

MEDICIÓN EVENTO EN
CIUDAD

MEDIA MARATÓN BOGOTÁ 2023

PH: Correcaminos de Colombia



OBSERVATORIO
DE TURISMO DE BOGOTÁ
IDT



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO



OBSERVATORIO
DE TURISMO DE BOGOTÁ
IDT

CLAUDIA NAYIBE LÓPEZ HERNÁNDEZ
Alcaldesa Mayor de Bogotá

ALFREDO BATEMAN SERRANO
Secretario De Desarrollo Económico

ANDRÉS CLAVIJO RANGEL
Director General
Instituto Distrital de Turismo

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

YENIFER GÓMEZ LÓPEZ
Investigadores

Contacto

Instituto Distrital de Turismo
www.idt.gov.co
Bogotá D.C. 2023





CONTENIDO

| | | |
|-------|--|----|
| 1. | PRÓLOGO | 3 |
| 2. | INTRODUCCIÓN | 4 |
| 3. | DISEÑO METODOLÓGICO | 6 |
| 3.1 | Objetivos | 6 |
| 3.1.2 | Objetivo General | 6 |
| 3.1.3 | Objetivos Específicos | 6 |
| 3.2 | Metodología | 7 |
| 3.2.1 | Población Objetivo | 7 |
| 3.2.2 | Fecha de recolección | 7 |
| 3.2.3 | Cobertura Geográfica | 7 |
| 3.2.4 | Unidad de Observación | 7 |
| 3.2.5 | Tipo de Investigación | 7 |
| 3.2.6 | Precisión de los resultados | 8 |
| 3.2.7 | Tamaño final | 8 |
| 4. | RESULTADOS | 9 |
| 4.1 | Género de los participantes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 | 9 |
| 4.2 | Edad de los participantes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 | 10 |
| 4.3 | Residentes en Bogotá y NO residentes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 | 10 |
| 4.3.1 | Localidades de los residentes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 | 11 |
| 4.4 | Tipo de corredor al que pertenecían los participantes encuestados en Expomedia de la MMB 2023 14 | |
| 4.5 | Tipo de recorrido realizado por los encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 | 15 |
| 4.5.1 | Categorías a las que pertenecían los participantes encuestados del recorrido 10 K de la MMB 2023 | 15 |
| 4.5.2 | Categorías a las que pertenecían los participantes encuestados del recorrido 21K de la MMB 2023 | 16 |
| 4.6 | Motivos de participación a la MMB de los encuestados en la Expomedia 2023 | 17 |
| 4.7 | Número de versiones que los encuestados han participado en la MMB | 18 |
| 4.8 | Medios por los cuales los encuestados se enteraron de la MMB 2023 | 19 |
| 4.9 | Número de acompañantes a la MMB de los encuestados en la Expomedia 2023 | 20 |





| | |
|---|----|
| 5.0 Percepción de los asistentes encuestados sobre diferentes aspectos de la MMB en la Expomedia 2023 | 21 |
| 5.1 Percepción de los asistentes encuestados sobre Bogotá como ciudad anfitriona de la MMB en la Expomedia 2023 | 23 |
| 5.2 Residencia habitual de los asistentes encuestados NO residentes en Bogotá en Expomedia 2023 | 25 |
| 5.3 Caracterización de turistas y excursionistas encuestados en Expomedia de la MMB 2023 | 26 |
| 5.3.1 Departamentos de origen de los turistas y excursionistas encuestados en Expomedia de la MMB 2023 | 26 |
| 5.3.2 Países de origen de los turistas y excursionistas internacionales encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 | 28 |
| 5.3.3 Asistentes NO residentes encuestados en Expomedia de la MMB 2023 que pernoctaron en la ciudad | 29 |
| 5.3.4 Tipos de alojamiento que los turistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 utilizaron durante su estadía en la ciudad | 31 |
| 5.3.5 Motivos de viaje de los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 | 32 |
| 5.3.6 Otras actividades de interés que los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 realizaron en la ciudad | 33 |
| 5.3.7 Número de acompañantes de viaje de los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 | 34 |
| 6. Conclusiones..... | 35 |





1. PRÓLOGO

La Media Maratón de Bogotá [MMB] es la carrera atlética más importante de Colombia, es el evento atlético de mayor nivel deportivo, técnico y organizativo de Colombia, además de ser uno de los eventos deportivos que más acoge personas en Suramérica. La fundación de la MMB se realizó en el año 2.000 y hasta el año 2.023 se ha llevado a cabo mencionada actividad, a finales de julio o principios de agosto; cabe aclarar que los años 2.020 y 2.021 por las medidas de restricción del COVID-19 la carrera no pudo llevarse a cabo. Los resultados de esta vigésima tercera versión de la MMB, la cual se llevó a cabo el pasado domingo 30 de julio del 2023, fueron los siguientes:

- Asistencia de más de 40.000 atletas de todo el mundo
- Atletas provenientes de países como: Afganistán y Kazajistán, Brasil, Estados Unidos, Venezuela, Costa Rica, México, Panamá, Ecuador, República Dominicana, España, Guatemala, Argentina, Perú, El Salvador, Alemania, Francia, Italia, Países Bajos, Chile, Canadá, Puerto Rico, China, Croacia, Cuba, Honduras, Suiza, Rusia, Uruguay, Inglaterra, Escocia y Gales.

Los ganadores de la MMB 2023:

- **Élite masculina 21K**
 - ✓ Omar Ait Chitachen, Marruecos. **Tiempo:** 1:03'50"
 - ✓ Ezra Tanui, Kenia. **Tiempo:** 1:04'50"
 - ✓ Edwin Soi, Kenia. **Tiempo:** 1:04'55"
 - ✓ Paul Tanui, Kenia. **Tiempo:** 1:05'02"
 - ✓ John Tello, Colombia. **Tiempo:** 1:05'35"
- **Élite Femenino 21K**
 - ✓ Daisy Kimeli, Kenia. **Tiempo:** 1:15'12"
 - ✓ Anchialem Haymanot, Etiopia. **Tiempo:** 1:15'34"
 - ✓ Angie Orjuela, Colombia. **Tiempo:** 1:15'40"
 - ✓ Mary Granja, Ecuador. **Tiempo:** 1:15'46"
 - ✓ Angela Tanui, Kenia. **Tiempo:** 1:16'312"

Portafolio, 30 de julio del 2023





2. INTRODUCCIÓN

La icónica carrera de la Media Maratón Bogotá ya tiene 23 versiones, en el año 2.019 fue designada, por la World Athletics, como la única media maratón en todo el mundo con el sello de calidad “Platino” o “Platinum Label”, posición denominada para las mejores carreras de ruta. Por otro lado, la MMB tiene como objetivo una causa social que motiva a las personas a participar, ya que con el aporte económico en la inscripción de la actividad se contribuye al desarrollo de proyectos sociales, además de beneficiarse más de 10 fundaciones, algunas de ellas son: Sociedad de los sueños, Un Techo para mi país, Colombianitos, Conexión Colombia, Médula Ósea, Operación Sonrisa, United For Colombia, Fides, Fundación Cran, Fundación Soy Doy.

Media Maratón Bogotá, s.f.

Por otra parte, en cuanto a las características de la carrera, es importante mencionar que el origen de correr una media maratón se origina a partir de la prueba de atletismo que consiste en correr 42 km y 195 m, por tanto, una media maratón viene siendo 21.097 kilómetros. Sin embargo, en la MMB la competencia se divide en dos; el recorrido completo de 21 kilómetros [k] y el recorrido recreativo de 10 k con las ramas femeninas y masculinas. Adicionalmente, las categorías para cada recorrido se distribuyen de la siguiente manera: para los 21 k está la “Abierta: 18 a 39 años”, “Veteranos: 40 a 49 años” y “Plus: 50 años o más”. Por otro lado, en cuanto a los 10 k las categorías son: “Menores: 14 a 17 años”, “Juvenil: 18 a 19 años”, “Abierta: 20 a 39 años”, “Veteranos: 40 a 49 años”, “Plus: 50 años o más” y “Silla de ruedas: sin límite de edad”.

Para esta versión N° 23 el recorrido de 21 kilómetros inició en el costado oriental del Parque Simón Bolívar; luego, los participantes corredores transitaron por la calle 53 hasta llegar a la zona del Park Way. Posteriormente, los competidores se dirigieron hacia la carrera 19 hasta la calle 26 para conectar con la carrera séptima, después de obtener esta, los atletas corrieron hasta la calle 72, tomaron por la carrera 15 hasta la calle 92, punto donde inició el retorno al Parque Simón Bolívar por la avenida NQS y la calle 63.

Por otra parte, en cuanto al recorrido recreativo de 10 k de la MMB, tuvo igualmente como punto de partida el costado oriental del Parque Simón Bolívar; donde los corredores transitaron por la calle 53





hacia la carrera 66ª, punto donde hicieron un giro en “U” para volver a tomar la calle 53. Luego, los participantes tomaron por la carrera 60, la calle 44 y la calle 53 hasta la altura de la carrera 27 en donde volvieron a girar en “U” para retornar a la carrera 60 al norte hasta la calle 63.

Media Maratón Bogotá, s.f.

En cuanto a los protagonistas de la MMB 2023, el marroquí Omar Ait Chitachen, de Kenia, se llevó los honores de la edición 23 con un tiempo de una hora, tres minutos y 50 segundos (1:03'50"). Adicionalmente, cabe destacar que el colombiano Jhon Tello obtuvo un tiempo de una hora, cinco minutos y 35 segundos (1:05'35"), ocupando el primer lugar a nivel nacional y el quinto a nivel internacional. Por otro lado, en cuanto a la rama femenina, la keniana Daisy Kimeli con un cronometraje alcanzado de una hora, quince minutos y 12 segundos (1:15'12") obtuvo el primer lugar en la tabla general, y en cuanto a la tabla nacional, la bogotana Angie Orjuela, del Equipo Porvenir, obtuvo un cronometraje de una hora, quince minutos y 40 segundos (1:15'40"), lo cual le permitió obtener el tercer cajón del podio, siendo la mejor colombiana y mejor latina de la Media Maratón de Bogotá.

Cristian León, 31 de julio del 2023, Conexión Capital

Con respecto a lo dicho anteriormente, y teniendo en cuenta que este evento deportivo acoge a corredores y participantes de diferentes países y regiones de Colombia, desde el Observatorio de Turismo y DTI (Destino Turístico Inteligente) de la Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información del Instituto Distrital de Turismo [IDT], con el fin de realizar una caracterización de los asistentes a la MMB 2023, realizó un sondeo preliminar a la actividad, exactamente en los días de Expomedia, donde los participantes asistieron el viernes 28 y 29 de julio del 2023 en uno de los pabellones del Recinto Ferial CORFERIAS para reclamar su kit y visitar los stands deportivos de la misma. Durante la actividad de recolección de información de los corredores participantes, se realizaron encuestas a 274 personas, en el formulario de encuesta se cuestionaron a los abordados sobre su género, edad, lugar de residencia, localidades de los residentes, recorrido que realizarían, categorías, tipos de corredores, motivos de asistencia, residencia habitual de turistas





y excursionistas, enfatizando en este último grupo sobre su lugar de origen, motivaciones de viaje, número de noches, tipo de alojamiento y entre otras.

CONCEPTOS BÁSICOS

Turista (o visitante que pernocta): Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación (Naciones Unidas, 2008).

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

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Objetivos

3.1.2 Objetivo General

Caracterizar a los residentes, excursionistas y turistas participantes de la Media Maratón Bogotá en la Expomedia 2023

3.1.3 Objetivos Específicos

- Identificar el género, edad, lugar de residencia, localidad, departamento y país de origen de los asistentes a la MMB en la Expomedia 2023.
- Indagar sobre la motivación de los participantes encuestados en la Expomedia 2023, el número de acompañantes a la actividad y medios por los cuales se enteraron de la misma.
- Conocer el tipo de recorrido que los participantes encuestados en la Expomedia 2023 iban a realizar en la MMB y la respectiva categoría a la que pertenecían.
- Identificar el tipo de corredor al que correspondían los encuestados en la Expomedia 2023.
- Determinar las motivaciones de viaje a Bogotá de los turistas y excursionistas asistentes a la MMB en la Expomedia 2023.
- Describir comportamientos relacionados con la pernoctación de los turistas asistentes a la MMB en la Expomedia 2023.
- Conocer la percepción de los asistentes encuestados respecto a la MMB 2023 y sobre Bogotá como ciudad anfitriona de la actividad.





3.2 Metodología

3.2.1 Población Objetivo

- Asistentes participantes a la MMB en la Expomedia 2023.

3.2.2 Fecha de recolección

La recolección de información se realizó los días 28 y 29 de julio de 2023 con franjas horarias de 2:00 pm a 6:30 pm.

3.2.3 Cobertura Geográfica

Bogotá D.C.

3.2.4 Unidad de Observación

La unidad informante es toda aquella persona asistente participante a la MMB en la Expomedia 2023

3.2.5 Tipo de Investigación

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

La encuesta se aplicó a 274 individuos con un formulario de 22 preguntas (17 cerradas y 5 abiertas) que indagó sobre las características de los asistentes en cuanto a edad, género, ciudad de residencia, localidad, país de origen, tipo de recorrido a realizar en la MMB, categoría a la que pertenece, tipo de corredor, medios por los cuales se enteraron de la actividad, motivaciones de asistencia y número de acompañantes. Por otro lado, para los excursionistas y turistas: motivaciones de viaje, aspectos relacionados con la pernoctación como tipo de alojamiento, número de noches; y finalmente, se preguntó a residentes y NO residentes sobre la percepción en diferentes aspectos de la MMB 2023 y de Bogotá como ciudad anfitriona.





3.2.6 Precisión de los resultados

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

3.2.7 Tamaño final

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



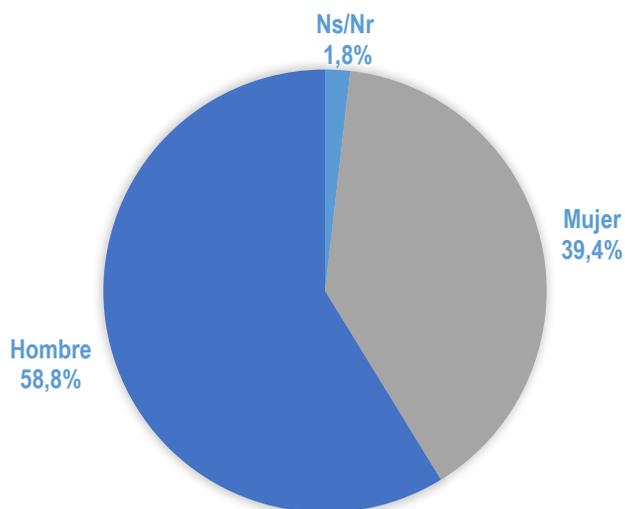


4. RESULTADOS

4.1 Género de los participantes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023

Como se mencionó anteriormente, se realizaron 274 encuestas a participantes a la MMB 2023, del total de encuestados, el 58,8% perteneció al género “Hombre”; en contraparte, el 39,4% se registraron como “Mujer”; y el restante 1,8%, perteneció a personas que se registraron con la opción “No sabe/No responde” para este espacio.

Gráfica 1. Género de los participantes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023



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

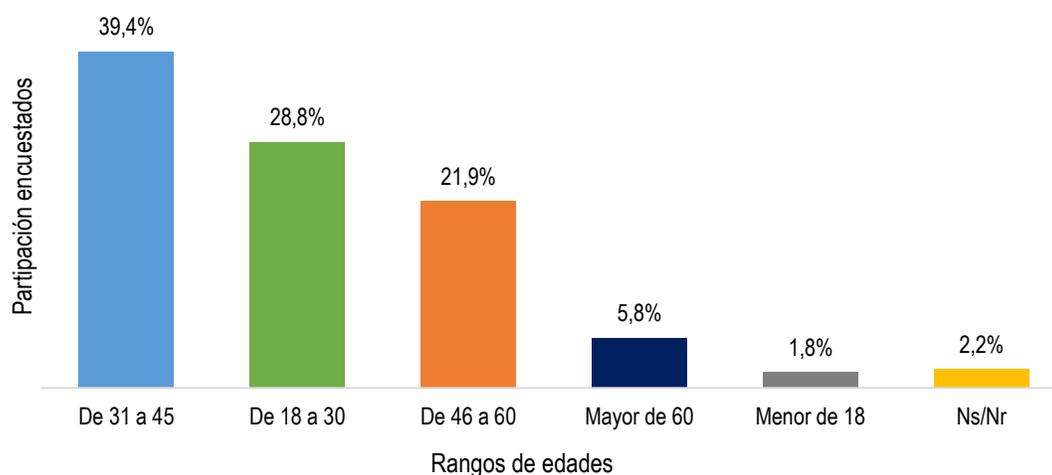




4.2 Edad de los participantes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023

La edad de los asistentes encuestados se ubicó principalmente en el rango “De 31 a 45” años con el 39,4%, seguido por la categoría “De 18 a 30” años con el 28,8% de participación; posteriormente, el rango “De 46 a 60” años con el 21,9% del total de los encuestados; por último, el 5,8% perteneció a las personas que se registraron como “Mayor de 60” años y “Menor de 18” con el 1,8% de contribución. Cabe aclarar que el restante 2,2% se registraron con la opción “No sabe/No responde (Ns/Nr)” para este espacio.

Gráfica 2. Edad de los participantes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023.



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

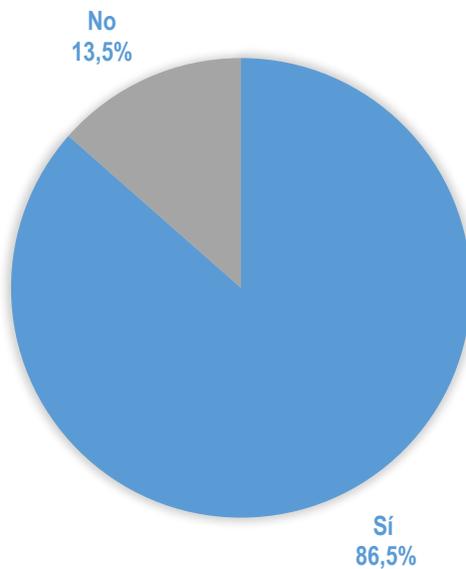
4.3 Residentes en Bogotá y NO residentes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023

De acuerdo a los datos arrojados por los encuestados, el 86,5% de los abordados registraron ser residentes en la ciudad, en contraparte, el 13,5% indicaron NO ser residentes en Bogotá, es decir que, este último grupo de encuestados perteneció a turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia.





Gráfica 3. Residentes en Bogotá y NO residentes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023



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

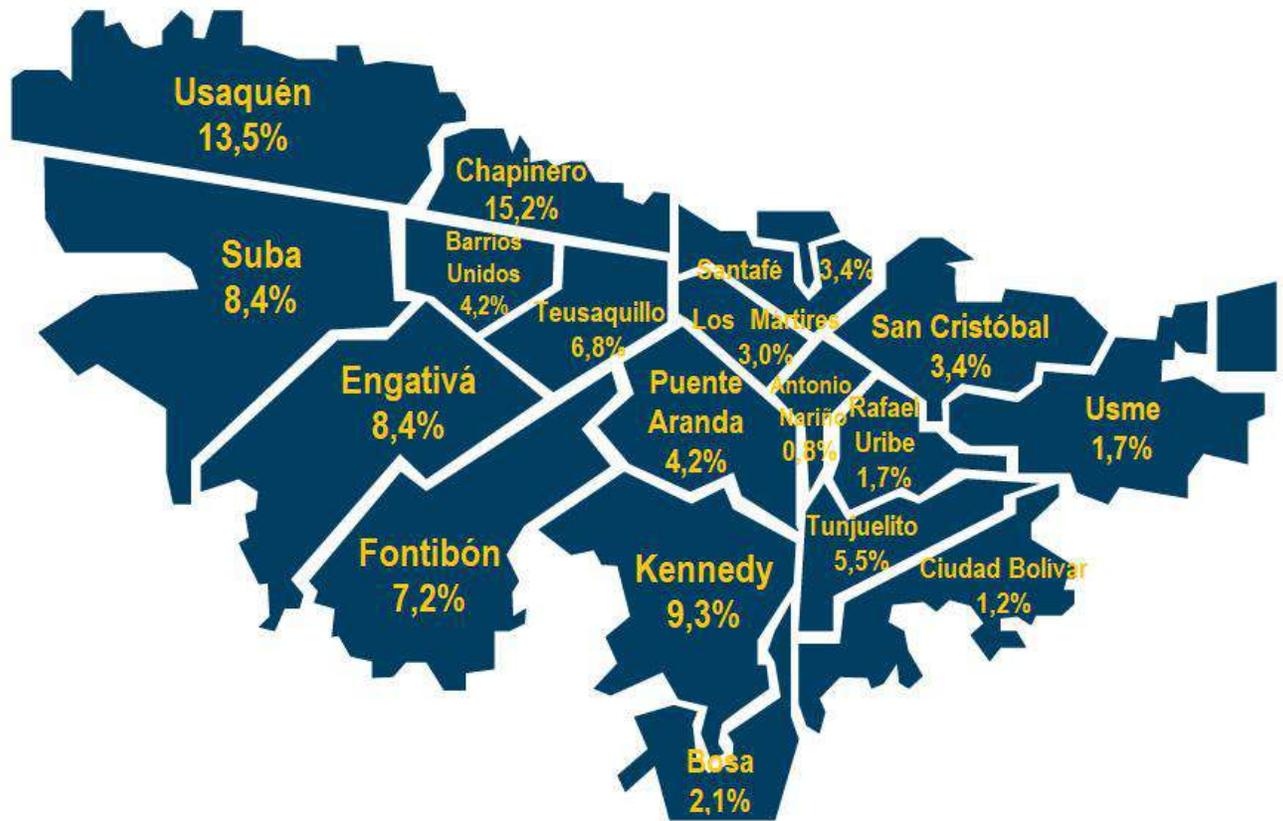
4.3.1 Localidades de los residentes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023

Con respecto a la población residente (86,5%) que asistieron a la Expomedia de la MMB 2023, se identificó que la localidad de Chapinero obtuvo la mayor participación con el 15,2% del total de los resultados, seguido por la localidad de Usaquén con el 13,5%, Kennedy con el 9,3%; posteriormente, Suba con el 8,4% de participación, cifra equivalente para la localidad de Engativá. Por otro lado, Fontibón con el 7,2% y Teusaquillo con el 6,8% del total de localidades de los corredores encuestados. El resto de localidades como Tunjuelito, Puente Aranda, Barrios Unidos, San Cristóbal, Santafé, Los Mártires, Bosa, Usme, Rafael Uribe Uribe, Ciudad Bolívar y Antonio Nariño participaron en menores proporciones al 6,0% del total de encuestados residentes en la ciudad. Finalmente, cabe aclarar que las localidades que no participaron entre los residentes encuestados fueron La Candelaria y Sumapaz.





Gráfica 4. Mapa de localidades de los residentes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023

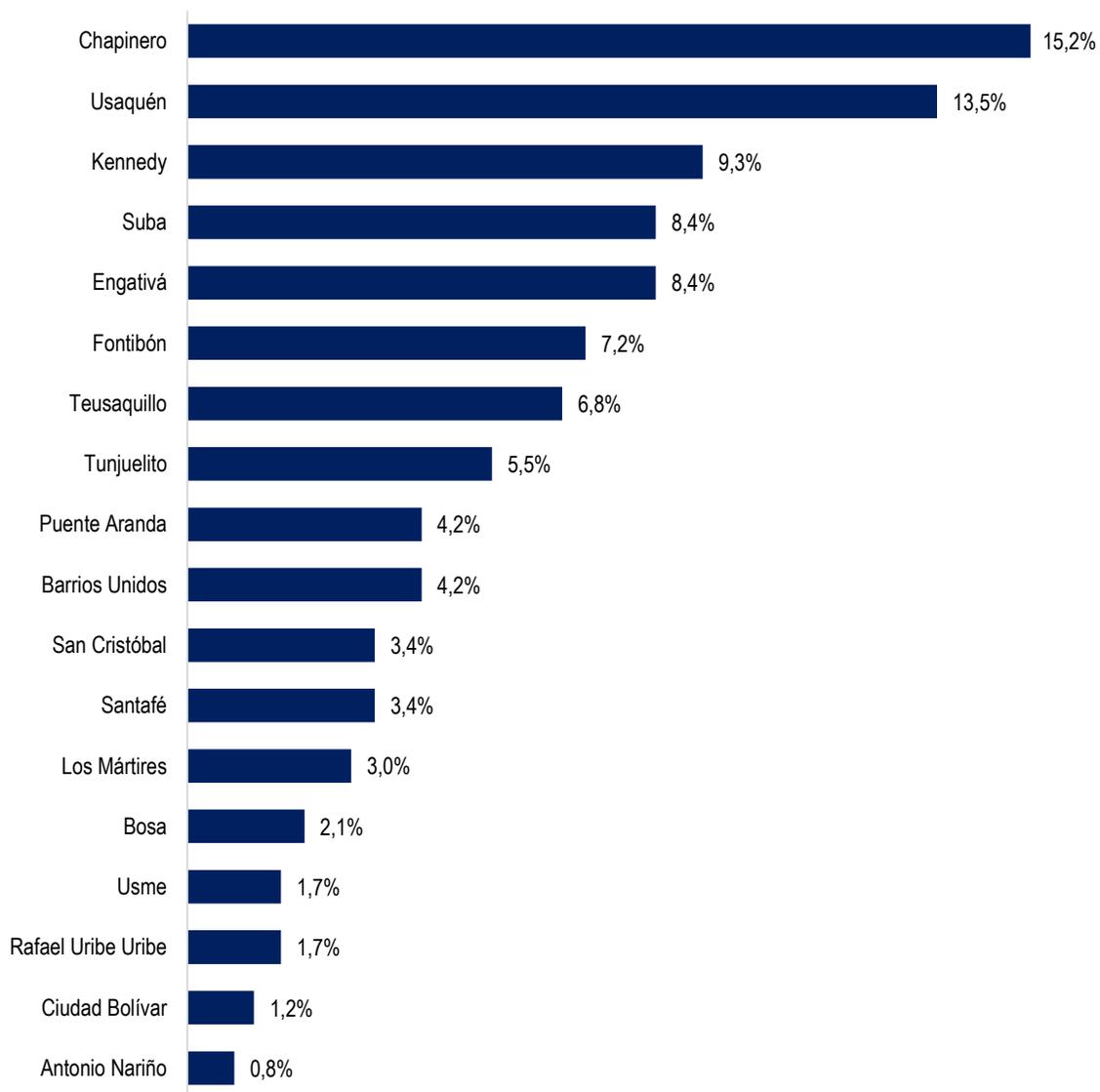


Fuente y elaboración: Instituto Distrital de Turismo- Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información 2023





Gráfica 5. Diagrama de barras de las localidades de los residentes encuestados en la Expomedia de la MMB 2023



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

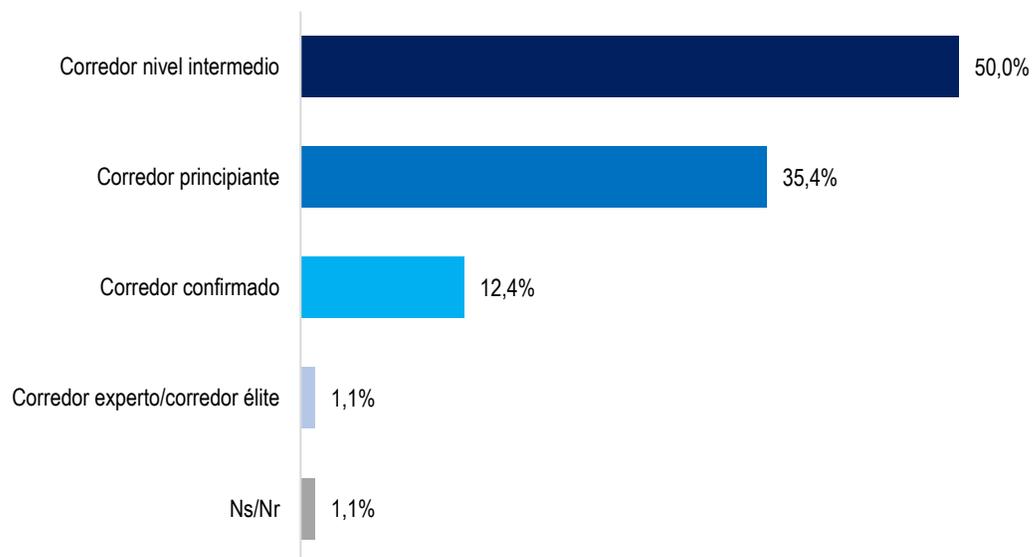




4.4 Tipo de corredor al que pertenecían los participantes encuestados en Expomedia de la MMB 2023

Con una participación significativa del 50,0%, los abordados registraron ser principalmente “Corredor nivel intermedio”; en segundo lugar, “Corredor principiante” contribuyó con el 35,4% de participación del total de encuestados. En tercer lugar, el 12,4% del total de abordados afirmó ser “Corredor confirmado”; en cuarto lugar y último, con un porcentaje del 1,1% de los participantes abordados se registraron como “Corredor experto/Corredor élite”. Finalmente, quienes se registraron con la opción “No sabe/No responde” participaron con un porcentaje equivalente del 1,1% del total de abordados.

Gráfica 6. Tipo de corredor al que pertenecían los participantes encuestados en Expomedia de la MMB 2023



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

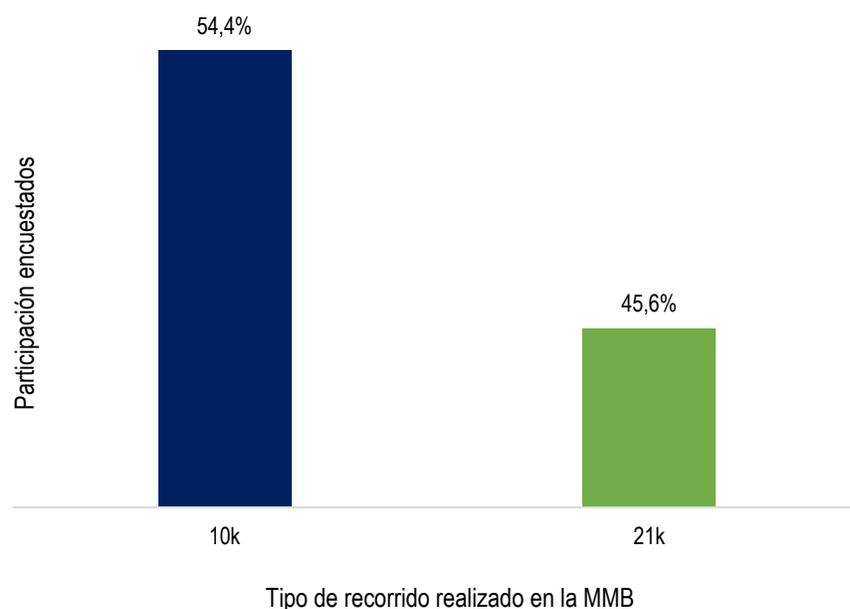




4.5 Tipo de recorrido realizado por los encuestados en la Expomedia de la MMB 2023

De acuerdo a las respuestas brindadas por los abordados en la Expomedia, el 54,4% afirmaron que realizarían el recorrido 10 k; y en contraparte, el 45,6% de los encuestados registraron que correrían los 21 k como se evidencia en la gráfica a continuación.

Gráfica 7. Tipo de recorrido realizado por los encuestados en Expomedia de la MMB 2023.



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

4.5.1 Categorías a las que pertenecían los participantes encuestados del recorrido 10 K de la MMB 2023

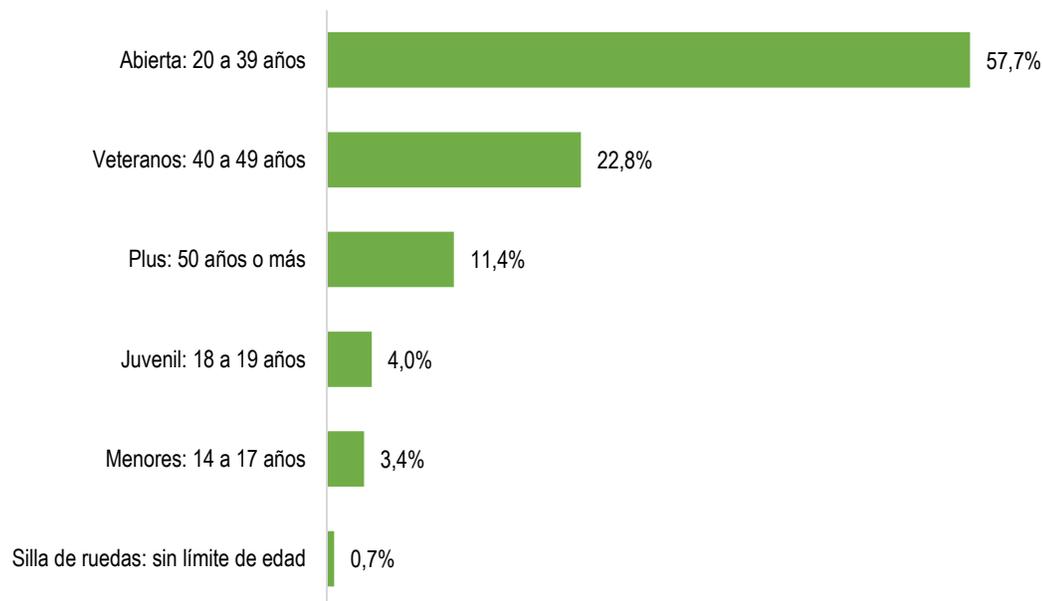
Del total de personas encuestadas que registraron que realizarían el recorrido de 10 k en la MMB 2023, la categoría que mayor obtuvo participación fue la “Abierta: 20 a 39 años” con el 57,7%; en segundo lugar, la categoría “Veteranos: 40 a 49 años” que contribuyó con el 22,8%; en tercer lugar, con una participación del 11,4% la categoría “Plus: 50 años o más”; adicionalmente, y en quinto lugar, la categoría “Juvenil: 18 a 19 años” participó con el 4,0% del total de corredores encuestados.





Finalmente, en sexto lugar, la categoría “Menores: 14 a 17 años” contribuyó con el 3,4%; y el restante 0,7%, perteneció a la categoría “Silla de ruedas: sin límite de edad”.

Gráfica 8. Categorías a las que pertenecían los participantes encuestados del recorrido 10K de la MMB 2023



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

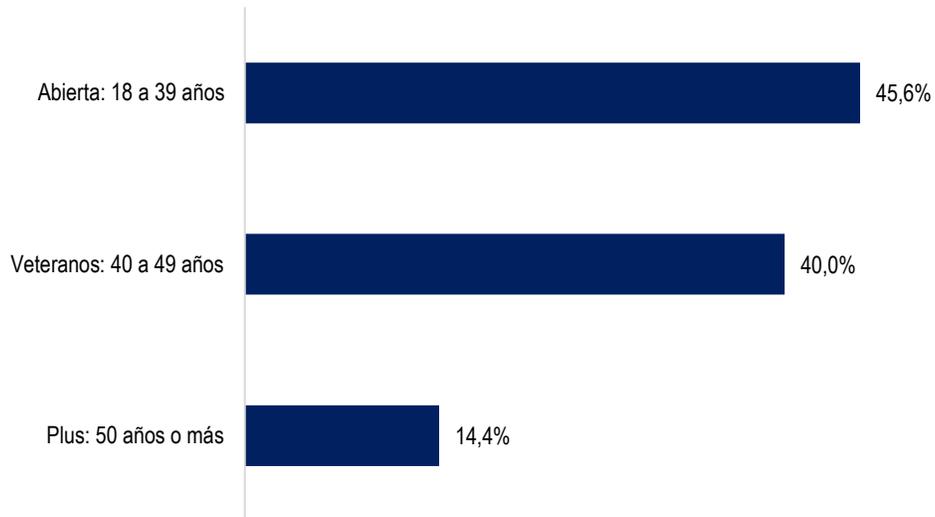
4.5.2 Categorías a las que pertenecían los participantes encuestados del recorrido 21K de la MMB 2023

Por otro lado, en cuanto a las personas encuestadas que afirmaron que correrían los 21 k, la categoría con mayor participación fue la “Abierta: 18 a 39 años” con el 45,6%, seguido por la categoría “Veteranos: 40 a 49 años” con el 40,0%; en tercer lugar y último, la categoría “Plus:50 años o más” contribuyó con el restante 14,4% del total de abordados en la Expomedia de la MMB 2023.





Gráfica 9. Categorías a las que pertenecían los participantes que realizaron el recorrido 21K en de la MMB 2023



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

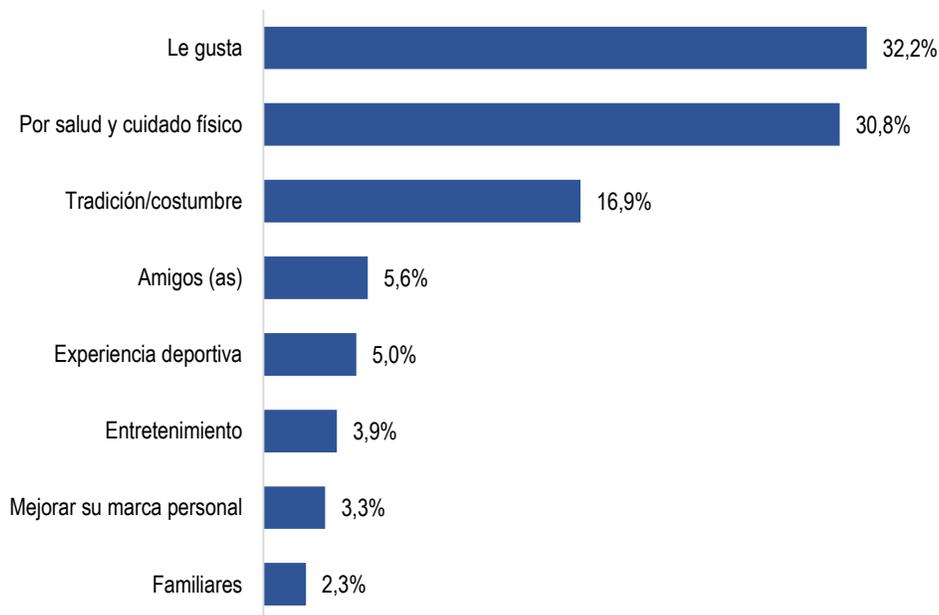
4.6 Motivos de participación a la MMB de los encuestados en la Expomedia 2023

De acuerdo a las respuestas registradas por los encuestados sobre los motivos que lo incentivaron a participar en la MMB 2023, el 32,2% de las personas abordadas afirmaron que “Le gusta”, seguido por la respuesta “Por salud y cuidado físico” con una cifra casi equivalente a la participación de la primera respuesta con el 30,8%. En tercer lugar, con una contribución del 16,9%, los participantes encuestados afirmaron que corrían por “Tradición/costumbre”, en cuarto lugar, el 5,6% los abordados afirmaron que asistían a la actividad porque sus “Amigos (as)” los habían motivado a participar; por otra parte, y en quinto lugar, el 5,0% de los participantes encuestados afirmaron que corrían por “Experiencia deportiva”. Por último, los motivos como “Entretenimiento”, “Mejorar su marca personal” y “Familiares” participaron en menores proporciones al 4,0% como se evidencia en la siguiente gráfica.





Gráfica 10. Motivos de participación a la MMB de los encuestados en la Expomedia 2023



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

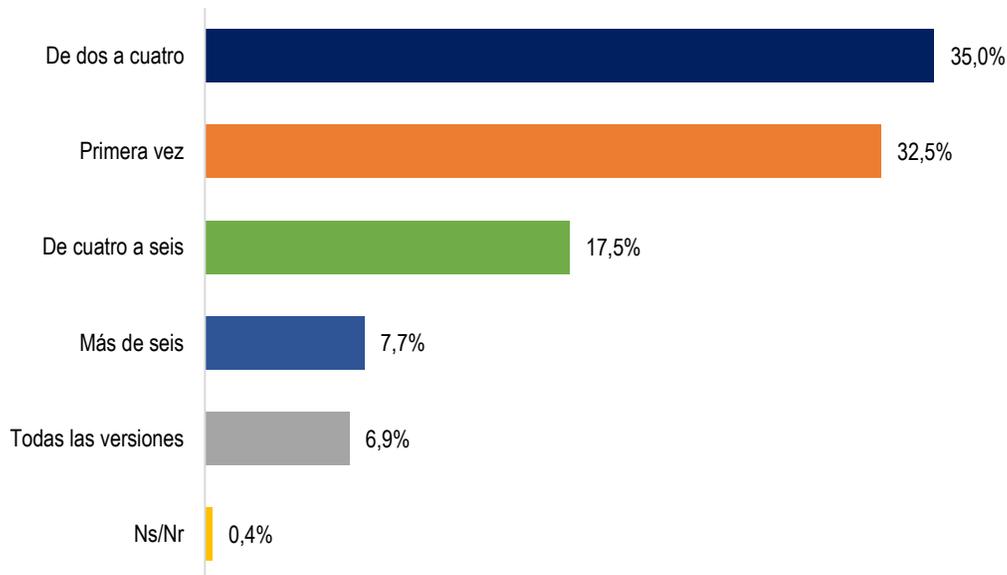
4.7 Número de versiones que los encuestados han participado en la MMB

Con el fin de indagar sobre el número de versiones que los encuestados en la Expomedia 2023 habían participado en la MMB, el 35,0% de las personas registraron haber estado “De dos a cuatro” versiones, porcentaje casi equivalente al 32,5% de los cuestionados que afirmaron haber asistido por “Primera vez”; en tercer lugar, el 17,5% de los abordados afirmaron haber estado “De cuatro a seis” versiones, mientras que el 7,7% afirmó haber participado en “Más de seis” versiones; y el restante 6,9% registraron haber estado en “Todas las versiones” de la MMB. Por último, cabe aclarar que el 0,4% de los encuestados se registraron con la opción “No sabe/No responde” para este espacio.





Gráfica 11. Número de versiones que los encuestados han participado en la MMB



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

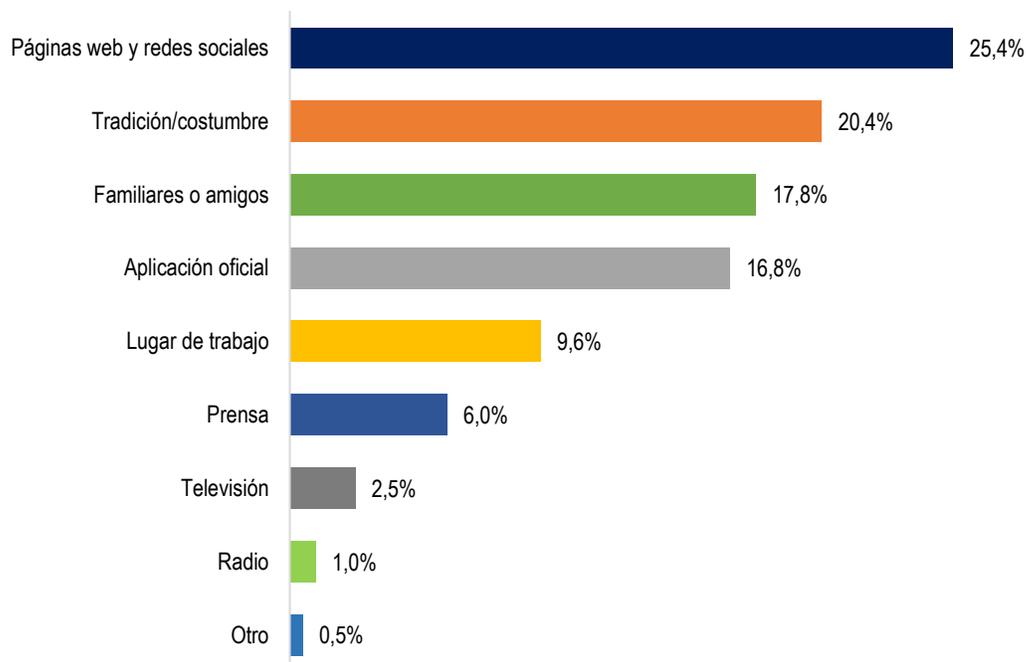
4.8 Medios por los cuales los encuestados se enteraron de la MMB 2023

Los medios por los cuales los encuestados en la Expomedia afirmaron haberse enterado de la MMB 2023 fueron principalmente por medio de “Páginas web y redes sociales” con una participación alcanzada del 25,4%, seguido por “Tradición/costumbre” con una contribución alcanzada del 20,4%. En tercer lugar, las personas cuestionadas afirmaron haberse enterado por “Familiares o amigos” con una participación del 17,8%. Adicionalmente, por la “Aplicación oficial” el 16,8% de los encuestados se enteraron de la MMB; y por último, medios como “Lugar de trabajo”, “Prensa”, “Televisión”, “Radio” y “Otro” medio participaron en menores proporciones al 10,0%.





Gráfica 12. Medios por los cuales los asistentes encuestados se enteraron de la MMB 2023



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

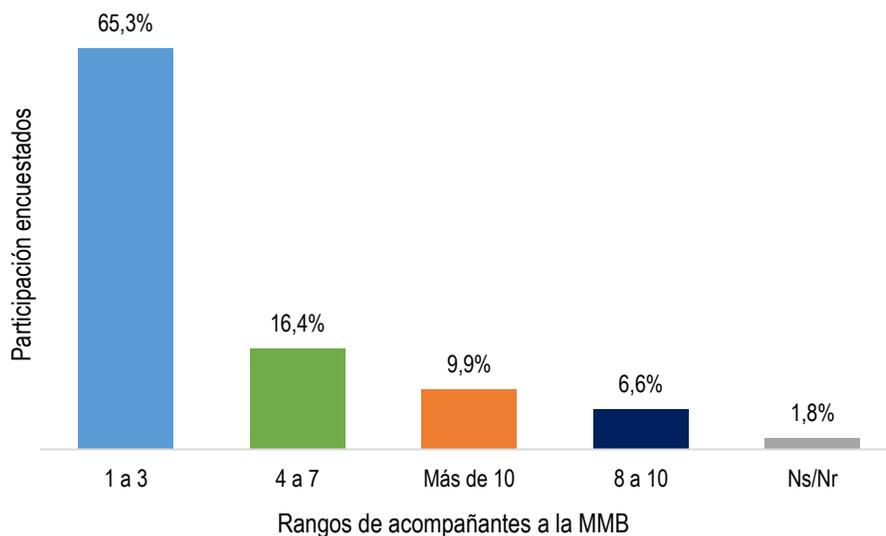
4.9 Número de acompañantes a la MMB de los encuestados en la Expomedia 2023

Con el fin de indagar sobre el número de acompañantes con quienes los encuestados asistirían a la MMB, el 65,3% de los cuestionados afirmaron que sus acompañantes estaban entre el rango de “1 a 3” personas; en segundo lugar, el rango de “4 a 7” contribuyó con el 16,4% del total de encuestados; en tercer lugar, el 9,9% de los cuestionados registraron que irían con “Más de 10 acompañantes” a correr. En cuarto, y ultimo lugar, el rango de “8 a 10” acompañantes participó con el 6,6% del total de abordados en la Expomedia 2023, cabe destacar que se reportaron personas que afirmaron que su número de acompañantes eran 110 y hasta 184 personas, lo cual permite analizar que esta actividad deportiva promueve el desplazamiento masivo de residentes, turistas y excursionistas a la ciudad. Finalmente, quienes registraron la opción “No sabe/No responde” para este espacio, participaron con el 1,8% del total de abordados.





Gráfica 13. Número de acompañantes con quienes los encuestados asistieron a la MMB 2023



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

5.0 Percepción de los asistentes encuestados sobre diferentes aspectos de la MMB en la Expomedia 2023

Con el objeto de sondear sobre el nivel de satisfacción de los asistentes encuestados en la Expomedia sobre varios aspectos de la MMB 2023 como “Precios de inscripción”, “Isla de servicio propuesta”, “Kit de competencia”, “Organización y logística” y entre otros aspectos, se estipularon rangos de calificación como “Malo”, “Regular”, “Bueno” y “Excelente” para cada factor.

De acuerdo a los resultados arrojados, en cuanto a la percepción de la “Isla de servicio propuesta” el 73,4% de los encuestados afirman que es “Excelente”. En segundo lugar, el 17,2% lo calificaron como “Bueno” este aspecto del evento, y el restante 9,5% de los abordados fueron registrados con la opción “No sabe/No responde” para este aspecto.

Por otro lado, en cuanto a la “Inscripción online y presencial” el 77,0% de los encuestados consideraron que es “Excelente” este aspecto de los organizadores, seguido por el 16,1% que considera que es





“Buena”. En tercer lugar, el 0,7% la calificaron como “Regular”; y el restante 6,2%, fueron registrados como “No sabe/No responde” para este espacio.

Otro de los aspectos que los asistentes encuestados calificaron fue el “Kit de competencia”, para el cual el 63,9% de los cuestionados consideraron que es “Excelente” este aspecto de la carrera, seguido por el 14,6% que considera que es “Bueno”. En tercer lugar, el 1,1% lo calificaron como “Regular” este aspecto del evento; y el restante 20,4% de los abordados, fueron registrados como “No sabe/No responde” para este espacio.

Por otra parte, en cuanto a la “Ruta/recorrido/circuito propuesto”, el 58,0% de los encuestados consideraron que es “Excelente” este aspecto de la carrera, seguido por el 34,7% que considera que es “Bueno”. En tercer lugar, el 2,9% de los preguntados lo calificaron como “Regular”, y para el 0,7% de los encuestados fue “Mala”; finalmente, el restante 3,6% de las personas fueron registrados como “No sabe/No responde” para esta pregunta.

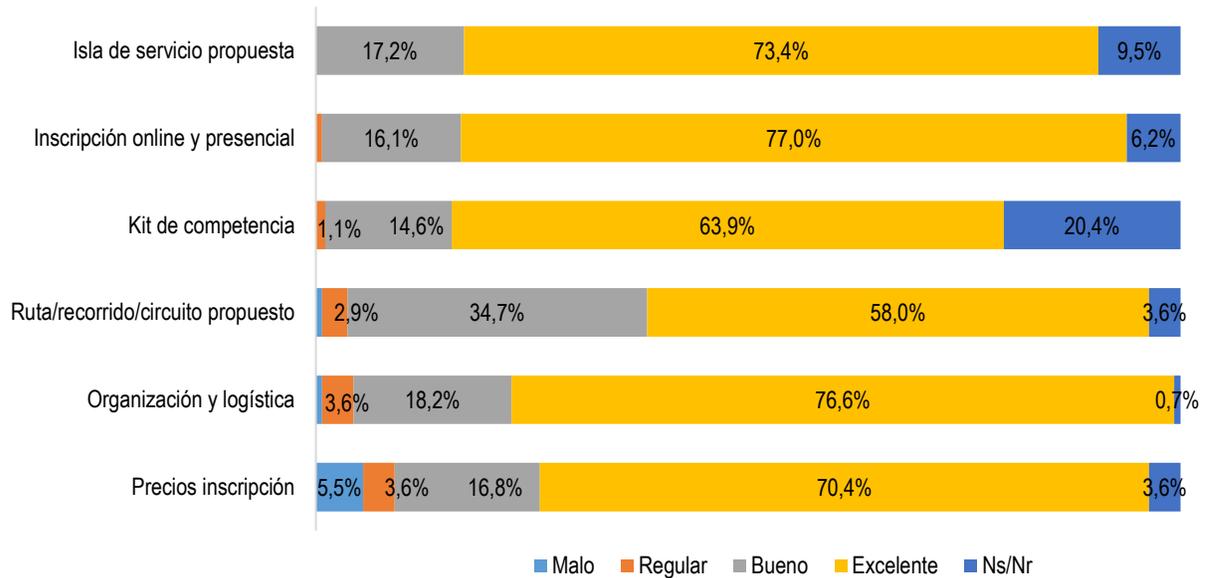
Adicionalmente, otro de los aspectos a evaluar por los asistentes a la Expomedia de la MMB 2023 fue “Organización y logística” para el cual el 76,6% de los encuestados consideraron que es “Excelente”, seguido por el 18,2% que afirmaron que fue “Bueno”. En tercer lugar, el 3,6% de los preguntados lo calificaron como “Regular”, y para el 0,7% de las personas encuestadas fue “Mala”; porcentaje equivalente para quienes registraron la opción “No sabe/No responde” para este espacio.

Finalmente, en cuanto al aspecto “Precios de inscripción”, para el 70,4% de los cuestionados es “Excelente”; en segundo lugar, el 16,8% afirmaron que es “Bueno”; en tercer lugar, para el 5,5% fue “Malo”, seguido por el 3,6% de encuestados que consideraron que fue “Regular”. Por último, quienes se registraron como “No sabe/No responde” participaron igualmente con el 3,6% de las personas abordadas.





Gráfica 14. Percepción de los asistentes encuestados sobre diferentes aspectos de la MMB en la Expomedia 2023



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

5.1 Percepción de los asistentes encuestados sobre Bogotá como ciudad anfitriona de la MMB en la Expomedia 2023

Para identificar el nivel de percepción que tenían los asistentes en la Expomedia de la MMB 2023 sobre Bogotá como ciudad anfitriona de esta importante carrera, los encuestados tuvieron la oportunidad de calificarla sobre varios aspectos como la “Movilidad”, “Limpieza en la ciudad”, “Cultura ciudadana”, “Información turística” y “Seguridad”, cabe mencionar que se estipularon rangos de calificación como “Malo”, “Regular”, “Bueno” y “Excelente” para cada aspecto.

De acuerdo a los resultados arrojados, y en cuanto al aspecto “Información turística”, para el 36,9% de los encuestados es “Buena”, seguido por el 29,6% que consideraron que es “Excelente”. En tercer lugar, para el 19,3% de los cuestionados afirmaron que es “Regular”, mientras que para el 12,4% es “Mala”. Por último, el restante 1,8% de los cuestionados fueron registrados como “No sabe/No responde” para este aspecto. Por otro lado, en cuanto a la “Cultura ciudadana”, el 31,8% de los





encuestados consideraron que es “Buena”, seguido por el 29,2% que consideran que es “Regular”. En tercer lugar, el 26,3% calificaron la Cultura Ciudadana como “Mala” en Bogotá, mientras que para el 12,4% de las personas encuestadas es “Excelente”; y por último, el restante 0,4% fueron registrados como “No sabe/No responde” para este espacio.

Otro de los aspectos que los asistentes encuestados calificaron fue la “Seguridad”, para la cual el 31,8% de los encuestados consideraron que es “Mala”, seguido por el 31,4% que considera que es “Buena”. En tercer lugar, el 26,3% la calificaron como “Regular”, mientras para el 9,9% de las personas encuestadas es “Excelente”; por último, el restante 0,7% de los encuestados fueron registrados con la opción “No sabe/No responde” para este espacio.

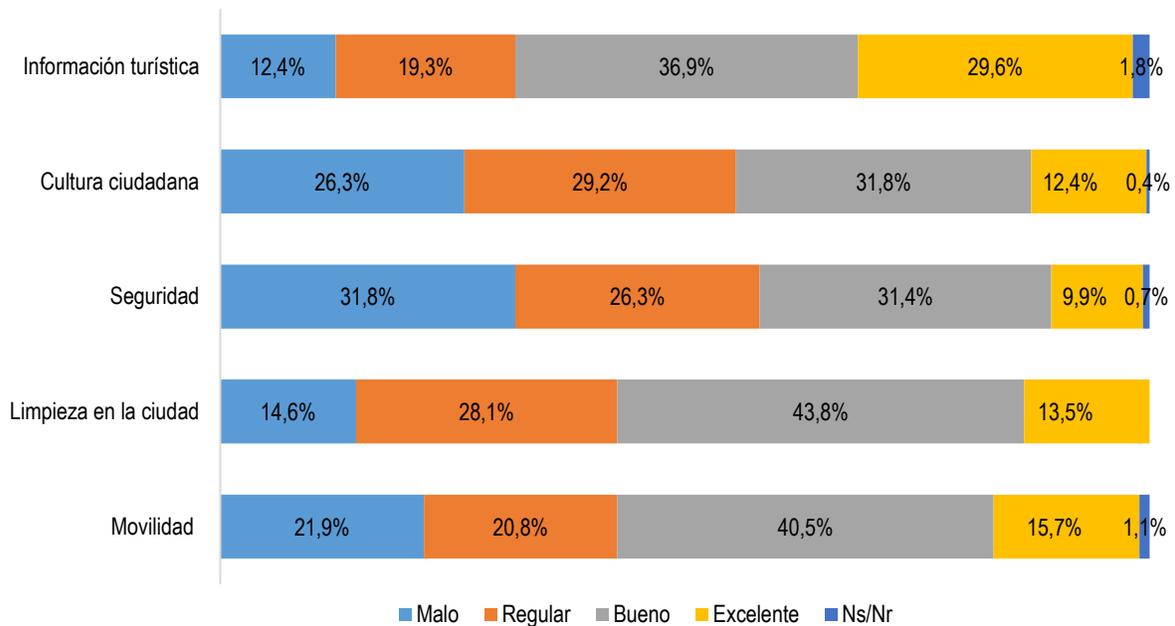
Adicionalmente, otro de los aspectos a calificar por los encuestados fue la “Limpieza en la ciudad”, para la cual el 43,8% de los abordados consideraron que es “Buena”, en segundo lugar, para el 28,1% de las personas este aspecto es “Regular” en la ciudad; en tercer lugar, para el 14,6% “La limpieza en la ciudad” es “Mala”, mientras que para el restante 13,5% es “Excelente”.

Finalmente, el último aspecto de Bogotá que los encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 calificaron fue la “Movilidad”, para la cual el 40,5% de los encuestados consideraron que es “Buena”, seguido por el 21,9% que consideraron que es “Mala”. En tercer lugar, el 20,8% consideraron que es Regular”, mientras que para el 15,7% de las personas encuestadas es “Excelente”; y, por último, el 1,1% de las personas abordadas se registraron con la opción “No sabe/No responde” para este aspecto de la ciudad.





Gráfica 15. Percepción de los asistentes encuestados sobre Bogotá como ciudad anfitriona de la MMB en la Expomedia 2023



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

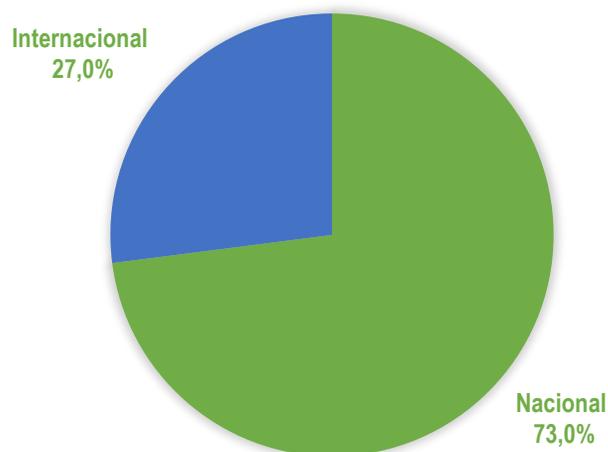
5.2 Residencia habitual de los asistentes encuestados NO residentes en Bogotá en Expomedia 2023

Como se mencionó anteriormente, el 13,5% de los asistentes encuestados eran personas NO residentes en la ciudad (excursionistas y turistas) (ver gráfica 3), y con el fin de indagar sobre el lugar de residencia habitual de este mencionado grupo de personas, el 73,0% de ellos afirmaron tener residencia habitual nacional (excursionistas y turistas nacionales), y el restante el 27,0%, tener residencia internacional (turistas y excursionistas extranjeros).





Gráfica 16. Residencia habitual de los asistentes encuestados NO residentes en Bogotá en Expomedia 2023



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

5.3 Caracterización de turistas y excursionistas encuestados en Expomedia de la MMB 2023

5.3.1 Departamentos de origen de los turistas y excursionistas encuestados en Expomedia de la MMB 2023

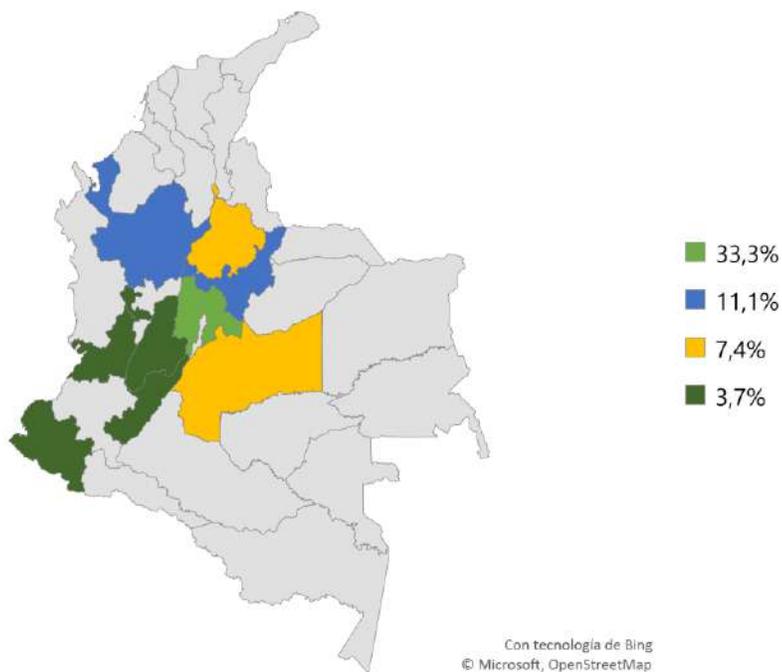
Del total de personas encuestadas NO residentes que residen en territorio nacional (73,0%), el departamento de origen con mayor proporción en los asistentes encuestados fue Cundinamarca con el 33,3% del total de registros; seguido por Boyacá y Antioquia con el 11,1% de forma equivalente para cada departamento; en tercer lugar, Santander, Meta y Bolívar contribuyeron con el 7,4% con una participación igualitaria. Por último, departamentos como Valle del Cauca, Tolima, Risaralda, Nariño, Huila y Caldas aportaron en menores participaciones al 4,0% del total de turistas y excursionistas nacionales encuestados en la Expomedia 2023. A continuación, un mapa con la ubicación geográfica de cada departamento, cabe aclarar que este mapa contiene el 75,0% de las





localizaciones identificadas (ver gráfica 17). Por tanto, seguido al mapa podrá visualizar un diagrama de barras por cada departamento (ver gráfica 18).

Gráfica 17. Mapa de departamentos de origen de los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023

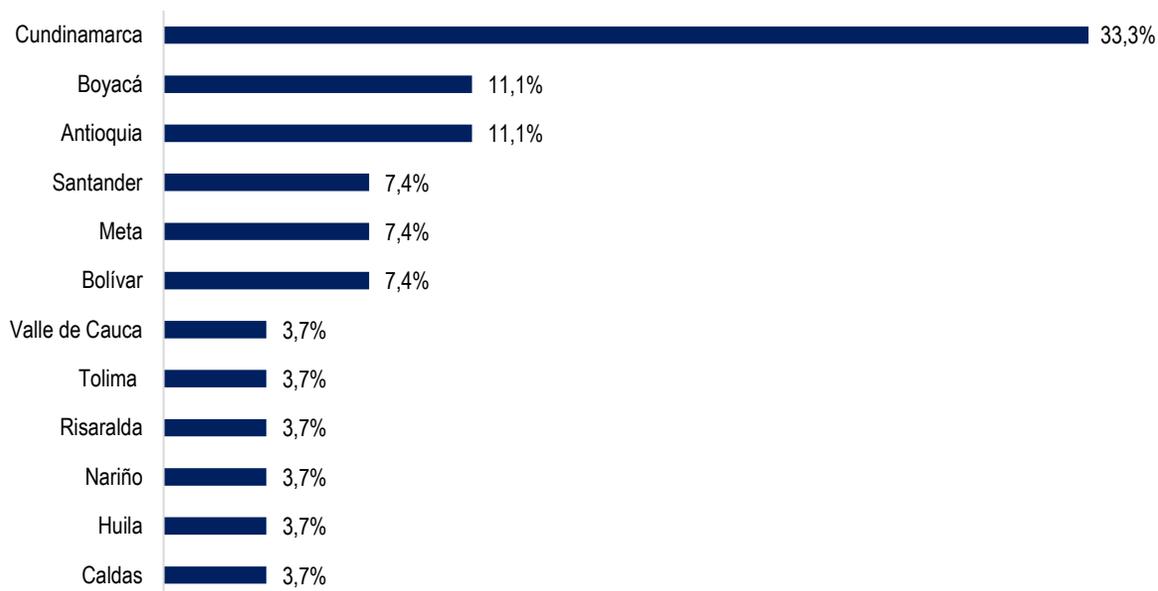


Fuente: Instituto Distrital de Turismo- Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información 2023





Gráfica 18. Diagrama de barras de los departamentos de origen de los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023



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

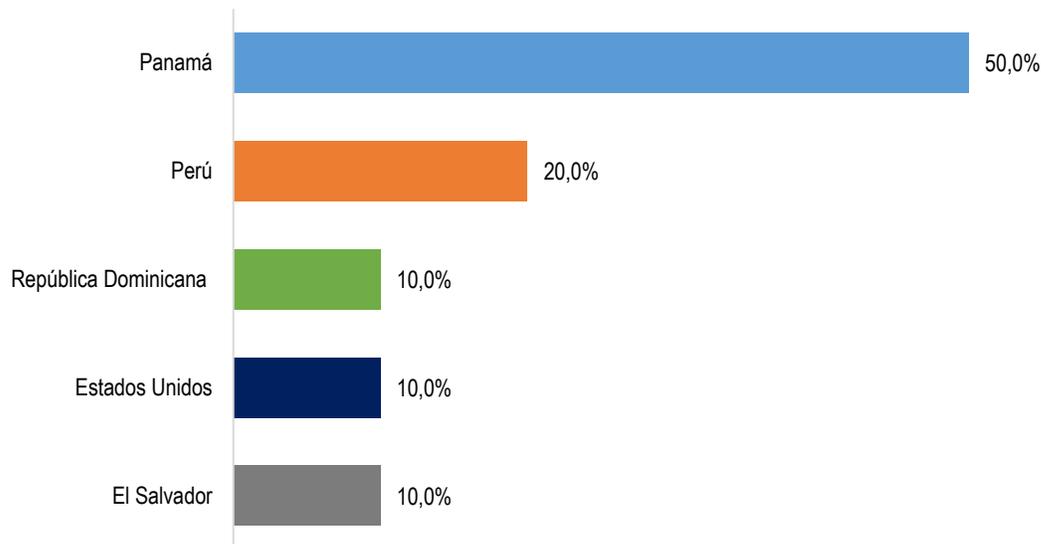
5.3.2 Países de origen de los turistas y excursionistas internacionales encuestados en la Expomedia de la MMB 2023

Con respecto a las personas encuestadas con residencial habitual en territorio internacional (27,0%), se registró que los países de origen de los encuestados provenían de países como: Panamá con el 50,0%, seguido por Perú con el 20,0% de contribución, y países como República Dominicana, Estados Unidos y El Salvador con una participación igualitaria al 10,0% para cada nación.





Gráfica 19. Países de origen de los turistas y excursionistas internacionales encuestados en la Expomedia de la MMB 2023



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

5.3.3 Asistentes NO residentes encuestados en Expomedia de la MMB 2023 que pernoctaron en la ciudad

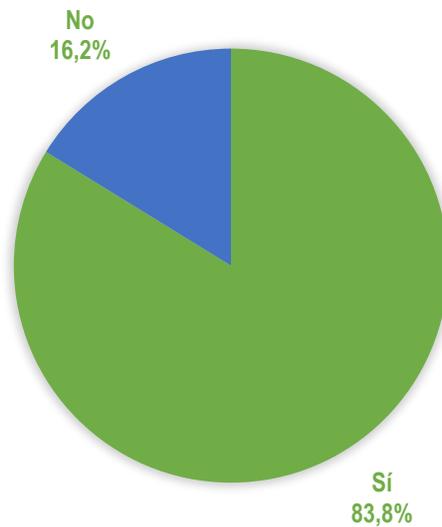
De acuerdo a lo mencionado anteriormente sobre la residencia habitual de quienes NO residen en la ciudad (Ver gráfica 3), y con el fin de identificar quienes son turistas (cuando existe al menos una pernoctación) o excursionista (no existe pernoctación, es un visitante del día), y el número de noches de quienes pernoctaron; de acuerdo a los resultados arrojados, el 83,8% de las personas encuestadas con lugar de residencia diferente a Bogotá afirmaron que pernoctaron en la ciudad. En contraparte, el 16,2% de los NO residentes afirmaron que NO pernoctarían en la ciudad (Excursionistas/visitantes del día). Adicionalmente, en cuanto al número de noches que los turistas encuestados afirmaron que pernoctaron en la ciudad, el rango de noches que más destacó fue de “2 a 4” noches con una contribución del 67,7%, seguido por el rango de “5 a 7” noches con una participación del 25,9%; y finalmente, el 3,2% de los turistas encuestados informaron que durmieron “Más de 7” noches. Cabe





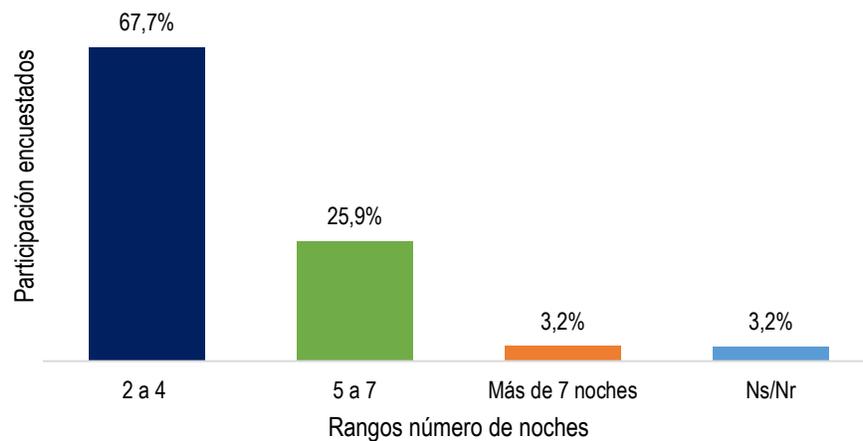
aclarar que con un porcentaje igualitario al 3,2%, los abordados se registraron con la opción “No sabe/No responde” en este espacio.

Gráfica 20. Asistentes NO residentes encuestados en Expomedia de la MMB 2023 que pernoctaron en la ciudad



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

Gráfica 21. Cantidad de noches que los turistas encuestados pernoctaron en la ciudad en la Expomedia de la MMB 2023



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

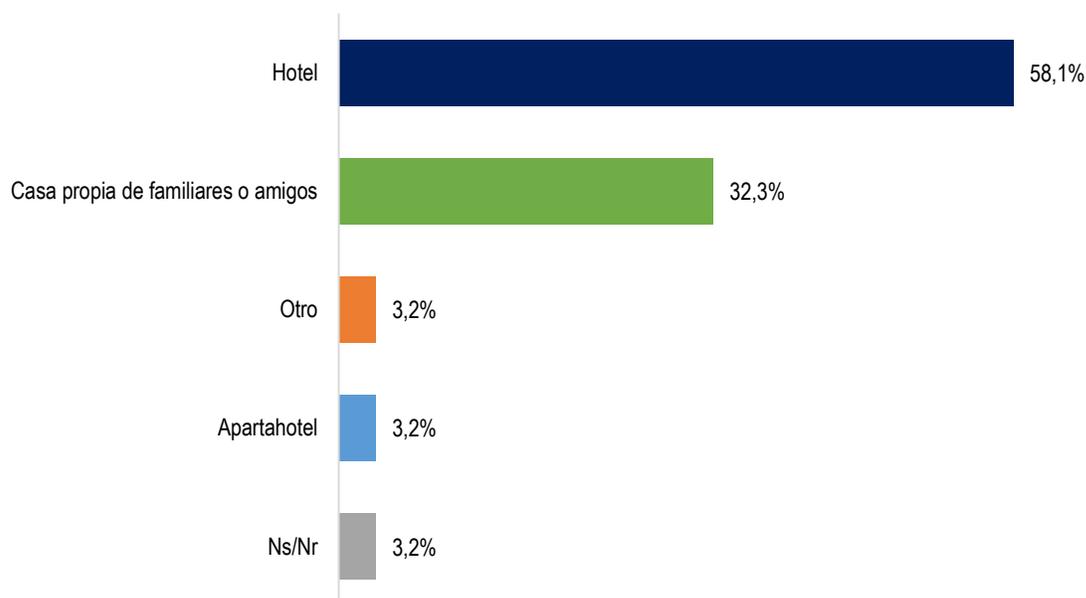




5.3.4 Tipos de alojamiento que los turistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 utilizaron durante su estadía en la ciudad

Del total de turistas encuestados, el 58,1% registraron que se alojaron o se alojarían en “Hotel”, seguido por el 32,3% de los cuestionados que afirmaron que dormirían en “Casa propia, de familiares o amigos” (sin pago); en tercer lugar, la categoría “Otro” alojamiento participó con el 3,2% del total de turistas encuestados, porcentaje equivalente para quienes comunicaron que dormirían en un “Apartahotel” y para quienes quedaron registrados como “No sabe/No responde” para este espacio, como se evidencia en la siguiente gráfica.

Gráfica 22. Tipos de alojamiento que los turistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 utilizaron durante su estadía en la ciudad



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



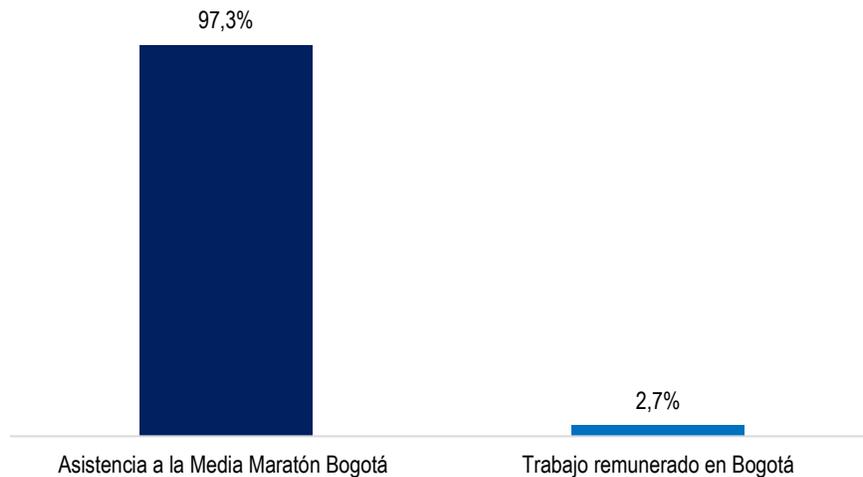


5.3.5 Motivos de viaje de los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023

El principal motivo de viaje de los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 con una participación del 97,3% fue por “Asistencia a la Media Maratón de Bogotá”; y el restante 2,7% de los encuestados afirmaron que su motivo de visita a la ciudad era “Trabajo remunerado en Bogotá”.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se evidencia que este tipo de eventos deportivos, como lo es en este caso la Media Maratón de Bogotá, una carrera que promueve la actividad física y la solidaridad, genera desplazamiento de excursionistas/visitantes del día y turistas a la ciudad que dinamizan el sector turismo de la ciudad.

Gráfica 23. Motivos de viaje a la ciudad de los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023



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

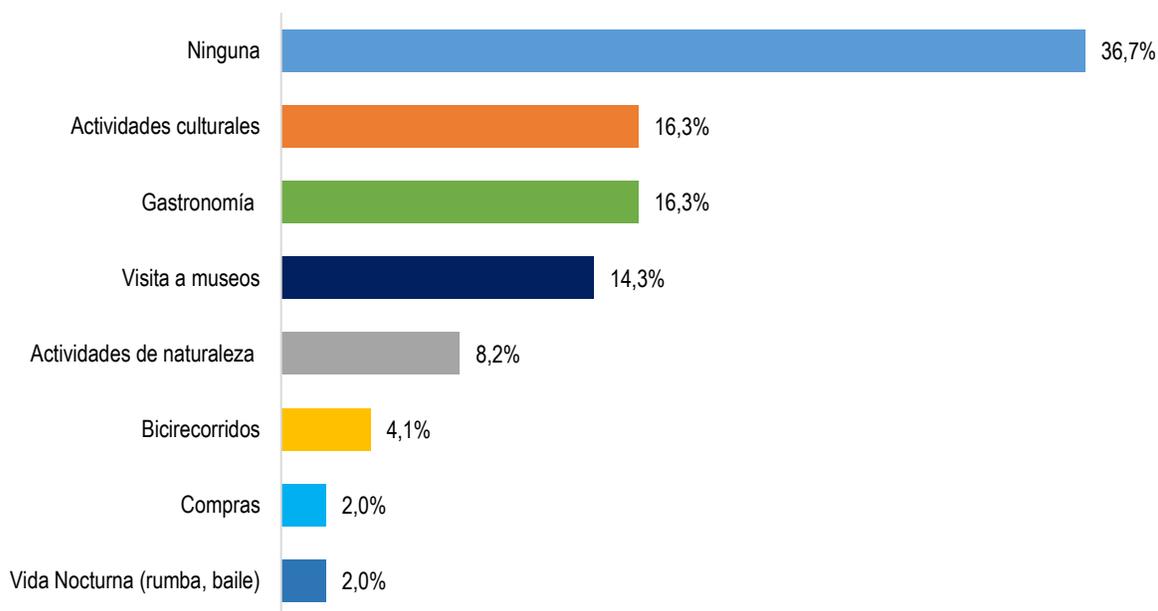




5.3.6 Otras actividades de interés que los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 realizaron en la ciudad

En la gráfica a continuación se observa las otras actividades de interés que los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia realizaron durante su estadía en la ciudad, cabe aclarar que, del total de turistas y excursionistas encuestados, el 36,7% afirmaron que no realizarían “Ninguna” actividad adicional en la ciudad, también es importante destacar que en esta pregunta los encuestados pueden seleccionar más de una respuesta. Así las cosas, las categorías como “Actividades culturales”, y “Gastronomía” participaron de forma equivalente con el 16,3% del total de respuestas registradas. Adicionalmente, “Visita a museos” contribuyó con el 14,3%, seguido por “Actividades de naturaleza” con el 8,2%, y actividades como “Bicirecorridos”, “Compras” y “Vida nocturna (rumba, baile)” participaron en menores proporciones al 5,0% del total de respuestas brindadas por los turistas y excursionistas encuestados.

Gráfica 24. Otras actividades de interés que los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023 realizaron en la ciudad



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

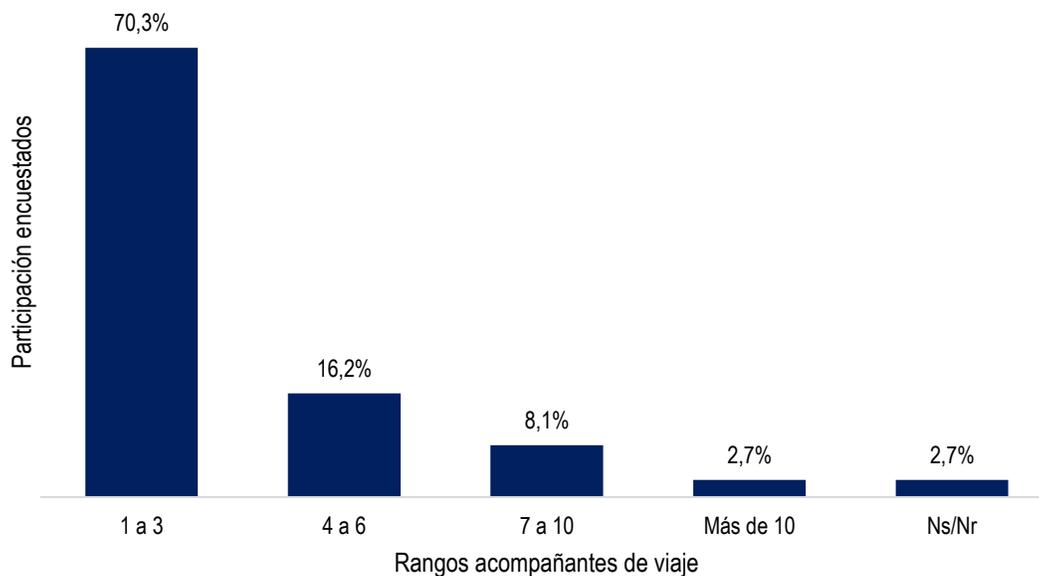




5.3.7 Número de acompañantes de viaje de los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023

Con el fin de indagar sobre el número de acompañantes de viaje con quienes los turistas y excursionistas encuestados viajaron a la ciudad, el 70,3% de los cuestionados afirmaron viajar acompañados entre “1 a 3” personas; en segundo lugar, el rango de “4 a 6” contribuyó con el 16,2%; en tercer lugar, el 8,1% de los encuestados registraron que viajaron entre “7 a 10” personas. Y en cuarto, y último lugar, el 2,7% de los abordados afirmaron haber viajado con “Más de 10 personas” a Bogotá. Finalmente, quienes registraron la opción “No sabe/No responde” para este espacio, participaron de forma equivalente con una participación del 2,7% del total de abordados.

Gráfica 25. Número de acompañantes de viaje de los turistas y excursionistas encuestados en la Expomedia de la MMB 2023



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





6. Conclusiones

1. El género que más destacó en los asistentes encuestados en la Expomedia 2023 fue el género “Hombre/masculino” con el 58,8%.
2. Del total de asistentes encuestados el 86,5% eran residentes en Bogotá; y el restante 13,5% se registraron como excursionistas y turistas nacionales y extranjeros.
3. El rango de edad que más se destacó entre los asistentes encuestados en la Expomedia 2023 fue de “31 a 45 años”.
4. Del total de asistentes encuestados con residencia habitual diferente a Bogotá (13,5%), el 73,0% residían en el territorio nacional (excursionistas y turistas nacionales), y el restante 27,0% en el exterior (turistas y excursionistas extranjeros).
5. El departamento de origen que más resaltó entre los excursionistas y turistas nacionales encuestados fue Cundinamarca.
6. Los principales motivos de viaje de los turistas y excursionistas encuestados fueron “Asistencia a la Media Maratón de Bogotá” con el 97,3% de participación.
7. El tipo de alojamiento que los turistas encuestados en Expomedia 2023 utilizaron durante su estadía fue principalmente “Hotel”.
8. El principal medio por el cual los asistentes encuestados se enteraron de la MMB 2023 fue por “Páginas web y redes sociales” y por “Tradición/costumbre”.
9. El principal motivo de asistencia a la MMB de todos los encuestados fueron principalmente por que “Le gusta” y “Por salud y cuidado físico”.
10. El tipo de corredor que más destacó entre los encuestados fue “Corredor nivel intermedio” con el 50,0% del total de cuestionados.
11. Gracias a la elaboración de este informe “Medición de Evento en Ciudad Media Maratón Bogotá 2023”, se puede evidenciar el potencial que tiene el Turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) y el “Turismo Deportivo” para Bogotá, ya que como se mencionó anteriormente, el principal motivo de los excursionistas y turistas por visitar la ciudad fue “Asistencia a la Media Maratón Bogotá”, adicional a esto, Bogotá ha sido catalogada como una de las ciudades con las mejores carreras del mundo, lo cual le brinda una mayor atracción de turistas extranjeros al país.





BOGOTÁ



OBSERVATORIO
DE TURISMO DE BOGOTÁ
IDT



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO