net/10882/11865>.
- Azuero Azuero, Á. E. (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8), 110-127. Obtenido de  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7062667>
- Betancurt Ocampo, Z. y Higuera Negrette, R. A. (2019). Motivaciones de viaje del turista que visita Medellín. *Ágora*, 6(7), 18-38. <https://ojs.tdea.edu.co/index.php/agora/article/view/558>
- BiciRed. (s.f.). *Foro Nacional de la Bicicleta*. <http://www.biciredcolombia.org/p/foro-nacional-de-la-bicicleta.html#:~:text=El%20Foro%20Nacional%20de%20la,encaminadas%20a%20humanizar%20la%20movilidad>
- Camargo Bustamante W. J. y Lasso Cardenas J. Y. (2021). *Perfil del consumidor de turismo de naturaleza en la Sabana de Bogotá*. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca:  
<https://repositorio.unicolmayor.edu.co/handle/unicolmayor/5587>

CCB. (2005). *Plan Económico para la Competitividad de Fusagasugá*. Obtenido de Camara de Comercio de Bogotá:

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/server/api/core/bitstreams/bba5d29b-1068-423c-b559-4b5031d43e08/content>

Chocontá Leiva, D. N. (2022). *Análisis de las motivaciones turísticas culturales de la localidad de Ciudad Bolívar*. Universidad Pedagógica Nacional:

<http://repository.pedagogica.edu.co/handle/20.500.12209/18222>

Ciribeli, J. P., y Miquelito, S. (2015). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 19(1), 33-50.

<https://drive.google.com/drive/search?q=ciribeli>

Cundinamarca. (2019). *maps.cundinamarca.gov.co*.

<https://maps.cundinamarca.gov.co/agpprod/home/item.html?id=af43d8f759bf47188765a9aa747e5069>

Diaz Velasco, A. y Rodriguez Cortes A. B. (2014). La Recreación y el Turismo, una propuesta de formación de la Universidad Pedagógica Nacional. *Lúdica pedagógica*(19), 137-149.

doi:<https://doi.org/10.17227/01214128.19ludica137.149>

Española, R. A. (s.f). *RAE*. <https://dle.rae.es/motivaci%C3%B3n>

Flores Sedek. M. (1974). Las motivaciones turísticas. *Estudios turísticos*(43), 91-114. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2210006>

FNB. (2022). *Foro Nacional de la Bicicleta - Colombia Facebook*.

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=1361014727658623&set=a.244049879355119>

Fusagasugá. (2022). *Mi Municipio*. Presentación:

<https://www.fusagasuga.gov.co/tema/municipio/presentacion-619486>

Garay Croce, D. S. y Ferrey, E. (2014). *Cicloturismo: un abordaje desde el concepto estrategia de viaje*. Universidad de la Plata: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/35352>

González, A. M. (2017). *Más de mil ciclistas llegaron a Villavicencio para foro de la bici*. El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/bogota/foro-nacional-de-la-bicicleta-en-villavicencio-2017-116460>

Hernández Sampieri, R. F. (2003). *Metodología de la Investigación (6th ed.)*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Jordi, M. (2017). Estudio de percepciones sobre la salud en usuarios de la bicicleta como medio de transporte. *SciELO*, 13(2). doi:ISSN 1851-8265

M. Moscoso, T. van Laake, L. Quiñoes, C. Pardo, D. Hidalgo Eds. (2019). *Transporte urbano sostenible en América Latina evaluaciones y recomendaciones para políticas de movili-*. Despacio: Bogotá, Colombia.: <https://www.despacio.org/wp-content/uploads/2020/02/SUTLac-ESP-05022020-web.pdf>

MAPA. (s.f.). *Segmentación de Mercados*. Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación: [https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/fondo/pdf/5269\\_39.pdf](https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/fondo/pdf/5269_39.pdf)

Marín Hernández, J. J., y Viales Hurtado, R. (2012). Red de revistas científicas de Acceso Abierto no comercial propiedad de la academia. *Diálogos Revista Electrónica de Historia*, 4-40. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43924620001>

Maslow, A. (s.f.). *universidad rafael landívar*. <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2013/teo-per/14.pdf>

MINCIT. (2012). *Política de Turismo de Naturaleza*.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza.pdf.aspx>

MINCIT. (2015). *Normativa aplicable al Turismo de Aventura y a las entidades competentes de los niveles nacional, departamental, distrital y municipal de Colombia*. Obtenido de

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=0e181061-d810-462f-965f-ce9d1a0ec357>

MINCIT. (2020). *Política de Turismo Sostenible*. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>

Mionel V., y Mionel, O. (2016). Cycle tourism in olt county, Romania. (Re) discovering potential of history and geography for tourism. *Amfiteatru Economic Journal*, 18(10), 913-928. Obtenido de <https://www.econstor.eu/handle/10419/169045>

Mogollón Pérez, V. y Quintero Orbegoso C. H. (2019). *Estudio del perfil de usuario de bicicleta de la universidad de la Salle sede Chapinero en Bogotá para la construcción de futuras estrategias comerciales de la empresa Biciclopolis S.A.S*. Universidad de la Salle: [https://ciencia.lasalle.edu.co/maest\\_administracion/501/](https://ciencia.lasalle.edu.co/maest_administracion/501/)

Moral-Moral, M. (2016). El desarrollo del Cicloturismo como una modalidad turística. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 9(21).  
doi:<http://www.eumed.net/rev/turydes/21/cicloturismo.html>

Moreno Ramirez, M. A y Rodriuez Gomez, S. E. (2020). *Universidad Piloto de Colombia Seccional del Aalto Magdalena*. Obtenido de

<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9273/AN%C3%81LISIS%20DEL%20DESARROLLO%20DEL%20TURISMO%20DE%20AVENTURA%20COMO%20PRODUCTO%20TUR%3%8DSTICO%20EN%20LOS%20MUNICIPIOS%20DE%20ORICAURTE%2C%20GIRARDOT%20Y%20FLANDES.pdf?sequence=1&is>

Movilidad, S. d. (2020). *Manual del Buen Ciclista*. Secretaria Distrital de Movilidad (3 rd ed.):

[https://www.movilidadbogota.gov.co/web/sites/default/files/Paginas/05-10-2020/manual\\_del\\_buen\\_ciclista.pdf](https://www.movilidadbogota.gov.co/web/sites/default/files/Paginas/05-10-2020/manual_del_buen_ciclista.pdf)

Ochoa, F. A. y Betancourt D. M. (2017). *Tejiendo el Territorio Lineamientos para la construcción del turismo local*. doi:ISBN: 9789587725995

OMT. (2023). *Turismo Sostenible*. UNMWTO: <https://sdgs.un.org/es/topics/sustainable-tourism#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20del%20Turismo,y%20de%20las%20comunidades%20anfitrionas%E2%80%9D>

Piedrahita, C. G. (2022). *Cultura ciclettera como impulso de la actividad turística en el municipio de La Ceja*. Universidad de Antioquia:

[https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/29161/5/GonzalezCarolina\\_2022\\_CulturaBicletteraLaCeja.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/29161/5/GonzalezCarolina_2022_CulturaBicletteraLaCeja.pdf)

Popayán, A. d. (2018). *Popayán se prepara para el Foro Nacional de la Bicicleta 2018*.

<https://www.popayan.gov.co/SecretariasyEntidades/sectransito/SaladePrensa//Paginas/Popayan-se-prepara-para-el-Foro-Nacional-de-la-Bicicleta-2018.aspx#gsc.tab=0>

Quispe Huamaní, J. R., y Mendoza Alavarez, S. (2017). *Estrategias para identificar el perfil del turista colombiano, que pueda acceder al turismo experiencial en la ciudad de Lima*.

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú.:

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622923/Quispe\\_hj.pdf?sequence=2](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622923/Quispe_hj.pdf?sequence=2)

Ramírez, G. (2016). *Travesía Ibagué, con destino al Foro Nacional de la Bicicleta*. Revista Gente de Cabecera: <https://www.gentedecabecera.com/2016/08/travesia-ibague-con-destino-al-foro-nacional-de-la-bicicleta/>

RCxB. (2016). *El cicloturismo y las vías verdes como ejemplo de turismo sostenible*. Obtenido de <https://www.ciudadesporlabicicleta.org/wp-content/uploads/2018/12/RCxB-Cicloturismo-un-activo-para-ciudades-pueblos-y-territorios.pdf>

Revella, A. (2015). *Buyer Persona*. Obtenido de <https://www.buyerpersona.com/wp-content/uploads/2015/02/BuyerPersonas-SneakPeek.pdf>

Reyes Velazco, M. (2021). *Cicloturismo en la Patagonia andina: turismo y experiencias de viaje. Caso de estudio: Magdalena y La Plata*. Universidad Nacional de la Plata: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/126695>

Serra, M. S. (2016). El cicloturismo y las vías verdes como ejemplo de turismo sostenible. *Revista CIDOB d'afers internacionals*(113). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5822284>

Teixeira Almeida, D. C. y Edra Morela, P. F. (2019). *Cicloturismo: Origen Y Concepto De La Palabra A Partir De Koselleck*. SciELO: <https://periodicos.univali.br/index.php/rtva/article/view/16578>

UNAD. (2022). *El Segundo Coloquio Unadista en Educación a Distancia y Virtual, Calidad Educativa en la UNAD: Trayectorias, pertinencia y prospectiva*. <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/memorias/issue/view/504>

Unicauca. (2018). *www.unicauca.edu.co*. <https://www.unicauca.edu.co/versionP/eventos/foro/foro-nacional-de-la-bicicleta-popay%C3%A1n-2018>

UNWTO. (s.f.). *Glosario de terminos de Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Vega Altamira, R. y Vivas Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento. *Anuario jurídico y económico escurialense*,(40), 677-710. doi:ISSN: 1133-3677

## Anexos

### Anexo 1:

#### Resultados por cada una de las entrevistas:

##### *Resultados de entrevista N°1 realizada al Participante 1.*

##### *Interpretación entrevista N°1*

Anillo/Categorías	Extracto de la entrevista textual	Interpretación/título clave
PI: Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades	"Estaba deprimida de la universidad, estaba muy aburrida, estaba a punto de desertar de la universidad"  "yo quería hacer otras cosas, yo quería convertirme en artista"	Saturación por rutina  Realización personal

SF:	“porque cuando uno viaja en bicicleta viaja muy cómodo”	Comodidad
Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	“es otra forma de viajar, otra forma de sentirse, otra forma de conocer gente, otro tipo de gente”	Experiencias significativas
PB: Percepciones sociales, incidencia de su entorno en sus decisiones, reconocimiento, rutina.	“porque cambia sus hábitos”	Nuevo aprendizaje
	“me sentía incapaz de nada de eso, me bloqueaba completamente, yo no puedo hacer eso, yo no soy deportista”	Poco estado físico
	“tenemos poquito tiempo”	Falta de tiempo
	“he tenido momentos de vulneración, un poco temerosa de los hombres en la vía, a la violencia de otra persona hacia mí”	Miedo
BJ: Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	“conocí amigos de la facultad educación física, ellos me cambiaron la vida, socialmente y políticamente porque hay me sumergí y entendí un montón de cosas que estaban sucediendo en ese momento en el país y aparte de todo, vivían en el sur de la ciudad y andaban en bicicleta”	La asociación con deportistas
DC: Personas, lugares o fuentes de motivación para tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.	“una bicicleta bien adaptada”	Seguridad
	“salía únicamente en mis temporadas vacacionales a viajar en bicicleta”	Uso del tiempo libre
	“absorbes un montón de cosas y simplemente desechadas lo que no quieres y adquieres lo que te gusta y ya lo aprendes”	Aprendizaje

---

Fuente. Elaboración propia con datos recolectados por la entrevistada

***Resultados de entrevista N°2 realizada al Participante 2.***

*Interpretación entrevista N°2*

---

Anillo/Categorías	Extracto de la entrevista textual	Interpretación/título clave
-------------------	-----------------------------------	-----------------------------

---

PI: Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades	“yo quería saltar, sonreír, utilizar ropa loca, ser diferente y en ese proceso estoy, violinista muy vanguardista”	Realización personal
	“amo la bicicleta ella que me permite estar libre, el mantenimiento es más fácil”	libertad
SF: Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	“el vivir esa experiencia, por ahí empieza la vida eterna, es único, es vivir”	Experiencias significativas
	“es como si tú te leyeras una biblioteca”	Nuevo aprendizaje
PB: Percepciones sociales, incidencia de su entorno en sus decisiones, reconocimiento, rutina.	“llegarme a enfermar porque yo sufro del azúcar”	Miedo
BJ: Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	“de la experiencia de lo que me contaba mi papá y de los pocos videos que veía”	La asociación con la familia y el internet
DC: Personas, lugares o fuentes de motivación para tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.	“un documentalista que viajaba con su camarita por todo el mundo, yo pensaba que chévere yo quiero ser como él”	Sueños sin cumplir
	“yo salgo siempre y el plan es que no hay plan, nunca coloco fechas, dejo que todo se dé”	Uso del tiempo libre

Fuente. Elaboración propia con datos recolectados por el entrevistado

### ***Resultados de entrevista N°3 realizada al Participante 3.***

#### *Interpretación entrevista N°3*

<b>Anillo/Categorías</b>	<b>Extracto de la entrevista textual</b>	<b>Interpretación/título clave</b>
	“me encanta el ciclo viaje, ahí viene ese gusto por el viaje por estar explorando”	Nuevo Aprendizaje

PI: Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades	“la facilidad de ser uno autónomo, poder para en el momento que yo quiera, y poder meterme por el camino que yo quiera”	Libertad
	“tener contacto con las personas y experiencias en mil situaciones”	Experiencias significativas
	“la experiencia y el contacto con las demás personas, la experiencia con el lugar con la naturaleza”	Experiencias significativas
SF: Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	“te hace sentirlo más a flor de piel, sentir más el calor de la gente por donde tu estas pasando, conocer los paisajes más de cerca, los climas, la comida”	Experiencias significativas
	“conocer y tener experiencias en el territorio, conocer costumbres de la gente”	Nuevo Aprendizaje
PB: Percepciones sociales, incidencia de su entorno en sus decisiones, reconocimiento, rutina.	“fue difícil físicamente, porque yo no tenía la experiencia de subir loma y menos con peso”	Poco estado físico
	“miedo físico, miedo espiritual, miedo emocional, miedo a lo desconocido”	Miedo
	“sí me varo como voy a solucionar, si yo no sé nada de mecánica, si yo no tengo mucha herramienta”	Falta de saber la mecánica de la bicicleta
	“mi mayor miedo es un accidente con un carro grande, dificultad la mecánica de la Bicicleta, como que no funcione los cambios, que se estalle una llanta”	Miedo
BJ: Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	“la motivación fue el FNB, el hecho de que fueran tantos colectivos, tanta gente de Bogotá, de otras ciudades, conocer gente que solo conocía por Internet, compartir este tipo de experiencias”	Evento FNB, la asociación con comunidades de viajeros.
DC: Personas, lugares o fuentes de motivación para	“Comencé a conocer viajeros en bicicleta y yo decía "wooo como lo hacen, yo también quiero" hasta que un día me decidí”	La asociación con viajeros

---

<p>tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.</p>	<p>“usaba la bici como medio de transporte y me encantaba esa sensación, ese viento en la cara, esa sensación de poder parar al momento que quisiera o donde quisiera o poder desviarme del camino porque sí, porque yo quería, esa sensación de autonomía y libertad me encantaba”</p>	<p>Uso del tiempo libre y libertad</p>
	<p>“un día llegó una chica mexicana a mi casa y ya tenía toda la bici, las maletas y dije si vamos y empecé mi primer viaje en plena pandemia”</p>	<p>Viajera experimentada</p>

Fuente. Elaboración propia con datos recolectados por la entrevistada

#### ***Resultados de entrevista N°4 realizada al Participante 4.***

##### *Interpretación entrevista N°4*

<b>Anillo/Categorías</b>	<b>Extracto de la entrevista textual</b>	<b>Interpretación/título clave</b>
PI: Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades	“nos divertía el trayecto” “esa sensación de salir mirar, conocer, sentir, palpar fue lo que siempre me inspiro”	Diversión Experiencias significativas
SF: Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	“porque cada vez que monto siento una alegría interna que me hace sentir niño, me gusta ese comportamiento me hace libre, feliz, uno tiene la mente ocupada en la felicidad que me genera la bicicleta”	Experiencias significativas
PB: Percepciones sociales, incidencia de su entorno en sus decisiones,	“mi mayor temor es mojarme porque soy asmático, que se descontrole el asma” “saber dónde voy a dormir la primera noche porque no sé dónde me voy a cansar”	Miedo a enfermarse Miedo a lo desconocido
reconocimiento, rutina.	“miedo a creer que lo que voy a hacer está bien”	Miedo

BJ: Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	“siempre quise viajar, pero no sabía en qué, no sabía cómo, sólo tenía en mente que un día iba a viajar como mi padre a conocer sitios y lugares <sup>2</sup> ”	Su familia, el ejemplo de ver viajar a su padre
DC: Personas, lugares o fuentes de motivación para tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.	“la preferencia real es mostrar al mundo que uno puede ir en bicicleta a cualquier lado”	Salir del sistema

---

Fuente. Elaboración propia con datos recolectados por el entrevistado

### ***Resultados de entrevista N°5 realizada al Participante 5.***

#### *Interpretación entrevista N°5*

<b>Anillo/Categorías</b>	<b>Extracto de la entrevista textual</b>	<b>Interpretación/título clave</b>
PI: Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades	“falta de recursos económicos para movilizarme en la ciudad”	Economía
SF: Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	“vida ligera, adquirir la mayor cantidad de experiencias en el entorno que se habita”	Experiencias significativas
PB: Percepciones sociales, incidencia de su entorno en sus decisiones, reconocimiento, rutina.	“quedarme solo y perderme”	La soledad, el miedo
BJ: Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	“lo inspira a uno a ver la vida ligera”	Vivir si preocupación

---

DC: Personas, lugares o fuentes de motivación para tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.	“la Locomotora, viajes cerca de Bogotá, ellos fueron la motivación que me incito para salir de Bogotá y para hacer los viajes en bicicleta, por la cuestión de recursos económicos porque ellos plantean un ecoturismo en bicicleta, de no depender de mucha economía a pasar salir y visitar y darse esos gustos, esos colectivos como la locomotora son el mayor motivante para emprender esos viajes por el incentivo y el apoyo”	Comunidad de viajeros, la falta de dinero
--	--	---

Fuente. Elaboración propia con datos recolectados por el entrevistado

### ***Resultados de entrevista N°6 realizada a participante 6.***

#### *Interpretación entrevista N°6*

<b>Anillo/Categorías</b>	<b>Extracto de la entrevista textual</b>	<b>Interpretación/título clave</b>
PI: Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades	“me cansé de estar produciendo a otra persona, dándole mi tiempo y mi energía”	Salir del sistema
SF: Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	“uno puede llegar a donde uno se propone”	Sueños por cumplir
PB: Percepciones sociales, incidencia de su entorno en sus decisiones, reconocimiento, rutina.	“no viajan por temas económicos y de tiempo”	Limites sociales
BJ: Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	“Uno de los motivos por los que viajo en bicicleta de carga es para demostrar que uno puede llegar a donde uno se propone con cualquier peso o dimensión uno puede lograrlo”	Crecimiento personal
DC: Personas, lugares o fuentes de motivación para tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.	“la mayoría de los viajes en combo, fundador de la Locomotora en la travesía Bogotá - Santa marta, donde ahí me di cuenta de que hay maneras de viajar por cuenta de uno”	Comunidad viajera

Fuente. Elaboración propia con datos recolectados por el entrevistado

**Resultados de entrevista N°7 realizada al Participante 7.**

*Interpretación entrevista N°7*

<b>Anillo/Categorías</b>	<b>Extracto de la entrevista textual</b>	<b>Interpretación/título clave</b>
PI: Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades	“esas ganas de vivir y sentir ese fuego que las demás personas transmitían con su palabra”	Nuevas experiencias
SF: Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	“que no tuvieron que ahorrar grandes cantidades de dinero para conocer su país” “romper los límites mentales”	Economía Crecimiento personal
PB: Percepciones sociales, incidencia de su entorno en sus decisiones, reconocimiento, rutina.	“aprender a conocer el elemento, que si la bicicleta se pincha” “no me siento capacitado”	No conocer de mecánica Capacidad física
BJ: Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	“personas que estaban enamorados de las montañas, las riberas, los ríos, de los lagos que me motivaron a viajar en bicicleta” “es una oportunidad de saber yo donde estoy, para donde quiero ir y en ese camino que nuevo puedo descubrir”	Escuchar las experiencias de otros viajeros, el paisaje Crecimiento personal
DC: Personas, lugares o fuentes de motivación para tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.	“quiero conocer mi país, pero hacerlo de una forma consciente, no alimentando esa gran maquinaria de transporte y contaminación” “quiero transportarme, viajar de forma consciente” “Porque no es solo montar en bicicleta es reconocerse y hacerse parte de esto y de cómo lo voy a cuidar también, es una responsabilidad social,	Conciencia ambiental Conciencia ambiental

Fuente. Elaboración propia con datos recolectados por el entrevistado

**Resultados de entrevista N°8 realizada al Participante 8.**

*Interpretación entrevista N°8*

<b>Anillo/Categorías</b>	<b>Extracto de la entrevista textual</b>	<b>Interpretación/título clave</b>
PI: Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades	“las ganas de vivir, luego de un coma tengo que vivir como sea”	Superación de una enfermedad
SF: Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	“libertad total, porque no se paga, amor, alegría, conocimientos, terapia psicología, física”	Libertad y nuevos aprendizajes
PB: Percepciones sociales, incidencia de su entorno en sus decisiones, reconocimiento, rutina.	“el primer día pensé que no iba a poder pedalear”	Capacidad física
BJ: Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	“a donde voy a llegar, donde voy a dormir, voy a estar segura donde voy a llegar”	Miedo
DC: Personas, lugares o fuentes de motivación para tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.	“al ver que, si se puede, pues motiva a seguir. Al igual que el ánimo de mis familiares y amigos cuando me decían que si podía hacerlo”	Asociación con familiares y amigos. Creencia en si misma
	“con la Locomotora ellos me dicen que se lleva, que necesito, y fue con ellos que hice mi primer viaje Bogotá - Santa Marta”	Comunidad de cicloviajeros

Fuente. Elaboración propia con datos recolectados por la entrevistada

### ***Resultados de entrevista N°9 realizada al Participante 9.***

#### *Interpretación entrevista N°9*

<b>Anillo/Categorías</b>	<b>Extracto de la entrevista textual</b>	<b>Interpretación/título clave</b>
PI: Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades	“así que el viaje fue pensar en todo, pensar en mí, pensar en mi hijo”	Sueños por cumplir
SF: Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	“disfrutar, se ha fortalecido la relación como pareja y como familia”	Beneficio familiar
	“nunca habíamos pedaleado con peso, no salíamos a pedalear en grupo”	Capacidad física

PB: Percepciones sociales, incidencia de su entorno en sus decisiones, reconocimiento, rutina.	“hay muchos temores, muchas limitaciones que le han impuesto la sociedad y la misma familia de que no se puede”	Miedo, enfrentar los paradigmas sociales y mentales
BJ: Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	“entonces básicamente era programarse, el itinerario, de donde hasta donde, cuantos km, que hay en el medio, hay casas o no hay”  “finalmente yo pensé voy a arriesgarme, voy a darme la oportunidad de probar, es algo que siempre he querido, que siempre he soñado”	Nuevos aprendizajes  Experiencias significativas
DC: Personas, lugares o fuentes de motivación para tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.	“empezamos a mirar por Internet, sebas busco muchísimo, la verdad me convenció, me empujó mucho a que saliéramos con el gordo”	Su pareja e internet

---

Fuente. Elaboración propia con datos recolectados por la entrevistada

### ***Resultados de entrevista N°10 realizada al Participante 10.***

#### *Interpretación entrevista N°10*

<b>Anillo/Categorías</b>	<b>Extracto de la entrevista textual</b>	<b>Interpretación/título clave</b>
PI: Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades	“me aburrí del sistema, me cansé”  “yo prefiero disfrutar mi vida que regalárselo a alguien más, o a un sistema”	Salir del sistema  Libertad
SF: Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	“vi que estaba buena la idea porque es muy independiente y permitía liberarme del sistema”	Independencia
PB: Percepciones sociales, incidencia de su entorno en sus decisiones, reconocimiento, rutina.	“la inseguridad”	Miedo

BJ: Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	“geográficamente somos el mejor país del mundo, es triste ver lo que pasa”	Oportunidad, Nuevos aprendizajes
DC: Personas, lugares o fuentes de motivación para tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.	“en la Guajira conocí unos argentinos que venían viajando en bicicleta y vi que estaba buena la idea porque es muy independiente, si quieres libertad la bicicleta te da la libertad total, tienes tu transporte, tu casa, tu comida todo”	Viajeros extranjeros

Fuente. Elaboración propia con datos recolectados por la entrevistada

### ***Resultados de entrevista N°11 realizada al Participante 11.***

#### *Interpretación entrevista N°11*

<b>Anillo/Categorías</b>	<b>Extracto de la entrevista textual</b>	<b>Interpretación/título clave</b>
PI: Motivación inicial, condiciones, emociones, necesidades	“salir corriendo de Bogotá”	Salir del sistema
SF: Conocimiento, nuevas experiencias, logros.	“la bicicleta como una forma de ir lejos, es la extensión de mis piernas, es la autonomía de poderse desplazar” “nos hace libres la bicicleta”	Libertad Libertad
PB: Percepciones sociales, incidencia de su entorno en sus decisiones, reconocimiento, rutina.	“me ha llevado a conocer otros territorios” “es tener precaución, ese sentido común” “los apegos, miedo de salir de la comodidad” “miedo de dejar la estabilidad”	Nuevos aprendizajes Inseguridad, miedo Salir de zona segura Miedo
BJ: Motivación final para emprender un viaje en bicicleta, información previa, fuente de la información.	“sobre todo en la forma de desplazarse sin necesidad de incurrir en un mayor gasto, porque la bicicleta es económica”	Economía

DC: Personas, lugares o fuentes de motivación para tomar la decisión final de viajar en Bicicleta.

“he asistido a varios certámenes como el FNB 2015 Medellín, y eso me abrió muchas nuevas posibilidades y formas de concebir el transporte a nivel nacional”

FBN

---

Fuente. Elaboración propia con datos recolectados por el entrevistado

## **Anexo 2: Guion Entrevista a profundidad realizada a 11 cicloviajeros experimentados.**

- Edad y tu nombre.
- ¿En este momento tiene algún lugar fijo dónde vive?
- ¿En este momento cuál es tu situación laboral?
- ¿Y de qué forma aprende?
- Si nos remitimos a tu núcleo familiar ¿de cuánto se compone?
- ¿Cuál es tu estado civil?
- ¿Qué idioma hablas?
- Si categorizamos este tipo de aprendizaje ¿lo llamaríamos experiencial?
- ¿Cuál es el principal medio de transporte en el que te movilizas?
- ¿Cómo llegas a conocer los lugares donde has llegado?
- ¿Cuál fue la principal motivación que te llevó a viajar y/o subirse a la bicicleta?
- ¿Qué te motivó a hacer el primer viaje?
- Y cuando empieza a viajar en bici ¿cómo investigo?
- ¿Cuál era el mayor miedo?
- Si tuviese acceso a un manual para cicloviajeros ¿qué información crees que es indispensable que debe encontrar?
- ¿Alguna aplicación que recomiendes?

- ¿Cuánto tiempo le dedicas a viajar?
- ¿Tienes alguna preferencia para viajar en Colombia?
- ¿Qué presupuesto diario inviertes en el viaje?
- ¿Cuál es el mayor interés para viajar?
- ¿Cuál es el mayor temor mientras viajas?
- ¿Cómo haces para superarlo?