

**EL BRANDING Y EL ECOTURISMO COMO HERRAMIENTAS PROPICIAS PARA
MEJORAR LA PERCEPCIÓN QUE SE TIENE DE LA CIUDAD DE IBAGUÉ COMO
DESTINO TURÍSTICO**

INTEGRANTES

JUAN ESTEBAN AGUADO IZQUIERDO

SILVIA PAOLA OZAETA OYOLA

OPCIÓN DE GRADO

AURA VETSY MUNERA MONSALVE

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN

DISEÑO GRÁFICO

2024

INTRODUCCIÓN

Actualmente el turismo en general se ha convertido en una gran tendencia que crece en todo el mundo, en este contexto, el gobierno colombiano ha decidido apostarle a esta tendencia como una nueva forma para mejorar y contribuir con la economía del país (Balaguera, 2023). Es por ello que ciudades como Ibagué, que cuentan con una rica diversidad de paisajes naturales y ecosistemas únicos en flora y fauna, tienen un gran potencial para atraer a turistas y generar una mayor rentabilidad a nivel socioeconómico. (¿Por qué Ibagué es un destino turístico que vale la pena visitar?, 2022)

Sin embargo, para que Ibagué y sus destinos turísticos alcancen su máximo potencial, es crucial que sean tanto reconocidos, como promovidos de manera efectiva, esto a nivel nacional como internacional, con el fin de que las personas le den una oportunidad, se animen a visitarla y cambien su perspectiva sobre la ciudad musical. Además, actualmente las redes sociales juegan un papel fundamental para lograr esta difusión de manera significativa (Herrera, 2012), permitiendo no solo llegar a una audiencia más amplia y ofrecer información detallada de ciertos lugares, sino también crear experiencias interactivas y una conciencia de responsabilidad en los viajeros y locales.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente se plantea la investigación centrada en cómo una estrategia de branding podría influir positivamente para mejorar la percepción de Ibagué como destino turístico, influir en la visibilidad de sus lugares turísticos y contribuir al desarrollo económico y sostenible de la región, con el objetivo revitalizar su imagen como destino atractivo para visitar, mediante una estrategia integral de branding y el ecoturismo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A pesar de su potencial, Ibagué no es ampliamente reconocida como un destino turístico destacado, las personas tienen una imagen errónea de lo que la ciudad representa, no se ha desarrollado en ellas un sentido de pertenencia que les permita ver y apropiarse de los atributos y la gran riqueza cultural, natural y gastronómica que tiene la ciudad. La falta de visibilidad y promoción efectiva de sus atractivos turísticos limita su capacidad para atraer visitantes y apropiación de residentes. Este proyecto busca abordar esta problemática mediante la creación de una marca turística sólida y coherente que resalte los valores de la ciudad y fomente su reconocimiento a nivel nacional.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar una estrategia de branding para mejorar la percepción que se tiene de Ibagué, potenciando el reconocimiento de sus encantos turísticos y ecoturísticos a nivel nacional y generando consigo un impacto positivo en el flujo de visitantes y en la promoción del turismo local responsable.

Objetivos Específicos

- Recopilar información sobre al menos 10 campañas de marcas regionales, los elementos y características propias para diseñar una estrategia funcional, experiencial y efectiva.

- Definir los criterios de selección de los lugares turísticos y ecoturísticos más representativos de Ibagué, considerando aspectos históricos, culturales, naturales y de interés general.
- Desarrollar en 1 mes una estrategia de lanzamiento para potencializar la imagen de la ciudad de Ibagué.
- Implementar estrategias de marketing digital para para difundir y dar a conocer la marca turística de Ibagué mediante una estrategia de difusión en medios relevantes, como la radio y redes sociales, para así generar un mayor alcance e interacción.

JUSTIFICACIÓN

Ante la realidad evidencial de que Ibagué no tiene un reconocimiento en donde se destaque como destino turístico, mejorar la percepción de Ibagué como un destino ecoturístico puede generar múltiples beneficios como atraer inversiones, generar empleo y promover la conservación ambiental (Garrido, 2020). A partir de ello surge como estrategia de branding, la marca turística como herramienta fundamental para abordar la falta de visibilidad y reconocimiento de la ciudad, con la que se busca promover los encantos naturales, culturales y gastronómicos, para posicionar la ciudad como un lugar destacado para visitar. Esta iniciativa no solo busca aumentar el flujo de visitantes, sino también diversificar la economía local y contribuir al desarrollo sostenible.

MARCO TEÓRICO

Este proyecto tiene como base fundamental la disciplina del Diseño gráfico, ya que esta labor no solo facilita la resolución de problemáticas, sino que además brinda ideas comunicativas

idóneas para construir y desarrollar una efectiva estrategia de branding haciendo uso conceptos visuales y comunicativos relevantes que cumplan con el objetivo principal.

Así lo explicó Alan Swann en su libro “Bases del Diseño gráfico” en el cual destaca que el diseño gráfico permite al hombre resolver problemas de comunicación relacionados a productos, conceptos, imágenes y organizaciones de una manera original y contundente. *“La base del diseño es la conjunción de diversos elementos en una misma área con objeto de lograr una interacción que transmitirá un mensaje dentro de un contexto determinado. El mensaje puede comunicarse e incluso modificarse mediante una cuidadosa manipulación visual de los elementos que van a ser utilizados dentro del área de diseño.”* (Swann, 1995)

Por otro lado, Alejandro Tapia en su revista “Hacia una definición del diseño gráfico” nos afirma que el diseño aparte de ser el arte de comunicar, es una disciplina que respalda las exigencias del entorno, siendo su principal intención facilitar la interacción y relación del ser humano con el mundo.

“Las redes sociales son un ecosistema donde el uso de imágenes es constante y, sin una apuesta por el diseño gráfico, resulta difícil adaptarse al mismo. Pero, además, debes adaptar el diseño a las particularidades de cada red social, su lenguaje y su target con el objetivo de ofrecer contenido único y específico para cada una de ellas.” (Mendoza, 2024)

Para nuestro proyecto, evidenciamos que el diseño de estrategias digitales enfocadas al turismo y específicamente al ecoturismo en la ciudad de Ibagué se realizan mediante redes sociales, aunque estas son más comunes de lo que se piensa, los usuarios carecen de experiencias

más inmersivas y atractivas en ellas, es por ello que la adopción eficaz de estos medios es fundamental para posicionar a Ibagué como un destino turístico nacional y atraer a un mayor número de visitantes a la ciudad.

Así lo afirma Carlos Martínez González en su análisis “Uso de redes sociales en la promoción del turismo regional: caso de estudio Pacho– Colombia.” Donde concluye que *“las empresas son conscientes de la necesidad de adaptar sus estrategias de comunicación empresarial y publicitaria a las peculiaridades de las plataformas 2.0”* (González, 2022) Es aquí donde entra en juego la importancia del branding y el ecoturismo como herramientas para mejorar su reputación turística, ofreciendo así la posibilidad de un crecimiento y un reconocimiento frente al estado actual de la ciudad, lo cual nos permitirá posicionar la ciudad entre las principales a nivel turístico en Colombia.

Continuando con la idea principal de nuestro proyecto, el turismo es un tema que ha crecido constantemente, posicionándose como una de las principales fuentes de ingreso económico a nivel mundial, en este sentido este concepto revolucionario ha adoptado nuevas tipologías adaptadas al entorno, es así como Francisco Orgaz define que el ecoturismo es *“una actividad generadora de beneficios económicos, sociales y medioambientales para la población local y el destino ecoturístico, siempre y cuando, la planificación de esta actividad se desarrolle de forma adecuada, teniendo en cuenta a la población local como principal eje del ecoturismo en el destino.”* (Agüera, 2014).

Es decir que el ecoturismo ha surgido como una práctica que promueve la conservación del medio ambiente, el desarrollo sostenible, y así mismo la recreación, el entretenimiento y el bienestar de comunidades locales. *“Entre los principales impactos positivos que trae consigo la propagación del ecoturístico se encuentra, la contribución al sector público y privado, la generación de empleo, el estímulo a la creación de nuevas tendencias tecnológicas y el fortalecimiento de oportunidades de negocio.”* (Brida, Monterubbianesi, Zapata, 2011).

Es aquí donde nuestro proyecto destaca a Ibagué como un gran potencial ecoturístico al ser una ciudad con gran diversidad y belleza natural, “con ecosistemas que van desde bosques tropicales hasta páramos, lo que se ostenta ser una oportunidad viable en términos de desarrollo económico, social, y propositivo en temas de conciencia y responsabilidad ambiental.” (Bravo, 2018).

En este sentido, el turismo en la ciudad musical se ha convertido en una importante herramienta para el crecimiento económico y el desarrollo sostenible, además el ecoturismo ha surgido como una tendencia en aumento, destacando la importancia de preservar los recursos naturales y promover la conservación del medio ambiente (Agüera, 2014).

El impacto que ha generado el ecoturismo es tal que el gobierno colombiano ha reconocido la relevancia del turismo como un sector clave para la economía del país y ha buscado fomentar su crecimiento y sostenibilidad *“el turismo también está trabajando enfoques de economía circular, pues a más llegada de turistas también las empresas tienen que mejorar*

su tecnología. Así mismo, en las regiones hay que enseñar nuevas formas para el procesamiento de residuos sólidos” (Balaguera, 2023).

Por esto es importante reconocer el potencial con el que cuentan los diferentes lugares turísticos de Ibagué, en el cual muestran, cuidan y protegen la biodiversidad y las posibilidades que trae para el sector en la ciudad, todo esto impulsado con las diferentes herramientas que poseemos en la actualidad, como los diversos canales de difusión y el manejo de diferentes redes sociales en el cual podemos exaltar todos los beneficios y ventajas turísticas con las que cuenta Ibagué, dando a conocer estos lugares de manera masiva.

La reputación turística de una ciudad tiene un papel fundamental en su capacidad para atraer visitantes y generar diversos ingresos a la ciudad y sus habitantes. El branding, o la gestión de la marca, se ha convertido en una herramienta poderosa para mejorar la percepción de un destino turístico y promover sus atractivos de manera efectiva.

“la influencia de las redes sociales en turismo ha incrementado exponencialmente, más aún cuando las mismas se han convertido en el canal ideal para acceder a información sobre viajes y destinos. Gracias a ellas, los viajeros pueden descubrir los lugares más adecuados a sus preferencias, favoreciendo la implementación de estrategias que garanticen una experiencia personalizada para cada cliente.” (Las redes sociales, estrategias de marketing turístico, 2020 diciembre 22).

Si a este proyecto le agregamos unas estrategias de branding bien planificada, podemos destacar los valores y atributos únicos la ciudad, creando una identidad distintiva que resuene con los turistas y los motive a visitar las diversas zonas turísticas de la ciudad.

“El branding hoy en día es tan importante que hasta se ha llegado a decir que no solo es parte del marketing sino que el mismo marketing es branding, sobre todo porque en el proceso de desarrollo de la marca, el marketing no es una función que pueda considerarse de forma aislada. Una vez más, los consumidores ya no compran productos, compran marcas; entonces las gestiones del marketing indudablemente tienen que caer sobre ellas. Un buen programa de "branding" debe lograr hacer a la marca única. Tiene que marcar la diferencia.” Las redes sociales, estrategias de marketing turístico. (2020, diciembre 22)

Ibagué, conocida también como la “Capital Musical de Colombia”, cuenta con una rica diversidad cultural y natural que la hace un destino turístico atractivo. Sus paisajes naturales, como el Parque Nacional Natural Los Nevados y el Cañón del Combeima, ofrecen oportunidades únicas para el ecoturismo y la aventura, sin embargo, a pesar de sus numerosos atractivos, la ciudad aún enfrenta desafíos en términos de visibilidad y reconocimiento a nivel nacional e internacional.

“si bien su acceso es difícil y en muchas ocasiones las autoridades ambientales y volcánicas en Colombia lo declaran en categoría amarilla o naranja lo cual no permite visibilizar una actividad de ascenso al nevado o ingreso al Parque Nacional y, de hecho, desde la óptica de la conservación ambiental no se debería tan siquiera pisar las altas montañas o glaciares como fuentes hídricas de la zona.” (Bravo, 2018)

“Es aquí donde entra en juego la importancia del branding y el ecoturismo como herramientas para mejorar su reputación turística, ofreciendo así la posibilidad de un crecimiento y un reconocimiento frente al estado actual de la ciudad, lo cual nos permitirá posicionar la ciudad entre las principales a nivel turístico en Colombia.” (¿Por qué Ibagué es un destino turístico que vale la pena visitar?, 2022).

Con todos estos factores podemos destacar como el diseño gráfico es fundamental en la visualización, el crecimiento y el posicionamiento de Ibagué como un potencial turístico, esto compilado con las habilidades de branding y evolución en las redes sociales genera un crecimiento turístico y económico en Ibagué, una ciudad que enamora.

METODOLOGÍA

El proceso metodológico del proyecto se lleva a cabo mediante una investigación mixta, teniendo en cuenta lo que se menciona en el sitio web de Enalgo (2023), al definir las metodologías mixtas como aquéllas que combinan tanto métodos cualitativos como cuantitativos; del mismo modo se plantea tener en cuenta dentro de la estructura investigativa y de producción, tres enfoques de análisis importantes, que son mencionados por la autora Sheila Pontis: la investigación para el diseño, investigación a través del diseño, y la investigación por el diseño (Pontis, s. f.).

Como primera medida dentro del proceso investigativo se han propuesto 3 fases: 1. la investigación en donde se busca plantear y definir el tema principal a abordar, 2. La recolección de datos y su análisis para esclarecer la veracidad de la problemática y la asertividad de la propuesta de diseño para contribuir positivamente con la problematización, mediante varias

herramientas como la observación, la encuesta y la entrevista, y 3.El desarrollo productivo en el que se elabora el plan creativo conceptualizado y un el focus group, para la realización y testeo del resultado de diseño final.

En este orden de ideas, inicialmente se prioriza la pregunta problema: ¿Cómo por medio de una estrategia de branding y el ecoturismo se puede mejorar la percepción de Ibagué como una ciudad turística?, con la que se da inicio a la investigación y se procede a la recolección de datos de observación, facilitando la contextualización y primer acercamiento al tema mediante información verídica. Para lo cual se ha realizado la observación a más de 60 personas que han llegado a la ciudad de Ibagué para los días 28, 29 y 30 de marzo correspondientes a días festivos de la semana santa. Como segunda medida se plantea la recolección de datos cuantitativos y cualitativos por medio de la realización de la encuesta de 15 preguntas a 76 personas y la entrevista de 8 preguntas a 7 personas entre los 15 y 60 años, con la que se busca obtener datos básicos sobre el target, para poder establecer el perfil idóneo al que debe llegar la estrategia de branding, también para identificar aspectos fundamentales sobre la relevancia del tema y la solución planteada. Del mismo modo se realiza la recolección de datos cualitativos de testeo mediante la realización del focus group a 5 personas como refuerzo de los procesos anteriores, descubriendo consigo la manera en la que actúan los participantes, sus atributos, su percepción y la relevancia que tiene la propuesta de diseño con el tema para ser abordado.

En última instancia se procede con objetividad a sacar conclusiones pertinentes sobre el proceso, los datos e información colectada, poniendo en evidencia aspectos importantes, el punto de vista de las personas y su percepción, sobre el bajo reconocimiento que presenta Ibagué como ciudad que tiene gran potencial turístico, y cuál es el punto de abordaje propicio para mejorar su reputación.

Preguntas de la encuesta

Generales

1. Nombres y apellidos
2. Edad.
3. Lugar de residencia

Problemática

4. ¿Has visitado la ciudad anteriormente? sí, no.
5. ¿Cuál es la principal razón por la que no has visitado Ibagué como destino turístico?
si, si.
6. ¿Consideras que Ibagué tiene un potencial eco-turístico aprovechable?
7. ¿Si viene un extranjero a la ciudad a qué lugar de Ibagué lo llevarías?
8. ¿Qué tan importante crees que es la promoción turística y ecoturística para una ciudad como Ibagué?
9. ¿Conoces tú puntos de información turística en la ciudad?
10. ¿Qué aspectos crees que se podrían mejorar para impulsar el ecoturismo en Ibagué?
11. ¿Cuál crees que es el sitio insignia de la ciudad?
12. ¿Cuándo sales de paseo a algún sitio natural, en qué estado lo has encontrado?

Solución

13. ¿Cuáles de los siguientes sitios has visitado en Ibagué?
14. ¿De los siguientes grupos de colores cuál consideras que podrían representar la esencia de Ibagué?

15. ¿Cuál crees que es la mejor manera de promocionar los atractivos ecoturísticos de Ibagué?

Preguntas de la entrevista

1. ¿Qué aspectos específicos de la ciudad de Ibagué te llaman más la atención y te motivan a querer visitarla?
2. ¿Qué actividades o lugares específicos te gustaría experimentar o visitar durante tu estadía en Ibagué y por qué?
3. ¿Qué te hace pensar que Ibagué sería el destino ideal para tus vacaciones y cómo crees que encajaría con tus intereses y preferencias de viaje?
4. ¿Has investigado previamente sobre la cultura, la gastronomía o los eventos que se llevan a cabo en Ibagué? ¿Qué aspectos te resultan más atractivos y por qué?
5. ¿Cómo crees que una visita a Ibagué contribuiría a enriquecer tus experiencias de viaje y tus conocimientos sobre Colombia?
6. ¿Qué actividades recreativas o de entretenimiento esperas encontrar en Ibagué que no hayas experimentado en otros destinos y qué te hace sentir curiosidad por ellas?
7. ¿Considera actualmente que Ibagué está dentro de sus posibles destinos para vacacionar?
8. ¿Has tenido alguna experiencia previa en ciudades similares a Ibagué que te haya hecho sentir un profundo afecto o cariño por el lugar? ¿Qué crees que podría generar ese mismo sentimiento de conexión emocional en Ibagué y cómo influiría en tu percepción y experiencia personal?

Preguntas del Focus Group

1. ¿Cómo describirían actualmente la reputación turística de Ibagué y cuales aspectos piensan que ayudarían a mejorarla?
2. ¿Qué es lo primero que les viene a la mente cuando escuchan la palabra "ecoturismo"?
3. ¿Qué opinas sobre el diseño propuesto para promover el ecoturismo en Ibagué? ¿Crees que refleja adecuadamente la identidad y los valores naturales de la ciudad?
4. ¿Cuál es la primera impresión que tienen al ver la propuesta?
5. ¿Que sientes o que te transmite la propuesta?
6. ¿Hay algún aspecto del diseño que creen que podría mejorarse o que no esté claro?
7. ¿Qué canales de comunicación consideran más efectivos para difundir la marca turística de Ibagué?

RESULTADOS

FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA N°2	
FECHA	28/03/2024
DURACIÓN	2 horas
N° PERSONAS	38
ELABORA	Silvia Paola Ozaeta Oyola
LUGAR	Plaza Simón Bolívar - Ibagué
LO OBSERVADO	<p>Entre las 4 y las 6 de la tarde se evidencio el tránsito de gran cantidad de personas en el lugar.</p> <p>De las 38 personas que se observaron la mayoría fueron grupos familiares, es decir adultos mayores, adultos, jóvenes y niños.</p> <p>Se observa que la mayoría de personas que se encuentran en el lugar,</p>

aparentemente son visitantes, muchos se tomaban fotos, paseaban y disfrutaban del ambiente. Las personas parecían felices y relajadas, los niños jugaban en el lugar corriendo y disfrutando del parque, los adultos interactúan de manera amigable entre sí y con los vendedores.

INDICADOR	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	EN OCASIONES	NUNCA
Personas que llegan en transporte privado	x			
Grupos familiares		x		
Personas que compran souvenirs en el lugar.	x			
Interacción con los lugareños para pedir información.			x	

FICHA N°2

FECHA	30/03/2024
DURACIÓN	1 horas
N° PERSONAS	22
ELABORA	Juan Esteban Aguado Izquierdo
LUGAR	Cañón del Combeima - Ibagué
LO OBSERVADO	<p>Entre las 8 y las 9 de la mañana se evidencio el tránsito de gran cantidad de personas en el lugar.</p> <p>De las 22 personas que se observaron la mayoría fueron parejas, familias, y grupos de caminatas</p> <p>Se observa que la mayoría de personas que suben al cañón del combeima, no sólo son visitantes, muchos son grupos de personas que hacen caminatas y tienen rutas para explorar el lugar. Las</p>

personas tienen una disposición diferente a la de la ciudad, se ríen más, interactúan y hablan más entre ellos, comparten comida, se evidencia también que muchas personas dejan sus desechos en el lugar.

INDICADOR	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	EN OCASIONES	NUNCA
Personas que llegan en transporte privado		x		
Grupos familiares			x	
Personas que compran souvenirs en el lugar.	x			
Interacción con los lugareños para pedir información.		x		

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA

Nº 1	
FECHA Y HORA DE LA ENTREVISTA	10/04/2024
LUGAR ENTREVISTA	Ibagué, Tolima
ENTREVISTADO/A	Albert Stiven Tique
TRANSCRIPTOR/A	Juan Esteban Aguado Izquierdo
TRANSCRIPCIÓN	CODIFICACIÓN ABIERTA
<p>1¿Qué aspectos específicos de la ciudad de Ibagué te llaman más la atención y te motivan a querer visitarla?</p> <p>R/Los monumentos y su historia (el boga, el</p>	<p>-Es una persona que vive en Ibagué y tiene un gran sentido de pertenencia por la ciudad sin embargo su mayor conexión con la ciudad es por la parte musical.</p>

parque de la música) y el conservatorio y sus eventos musicales. Me apasiona mucho la música, eso creo que es lo que más me motiva.

2 ¿Qué actividades o lugares específicos te gustaría experimentar o visitar durante tu estadía en Ibagué y por qué?

R/Conciertos de música clásica en el conservatorio, conocer el parque ecológico, probar la gastronomía de la ciudad; También me encantaría visitar el Parque Nacional Natural Los Nevados para poder conocerlos y hacer algunas caminatas por los senderos en juntas.

3 ¿Qué te hace pensar que Ibagué sería el destino ideal para tus vacaciones y cómo crees que encajaría con tus intereses y preferencias de viaje?

R/Que tiene un buen clima, para ir a varias piscinas y lugares relajantes; además considero que Ibagué es un destino interesante para mis vacaciones debido a mi interés por la música y actividades al aire libre

4 ¿Has investigado previamente sobre la cultura, la gastronomía o los eventos que se llevan a cabo en Ibagué? ¿Qué aspectos te resultan más atractivos y por qué?

R/ El día del Tolima, siento que es importante resaltar nuestra historia y así mismo resaltar nuestras tradiciones como bailes, música y comida, yo encuentro muy atractivos estos aspectos.

5 ¿Cómo crees que una visita a Ibagué contribuiría a enriquecer tus experiencias de

-Al igual que muchas personas considera que lo más representativo de la ciudad es el tamal y la lechona.

-También identifica sitios naturales ecoturísticos, como el Parque Nacional Natural de los Nevados.

-Le gusta también tener pasatiempos al aire libre como el senderismo, y son sitios de su interés como lo es Juntas.

-Considera que lo que genera una conexión con la ciudad es la hospitalidad de la mayoría de sus habitantes, al igual que hay una gran variedad de lugares naturales para descansar de la rutina.

viaje y tus conocimientos sobre Colombia?

R/Amplía mi conocimiento de Colombia, además Ibagué-Tolima ofrece una historia gastronómica que impacta culturalmente en Colombia Creo que visitar Ibagué sería una experiencia enriquecedora que me permitiría conocer más sobre la diversidad cultural y natural de nuestras raíces.

6 ¿Qué actividades recreativas o de entretenimiento esperas encontrar en Ibagué que no hayas experimentado en otros destinos y qué te hace sentir curiosidad por ellas?

R/ El conservatorio de Ibagué, sus conciertos son toda una experiencia, sin embargo, me gustaría encontrar actividades recreativas que sean diferentes a las que estoy acostumbrado. Me gustaría tener la posibilidad de explorar nuevos pasatiempos durante mi visita a la ciudad.

7 ¿Considera actualmente que Ibagué está dentro de sus posibles destinos para vacacionar?

R/Sí, actualmente considero a Ibagué como uno de mis posibles destinos para vacacionar. Después de todo me gusta la ciudad y sus atractivos, estoy convencido de que sería una excelente opción para disfrutar las vacaciones.

8. ¿Has tenido alguna experiencia previa en ciudades similares a Ibagué que te haya hecho sentir un profundo afecto o cariño por el lugar? ¿Qué crees que podría generar ese mismo sentimiento de conexión emocional en

Ibagué y cómo influiría en tu percepción y experiencia personal?

R/ La calidez de las personas y la belleza de su entorno natural me han dejado recuerdos inolvidables. Creo que eso es lo que podría generar ese mismo sentimiento de conexión emocional en Ibagué en otras personas, la autenticidad y la hospitalidad de sus habitantes, así como la oportunidad de explorar sus ambientes naturales.

FECHA Y HORA DE LA ENTREVISTA	10/04/2024
LUGAR ENTREVISTA	Ibagué, Tolima
ENTREVISTADO/A	Yenny Andrea Escobar Suarez San Vicente del Caguán
TRANSCRIPTOR/A	Silvia Paola Ozaeta
TRANSCRIPCIÓN	CODIFICACIÓN ABIERTA
<p>1 ¿Qué aspectos específicos de la ciudad de Ibagué te llaman más la atención y te motivan a querer visitarla?</p> <p>R/Turismo, yo creo que lo más interesante de Ibagué para mí es su cultura y su riqueza natural. La ciudad está rodeada de hermosos paisajes, como el Cañón del Combeima y el Parque Nacional Natural Los Nevados, que siempre me han fascinado y me motivan a querer explorar más sobre Ibagué.</p> <p>2 ¿Qué actividades o lugares específicos te gustaría experimentar o visitar durante tu estadía en Ibagué y por qué?</p> <p>R/Durante mi estadía en Ibagué, me encantaría visitar el Nevado del Ruiz o lugares emblemáticos como la Plaza de Bolívar y la Catedral Primada de Ibagué para conectarme con la historia y la arquitectura de la ciudad. Otra cosa que me gustaría probar es su gastronomía, como el tamal tolimense.</p> <p>3 ¿Qué te hace pensar que Ibagué sería el destino ideal para tus vacaciones y cómo crees que encajaría con tus intereses y preferencias de viaje?</p>	<p>- Le gustan lugares culturales y naturales, tiene presente lugares como el Cañón del Combeima y el Parque Nacional de los Nevados, Nevado del Ruiz, la plaza Bolívar, catedral primada de Ibagué.</p> <p>-Identifica como platos típicos la lechona y el tamal tolimense.</p> <p>-Considera que es una ciudad económica, de fácil acceso.</p> <p>-Le llama la atención que tenga actividades culturales y naturales.</p> <p>- Tiene conocimiento sobre algunos eventos culturales o musicales que se realizan en la ciudad.</p> <p>-Es una persona que ha investigado datos o eventos de la ciudad y que ya ha viajado anteriormente a Ibagué.</p> <p>-Considera que la ciudad es un</p>

R/Yo considero que la ciudad tiene una gran variedad de destinos económicos, además ofrece algunas actividades culturales, naturales y gastronómicas muy interesantes.

4 ¿Has investigado previamente sobre la cultura, la gastronomía o los eventos que se llevan a cabo en Ibagué? ¿Qué aspectos te resultan más atractivos y por qué?

R/Sí he investigado, y he encontrado una variedad en los destinos, conciertos de música clásica, también está el folclor tolimense y el Festival Folclórico Colombiano, que es uno de los eventos más destacados de la ciudad. También he tenido la oportunidad de probar sus platos típicos, como la lechona y el Tamal, son simplemente deliciosos.

5 ¿Cómo crees que una visita a Ibagué contribuiría a enriquecer tus experiencias de viaje y tus conocimientos sobre Colombia?

R/Creo que Ibagué ofrece una oportunidad para compartir buenos momentos y experiencias con mi familia, también considero que se puede aprender más sobre la cultura y tradiciones que existen en Colombia. también ofrece la oportunidad de explorar lugares únicos que solo se pueden encontrar aquí, lo que hace de la ciudad una gran experiencia.

6 ¿Qué actividades recreativas o de entretenimiento esperas encontrar en Ibagué que no hayas experimentado en otros destinos y qué te hace sentir curiosidad por ellas?

R/Caminatas y variedad de paisajes. Espero encontrar en Ibagué actividades recreativas como el senderismo en el Nevado del Tolima

buen lugar para compartir en familia.

7 ¿Considera actualmente que Ibagué está dentro de sus posibles destinos para vacacionar?

R/Sí, considero que esta ciudad es un buen destino para vacacionar. Sin embargo, hay otras ciudades que están un poco más cerca de mi lugar de residencia, pero sí me gustaría poder visitar Ibagué de manera más seguida.

8. ¿Has tenido alguna experiencia previa en ciudades similares a Ibagué que te haya hecho sentir un profundo afecto o cariño por el lugar? ¿Qué crees que podría generar ese mismo sentimiento de conexión emocional en Ibagué y cómo influiría en tu percepción y experiencia personal?

R/Si, he venido a Ibagué para visitar a mi familia y la pasamos muy bien, estoy segura de que cualquier persona que visite Ibagué también sentirá este profundo afecto y cariño, lo que influirá positivamente en su percepción y experiencia personal.

FECHA Y HORA DE LA ENTREVISTA	10/04/2024
LUGAR ENTREVISTA	Ibagué, Tolima
ENTREVISTADO/A	Juan David Cortaza Perez Florenia - Caquetá
TRANSCRIPTOR/A	Juan Esteban Aguado Izquierdo
TRANSCRIPCIÓN	CODIFICACIÓN ABIERTA
<p>1 ¿Qué aspectos específicos de la ciudad de Ibagué te llaman más la atención y te motivan a querer visitarla?</p> <p>R/Lo que más me gustaría es probar la comida típica de la región 'Gastronomía' he escuchado que sus platos típicos son muy ricos.</p> <p>2 ¿Qué actividades o lugares específicos te gustaría experimentar o visitar durante tu estadía en Ibagué y por qué?</p> <p>R/Pasar un día en el Parque Nacional Natural Los Nevados: Aunque está un poco más lejos, es una oportunidad increíble para ver de cerca los paisajes volcánicos y los ecosistemas de páramo. Sí voy a Ibagué, me gustaría experimentar la autenticidad. También me atraen las actividades al aire libre, como el senderismo en los alrededores de la ciudad y la visita a los parques naturales.</p> <p>3 ¿Qué te hace pensar que Ibagué sería el destino ideal para tus vacaciones y cómo crees que encajaría con tus intereses y preferencias de viaje?</p>	<p>-Esta persona conoce algunas cosas sobre la ciudad de Ibagué, sin embargo, nunca la ha visitado.</p> <p>-Pese a que no ha visitado la ciudad hay lugares como el Parque Nacional de los Nevados.</p> <p>-Tiene como gusto actividades al aire libre, Ibagué le llama la atención por su flora y lugares ecoturísticos.</p> <p>-También le llama la atención los eventos folclóricos que hay en la ciudad porque no los conoce.</p> <p>-La razón por la que no se ha animado a visitar la capital musical es por temas de presupuesto y porque en el lugar donde radica tiene otros sitios o municipios más cerca en los que</p>

R/Ibagué me llama poderosamente la atención como destino ideal dado que no lo conozco, sería una buena idea explorar la ciudad y sus destinos turísticos.

4 ¿Has investigado previamente sobre la cultura, la gastronomía o los eventos que se llevan a cabo en Ibagué? ¿Qué aspectos te resultan más atractivos y por qué?

R/No, no he investigado previamente en profundidad sobre Ibagué de lo que he buscado por internet sobre Ibagué, sin embargo, lo relaciono y lo encuentro atractivo por su música folclórica y sus festivales culturales.

5 ¿Cómo crees que una visita a Ibagué contribuiría a enriquecer tus experiencias de viaje y tus conocimientos sobre Colombia?

R/Una visita a Ibagué podría enriquecer mis experiencias de viaje y ampliar mis conocimientos sobre Colombia en gastronomía, festivales o eventos. Creo que visitarla también me puede ofrecer una perspectiva más amplia sobre la fauna y flora.

6 ¿Qué actividades recreativas o de entretenimiento esperas encontrar en Ibagué que no hayas experimentado en otros destinos y qué te hace sentir curiosidad por ellas?

R/Muchas, porque no he tenido la oportunidad de participar en actividades, pero espero encontrar en Ibagué actividades como miradores naturales para disfrutar de vistas panorámicas impresionantes, así como la oportunidad de participar en actividades culturales locales, como talleres de música y danza folclórica.

puede disfrutar de actividades similares a las que tiene presente de Ibagué.

7 ¿Considera actualmente que Ibagué está dentro de sus posibles destinos para vacacionar?

R/No, yo considero que es una ciudad que tiene varias actividades y diversidad de cosas por hacer, pero no creo que me quedaría más de una semana por temas de presupuesto y esta también es la razón por la que no he ido.

8. ¿Has tenido alguna experiencia previa en ciudades similares a Ibagué que te haya hecho sentir un profundo afecto o cariño por el lugar? ¿Qué crees que podría generar ese mismo sentimiento de conexión emocional en Ibagué y cómo influiría en tu percepción y experiencia personal?

R/No, no conozco Ibagué, aunque no he tenido experiencias previas en ciudades exactamente similares a Ibagué, he visitado lugares con características culturales y naturales únicas que han dejado una profunda impresión en mí. Creo que la conexión emocional con Ibagué podría surgir si es auténtica y si su ambiente es acogedor, lo que sin duda influiría en mi percepción y experiencia personal durante alguna visita.

FECHA Y HORA DE LA ENTREVISTA	10/04/2024
LUGAR ENTREVISTA	Ibagué, Tolima
ENTREVISTADO/A	Nicolás álzate Lastra
TRANSCRIPTOR/A	Silvia Paola Ozaeta
TRANSCRIPCIÓN	CODIFICACIÓN ABIERTA
<p>1 ¿Qué aspectos específicos de la ciudad de Ibagué te llaman más la atención y te motivan a querer visitarla?</p> <p>R/Las reservas naturales que tiene la ciudad, me atrae especialmente el Cañón del Combeima, con sus imponentes paisajes y senderos ecológicos, me parece un lugar ideal para conectar con la naturaleza y escapar del bullicio de la ciudad.</p> <p>2 ¿Qué actividades o lugares específicos te gustaría experimentar o visitar durante tu estadía en Ibagué y por qué?</p> <p>R/Sus festivales artísticos, folclóricos y planes ecoturísticos, además me gustan actividades como senderismo por los caminos del Cañón del Combeima.</p> <p>3 ¿Qué te hace pensar que Ibagué sería el destino ideal para tus vacaciones y cómo crees que encajaría con tus intereses y preferencias de viaje?</p> <p>R/Porque es un lugar lleno de naturaleza para desconectarse de las obligaciones del día a día</p>	<p>-Esta persona radica en la ciudad, tiene un gran aprecio por la naturaleza y por eventos culturales principalmente el baile.</p> <p>-Ver lugares como el cañón del Combeima y otros que están situados en la naturaleza como un escape de la rutina y relajación.</p> <p>-Es una persona muy activa, le gusta participar en diferentes actividades principalmente las que se ubican en lugares naturales.</p> <p>-Tiene como lugar de relajación el Jardín Botánico San Jorge.</p> <p>-Considera que las personas y el barrio la Pola son un ambiente acogedor para él.</p> <p>-También tiene un gran sentido de pertenencia y le gustan mucho los platos típicos de la ciudad.</p>

reúne todo lo que busco en unas vacaciones: naturaleza, aventura, cultura y tradición. La calidez de su gente, visible en el Barrio La Pola, me atrae por el ambiente acogedor que se respira. Además, el Jardín Botánico San Jorge me parece un lugar perfecto para relajarse y apreciar la diversidad de la flora colombiana.

4 ¿Has investigado previamente sobre la cultura, la gastronomía o los eventos que se llevan a cabo en Ibagué? ¿Qué aspectos te resultan más atractivos y por qué?

R/Si, la gran variedad que hay, he indagado un poco más sobre la cultura de Ibagué y me he percatado que he visitado el Museo de Arte del Tolima. Por otro lado, también tenemos la gastronomía ibaguereña, con platos como la lechona y el tamal tolimense, eventos como el Festival Nacional de la Música del Tolima, o el palo pa rumba, donde puedo disfrutar del talento local.

5 ¿Cómo crees que una visita a Ibagué contribuiría a enriquecer tus experiencias de viaje y tus conocimientos sobre Colombia?

R/Es una ciudad llena de elementos culturales que pueden resultar enriquecedoras. Me permite descubrir más sobre mi región, cultura, tradiciones y gastronomía, complementando mi visión. Además, como mencioné anteriormente Ibagué se presenta como un destino ideal para conectar con la naturaleza y vivir experiencias al aire libre.

6 ¿Qué actividades recreativas o de entretenimiento esperas encontrar en

Ibagué que no hayas experimentado en otros destinos y qué te hace sentir curiosidad por ellas?

R/Además de eventos musicales o de baile como el palo pa rumba no sé qué otras actividades se desarrollan.

7 ¿Considera actualmente que Ibagué está dentro de sus posibles destinos para vacacionar?

R/Sí definitivamente, Ibagué es la combinación de naturaleza, cultura, aventura y gastronomía me parece que es lo más llamativo que tenemos. Estoy seguro de que Ibagué puede sorprender y dejar recuerdos inolvidables.

8. ¿Has tenido alguna experiencia previa en ciudades similares a Ibagué que te haya hecho sentir un profundo afecto o cariño por el lugar? ¿Qué crees que podría generar ese mismo sentimiento de conexión emocional en Ibagué y cómo influiría en tu percepción y experiencia personal?

R/No he tenido la fortuna de visitar ciudades similares a Ibagué, pero en Ibagué, igualmente se puede encontrar un ambiente acogedor y sentirse conectado con la ciudad y su gente.

FECHA Y HORA DE LA ENTREVISTA	10/04/2024
LUGAR ENTREVISTA	Ibagué, Tolima
ENTREVISTADO/A	Oscar Ordóñez Bogotá
TRANSCRIPTOR/A	Juan Esteban Aguado Izquierdo
TRANSCRIPCIÓN	CODIFICACIÓN ABIERTA
<p>1 ¿Qué aspectos específicos de la ciudad de Ibagué te llaman más la atención y te motivan a querer visitarla?</p> <p>R/Las zonas verdes naturales (campestres) son de fácil acceso y me parece que tiene un clima acogedor, además tiene personas carismáticas.</p> <p>2 ¿Qué actividades o lugares específicos te gustaría experimentar o visitar durante tu estadía en Ibagué y por qué?</p> <p>R/Vía a Villa Restrepo porque es un ambiente natural tranquilo con restaurantes al aire libre y actividades como acampar me gusta descansar y vivir aventuras únicas en Ibagué. Recorrer el Cañón del Combeima.</p> <p>3 ¿Qué te hace pensar que Ibagué sería el destino ideal para tus vacaciones y cómo crees que encajaría con tus intereses y preferencias de viaje?</p> <p>R/Es fácil de recorrer por sus distancias cortas entre puntos de interés y es una ciudad económica es el destino ideal para mis</p>	<p>-A esta persona le gusta Ibagué porque ve que tiene diferentes actividades o lugares como restaurantes al aire libre.</p> <p>-Conoce Villa Restrepo, y por lo que menciona suele viajar no tan constante pero sí con cierta frecuencia.</p> <p>-El clima le parece acogedor y con las personas que ha interactuado le parece que son carismáticas, se siente cómodo en la ciudad.</p> <p>-Considera que una gran ventaja de la ciudad es recorrer de una distancia a otra y también la considera como un municipio económico, por lo que lo ve potencial para ir de vacaciones y cambiar de ambiente.</p> <p>-Le llama la atención eventos folclóricos como el San Juan. y también le gustaría conocer el museo del arte del Tolima.</p> <p>-Ha investigado cosas sobre la ciudad, por lo que tiene interés por el municipio y sus actividades.</p>

vacaciones. Combina la tranquilidad de la naturaleza con la vibrante energía de la ciudad, la calidad y amabilidad de las personas.

4 ¿Has investigado previamente sobre la cultura, la gastronomía o los eventos que se llevan a cabo en Ibagué? ¿Qué aspectos te resultan más atractivos y por qué?

R/ La comida porque es muy típica y trae recuerdos. La gente es tranquila. El San Juan con sus desfiles y fiestas He investigado y me gustaría mucho conocer el Museo de Arte del Tolima.

5 ¿Cómo crees que una visita a Ibagué contribuiría a enriquecer tus experiencias de viaje y tus conocimientos sobre Colombia?

R/Aprendes sobre su cultura, el clima, las comidas que son muy diferentes a otras zonas del país, al igual que sus costumbres, creo que cada rincón de Ibagué me contaría historias, me generaría un sentido de pertenencia.

6 ¿Qué actividades recreativas o de entretenimiento esperas encontrar en Ibagué que no hayas experimentado en otros destinos y qué te hace sentir curiosidad por ellas?

R/ Desfiles y fiestas de ese estilo Ibagué me ofrece varias actividades, pero las que más me interesan son las fiestas de mitad de año San Juan.

7 ¿Considera actualmente que Ibagué está

-Tiene cierto cariño y aprecio por la ciudad y por las personas con las que interactúa en Ibagué.

dentro de sus posibles destinos para vacacionar?

R/ Sí, Ibagué es una ciudad en la que se puede vacacionar. Es un lugar que me llena de orgullo, que me conecta con la naturaleza y me ofrece experiencias únicas. Sin duda, Ibagué está en mi lista de próximos destinos para disfrutar de unas vacaciones inolvidables.

8. ¿Has tenido alguna experiencia previa en ciudades similares a Ibagué que te haya hecho sentir un profundo afecto o cariño por el lugar? ¿Qué crees que podría generar ese mismo sentimiento de conexión emocional en Ibagué y cómo influiría en tu percepción y experiencia personal?

R/ No he experimentado eso con otras ciudades, pero la conexión se genera cuando sientes que estás en una ciudad tranquila, de trayectos cortos, comida rica. Influye porque la tranquilidad es lo primero que tengo en cuenta cuando se trata de un destino turístico.

FECHA Y HORA DE LA ENTREVISTA	10/04/2024
LUGAR ENTREVISTA	Ibagué, Tolima
ENTREVISTADO/A	Jaime Abaunza Buenos Aires Argentina
TRANSCRIPTOR/A	Juan Esteban Aguado Izquierdo
TRANSCRIPCIÓN	CODIFICACIÓN ABIERTA
<p>1 ¿Qué aspectos específicos de la ciudad de Ibagué te llaman más la atención y te motivan a querer visitarla?</p> <p>R/Los centros comerciales y la naturaleza, como el Cañón del Combeima y el río Combeima.</p> <p>2 ¿Qué actividades o lugares específicos te gustaría experimentar o visitar durante tu estadía en Ibagué y por qué?</p> <p>R/En Ibagué, deseo vivir aventuras inolvidables. Ir a parques o lugares de paintball o bolos, para compartir con amigos.</p> <p>3 ¿Qué te hace pensar que Ibagué sería el destino ideal para tus vacaciones y cómo crees que encajaría con tus intereses y preferencias de viaje?</p> <p>R/Me permite escapar de la rutina y compartir con familiares y amigos. Además, la ciudad ofrece una combinación perfecta de naturaleza, cultura, diversión satisfaciendo mis intereses y preferencias de viaje.</p>	<p>-Percibe a Ibagué como una ciudad con 3 sitios potenciales, centros comerciales cañón del Combeima, actividades como paint ball.</p> <p>-Ibagué se perfila como un destino atractivo para él, debido a la diversa oferta de actividades, riqueza cultural y entorno natural</p> <p>- Ve la ciudad como un descanso de lo cotidiano, y para compartir con sus allegados.</p> <p>-Le llama la atención los eventos folclóricos, y le gusta la gastronomía, sin embargo, sólo identifica la lechona y el tamal.</p> <p>-Su expectativa es tener una experiencia enriquecedora que le permita conectar con la ciudad y su gente de manera significativa.</p> <p>-Clasifica los eventos en música y baile.</p> <p>- Más que una conexión con la ciudad, su razón de viajar a la ciudad son sus familiares.</p>

4 ¿Has investigado previamente sobre la cultura, la gastronomía o los eventos que se llevan a cabo en Ibagué? ¿Qué aspectos te resultan más atractivos y por qué?

R/Me gustan las fiestas que se celebran en San Juan, igual las comidas es algo muy representativo que siempre me ha llamado la atención.

5 ¿Cómo crees que una visita a Ibagué contribuiría a enriquecer tus experiencias de viaje y tus conocimientos sobre Colombia?

R/Es un canal turístico a mi parecer, por estar cerca de grandes sitios turísticos como Bogotá, por lo que la diversidad cultural se puede apreciar allá.

6 ¿Qué actividades recreativas o de entretenimiento esperas encontrar en Ibagué que no hayas experimentado en otros destinos y qué te hace sentir curiosidad por ellas?

R/Actividades relacionadas con la música pues es la capital. además de que hay bastante talento en ese aspecto al igual que el baile y la danza tradicional.

7 ¿Considera actualmente que Ibagué está dentro de sus posibles destinos para vacacionar?

R/Sí, para mí Ibagué se ha convertido en una opción a considerar para mis próximos viajes. La combinación de lo urbano y lo natural,

cultura, diversión y gastronomía, lo hacen un destino atractivo y accesible.

8. ¿Has tenido alguna experiencia previa en ciudades similares a Ibagué que te haya hecho sentir un profundo afecto o cariño por el lugar? ¿Qué crees que podría generar ese mismo sentimiento de conexión emocional en Ibagué y cómo influiría en tu percepción y experiencia personal?

R/Si, yo creería que son las personas que viven allí, las que me hacen sentir afecto hacia Ibagué. Creo que eso también tiene que ver con la calidad de las personas y el ambiente en general.

FECHA Y HORA DE LA ENTREVISTA	10/04/2024
LUGAR ENTREVISTA	Ibagué, Tolima
ENTREVISTADO/A	Kelly Perdomo Ibagué
TRANSCRIPTOR/A	Silvia Paola Ozaeta

TRANSCRIPCIÓN	CODIFICACIÓN ABIERTA
<p>1 ¿Qué aspectos específicos de la ciudad de Ibagué te llaman más la atención y te motivan a querer visitarla?</p> <p>R/La ciudad es conocida como la "Capital Musical de Colombia", lo que significa que tiene una rica tradición musical y es sede del Festival Folclórico Colombiano, un evento cultural muy importante. Además, está rodeada de paisajes naturales, como el Cañón del Combeima, siendo un destino que es especial por el ecoturismo que se realiza allí y el senderismo.</p> <p>2 ¿Qué actividades o lugares específicos te gustaría experimentar o visitar durante tu estadía en Ibagué y por qué?</p> <p>R/Actividades al aire libre como senderismo, observación de aves o simplemente disfrutar de un picnic, acampar, explorar la arquitectura colonial, comer.</p> <p>3 ¿Qué te hace pensar que Ibagué sería el destino ideal para tus vacaciones y cómo crees que encajaría con tus intereses y preferencias de viaje?</p>	<p>-Tiene presente diferentes lugares y eventos que se realizan en la ciudad, también sabe en qué actividades puede interactuar.</p> <p>-Ha practicado actividades al aire libre, como acampar, conoce varios lugares al aire libre.</p> <p>-Le gusta y ha recorrido lugares donde admira la arquitectura colonial, tiene un gran sentido de pertenencia.</p> <p>-Considera que es una ciudad económica con una gran variedad de planes.</p> <p>-Una buena experiencia puede generar cariño y una conexión con la ciudad.</p>

R/Ibagué ofrece una combinación perfecta de cultura y naturaleza, lo que la convierte en un destino ideal para unas vacaciones. Además, su comida es imperdible.

4 ¿Has investigado previamente sobre la cultura, la gastronomía o los eventos que se llevan a cabo en Ibagué? ¿Qué aspectos te resultan más atractivos y por qué?

R/El folclor, la gastronomía y la naturaleza. Por su diversidad, encontrar todo esto en un solo lugar y fácil de desplazarse.

5 ¿Cómo crees que una visita a Ibagué contribuiría a enriquecer tus experiencias de viaje y tus conocimientos sobre Colombia?

R/Una visita a Ibagué enriquecería mis experiencias de viaje al sumergirme en la cultura musical de Colombia, explorar la deliciosa gastronomía local y ver los paisajes naturales que rodean la ciudad. Además, me brindaría la oportunidad de conocer la historia y la arquitectura colonial de la región, contribuyendo así a ampliar mis conocimientos sobre la diversidad y el patrimonio cultural de Colombia.

6 ¿Qué actividades recreativas o de entretenimiento esperas encontrar en Ibagué que no hayas experimentado en otros destinos y qué te hace sentir curiosidad por ellas?

R/ Conectar con la naturaleza de una manera única, que, aunque se puede experimentar en otros destinos, la economía que tiene Ibagué

es una gran ventaja.

7 ¿Considera actualmente que Ibagué está dentro de sus posibles destinos para vacacionar?

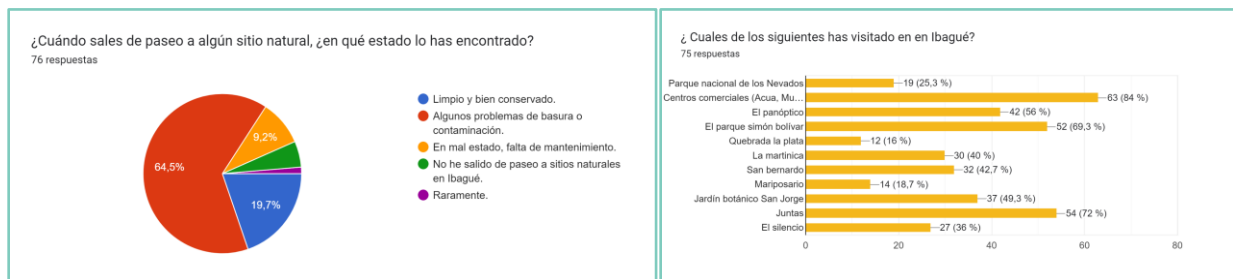
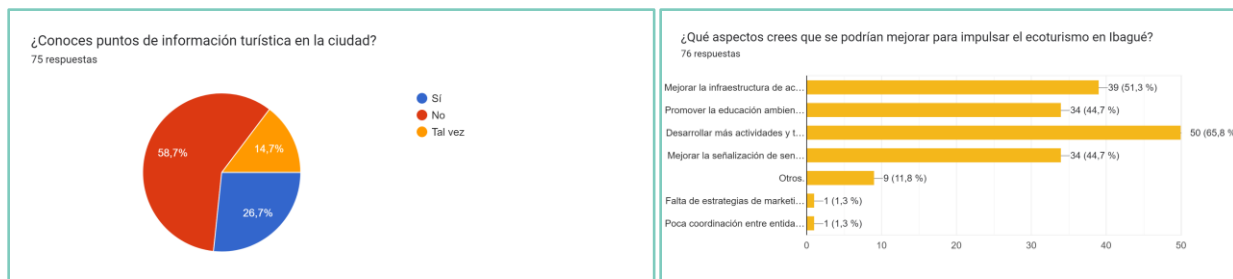
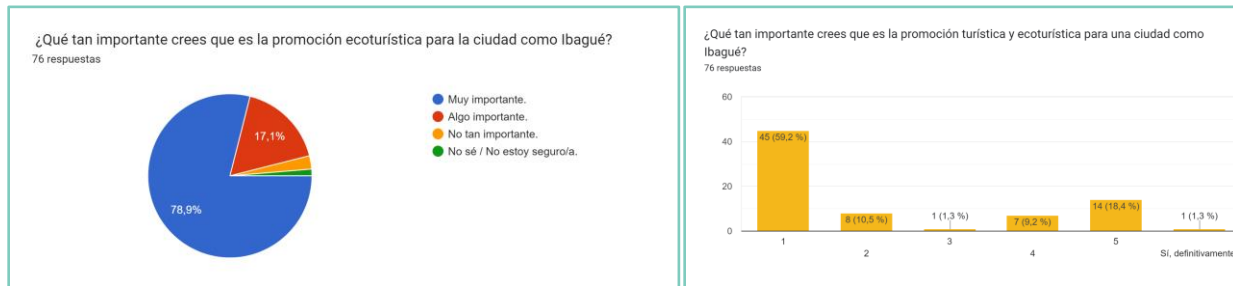
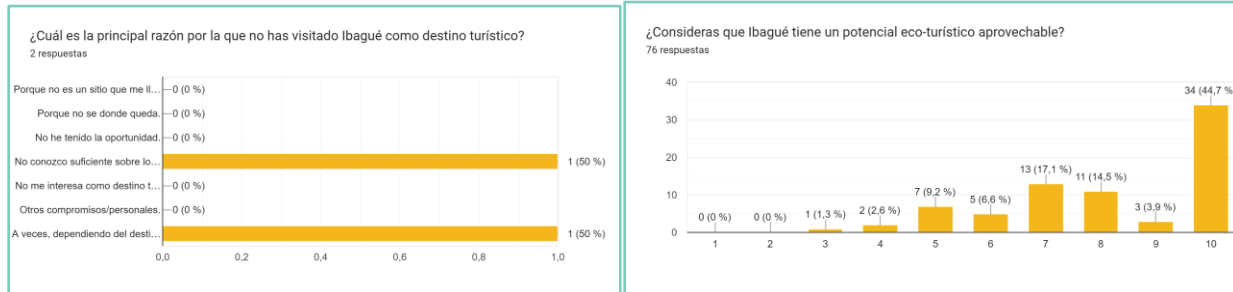
R/Si, por su economía y buenos planes.

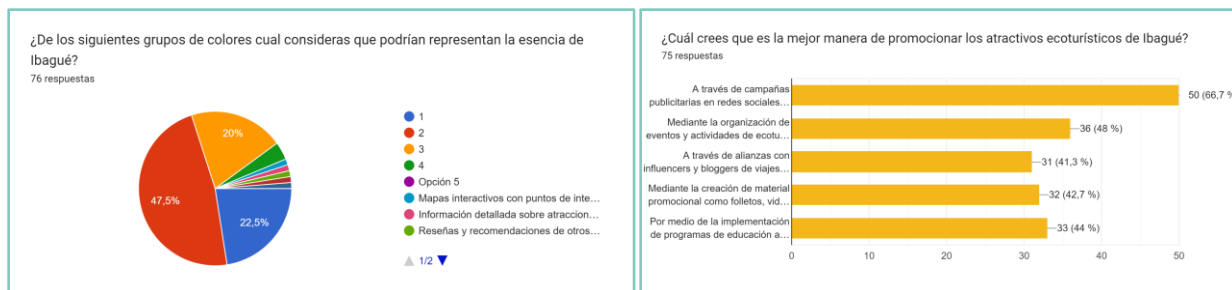
8. ¿Has tenido alguna experiencia previa en ciudades similares a Ibagué que te haya hecho sentir un profundo afecto o cariño por el lugar? ¿Qué crees que podría generar ese mismo sentimiento de conexión emocional en Ibagué y cómo influiría en tu percepción y experiencia personal?

R/Pereira es un destino y una experiencia increíble, me gusta su cultura, he tenido la oportunidad de ir a lugares de ecoturismo y hacer balsaje, por otro lado en Montenegro se encuentra un lugar llamado "Las bailarinas" lo encontramos por accidente con mi familia y fue una experiencia que no olvidaré, además de pasadía o estadía se encontraba una serie de actividades extremas, senderismo, río, piscina, mucha variedad que se adapta a los gustos de cada integrante de la familia y disfrutamos ese recuerdo.

Una experiencia parecida en Ibagué haría que quisiera volver cuanto antes y también contaría mi experiencia con el que pudiera. No tener expectativas claras y llevarse una buena sorpresa hace que el efecto de alegría y satisfacción sea aún más.

ENCUESTA





ANÁLISIS Y CONCLUSIONES

- Aunque algunos encuestados aún no han visitado la ciudad como destino turístico, la mayoría reconoce el potencial eco-turístico de Ibagué, lo que sugiere que la ciudad cuenta con atractivos naturales y culturales a los que las personas estarían dispuestas a conocer y explorar.
- La mayoría de los encuestados consideran que la promoción turística y ecoturística es importante para una ciudad como Ibagué, pero que existe la necesidad de estrategias de promoción efectivas para atraer más visitantes y maximizar su potencial turístico.
- De los resultados podemos traer a colación que las personas en esta época obtienen información sobre atractivos turísticos principalmente a través de medios digitales, pero que también en temas de turismo por medios tradicionales como folletos y puntos de información, lo que resalta la importancia de mantener canales de información actualizados y accesibles.
- También se pudo percibir la preocupación que tienen las personas por el estado de los sitios naturales, lo que indica una sensibilidad hacia la conservación ambiental y sugiere que los visitantes valoran la preservación de la naturaleza y están dispuestos a apoyar prácticas turísticas sostenibles.

- Por otro lado, basados en la entrevista, vemos como se mencionan experiencias previas en ciudades similares a Ibagué que les han generado un profundo afecto o cariño por el lugar, lo que nos permite aludir que Ibagué con su gran potencial tiene que crear conexiones emocionales similares a través de sus atractivos culturales, gastronómicos y naturales, lo que puede influir en la percepción y experiencia personal de los visitantes.
- Del mismo modo se evidencia que la presencia predominante de grupos familiares, que incluyen adultos mayores, adultos, jóvenes y niños, insinúa que las personas perciben a Ibagué como un destino acogedor y adecuado para disfrutar en familia. El hecho de que las personas estén felices, relajadas y disfrutando del ambiente refuerza esta percepción positiva de la ciudad.

CRONOGRAMA

Semana del 1 al 7 de abril

- Investigación y análisis de mercado sobre la imagen actual de Ibagué como destino turístico.
- Definición de objetivos para la Estrategia de branding.
- Realización del brief.

Semana del 8 al 14 de abril

- Inicio del libro de producción que incluye lo investigado y planteado a la fecha.
- Recolección de datos y análisis de los mismos.
- Desarrollo de los primeros bocetos de logotipo.

Semana del 15 al 21 de abril

- Definición de piezas gráficas a realizar.
- Presentación y elección de los bocetos del logo.
- Avanzar en la construcción del libro de producción.
- Determinar el lenguaje verbal y visual de la estrategia.

Semana del 22 al 28 de abril

- Desarrollar ideas para la identidad de marca, para la ejecución del videopich mediante los caminos creativos del diseño y para piezas gráficas de lanzamiento.

Semana del 29 de abril al 5 de mayo

- Testeo, revisión y ajustes de la identidad gráfica.
- Desarrollo de 5 post y 4 reels para redes sociales
- Producción de propaganda o single para medios radiales.

PRESUPUESTO DE EJECUCIÓN

COSTOS DE EJECUCIÓN Y PRODUCCIÓN				
INVESTIGACIÓN Y RECOLECCIÓN DE DATOS				
ITEM	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Trasporte a entrevista	Desplazamiento en transporte público hasta la locación de los 7 entrevistados	16	2.700	43.200
Trasporte a focus group	Desplazamiento en transporte público hasta la locación del focus group	4	2.700	10.800
	Combo x 20 minis pasabocas	1	20.000	20.000

Refrigerios focus group	Botellas de agua	7	2.000	14.000
SUBTOTAL				88.000
PIEZAS DE DIFUSIÓN Y MATERIAL P.O.P				
Cuña radial	Grabación y producción de single para medios radiales de promoción	1	120.000	120.000
Volantes	Impresos en propalcote 150gr, full color por una sola cara.	30	1.500	45.000
Stiquers	Impreso en vinilo adhesivo full color	40	500	20.000
Poster	Impresión a full color en papel bond a pliego	1	18.000	18.000
llaveros	Llaveros en acrílico de 4 x4 cm personalizados	10	2.500	25.000
Camisetas	Estampadas en DTF	2	35.000	70.000
SUBTOTAL				298.000
STAN				
Ruleta	Materiales para la elaboración, cartón vinilo e impresión	1	60.000	60.000
Bombas	Paquete por 12 unidades	3	6.000	18.000
Nylon	Rollo	1	6.400	6.400
Cinta adhesiva	Rollo	1	8.000	8.000
Modulo	Madera mdf	1	48.000	48.000
Dulces	Paquetes por 25 unidades	3	7.200	21.600
Maní	Paquete 200 gr	1	10.000	10.000
Bolsas	Bolsa plástica pequeña para empacar el maní	10	100	1.000
Hilo	1 metro de Hilo para amarrar la bolsa del maní	1	1.000	1.000
SUBTOTAL				174.000
Trasporte	Desplazamiento hasta el lugar de exposición	4	8.000	32.000
Imprevistos	Porcentaje que se estima para costos adicionales	15%	85.500	85.500
TOTAL				677.500

RESULTADOS ESPERADOS

Los resultados esperados para esta investigación que tiene como objetivo principal mejorar la percepción de la ciudad de Ibagué como un destino turístico atractivo, giran en torno a la ejecución y materialización de la estrategia de branding turística. Se espera que esta estrategia incremente significativamente el reconocimiento de Ibagué como un destino turístico atractivo, medido a través de estudios de opinión realizados antes y después de la implementación de la campaña. Se espera que la percepción pública de Ibagué mejore considerablemente, destacando sus atributos naturales, culturales y gastronómicos. Por otro lado, también se espera fomentar positivamente, un mayor sentido de pertenencia y orgullo entre los residentes de Ibagué, mediante estrategias que involucren a la comunidad local y promuevan la cultura, tradiciones de la ciudad y también prácticas turísticas sostenibles, que contribuyan a la concientización y conservación de lugares emblemáticos, el medio ambiente y la biodiversidad de la región.

A largo plazo se espera aumentar el número de visitantes a la ciudad y contribuir al desarrollo económico local, proyectando que el aumento en el número de visitantes se traduzca en mayores ingresos para negocios locales y mayores oportunidades para la creación de nuevos empleos en el sector turístico.

RESULTADOS OBTENIDOS

Las encuestas y entrevistas realizadas a turistas y residentes han mostrado una percepción positiva inicial hacia Ibagué como destino ecoturístico. La mayoría de los encuestados reconocen el potencial turístico de la ciudad y están dispuestos a recomendarla como un destino de visita, además de acoger preliminarmente las primeras ideas de marca propuestas para la estrategia.

Se logró crear una identidad de marca coherente para Ibagué, destacando la esencia de la ciudad, en donde la fluidez, la calidez, la alegría y el dinamismo se ven reflejados. La marca "Ibagué, un destino que enamora" es una representación gráfica cuidadosamente diseñada para que sea visualmente atractiva y fácil de recordar, destacando en sus colores el patriotismo, la pasión, la vitalidad, la riqueza natural y la biodiversidad, diseño que ha sido bien recibido hasta el momento por un segmento pequeño del público objetivo.



Se identificaron y promovieron varios sitios de interés en Ibagué, como el parque Simón Bolívar, la catedral “Inmaculada concepción de María”, el Cañón del Combeima, el mirador de Junta “los sauces” y el parque ecoturístico Yaguaré. Estos lugares han sido destacados en la estrategia de lanzamiento como puntos clave para potenciar la marca y el ecoturismo a partir de una ruta, en la primera etapa del proyecto.



Se realizó la creación de diversas piezas de material promocional, incluyendo un Spot publicitario para radio, reels, post para redes sociales, volante, bonos regalo para la ruta y merchandising, que resaltan los atractivos de Ibagué, mediante la línea grafica establecida por la marca Ibagué un destino que enamora, como un primer direccionamiento para dar a conocer la marca y posicionarla.



Reel 1



Reel 2



Reel 3



Se logró evaluar el desarrollo gráfico elaborado para la estrategia de branding mediante la herramienta del focus group, en donde se pudo exponer el ideal proyectado y obtener la opinión de cada uno de los participantes, quienes fundamentaron positivamente la propuesta, obteniendo el primer acercamiento real con el público objetivo, quienes acogieron de manera significativa la creación de la marca turística, y proporcionaron información valiosa para realizar pequeños ajustes y optimizar los resultados.

CONCLUSIONES

Finalizando este trabajo, que logra demostrar la eficiencia del objetivo planteado, se concluye que la intervención de estrategias de branding bien enfocadas, son un recurso de comunicación visual relevante, que contribuyen a problemáticas no solo de difusión y posicionamiento, sino, también de percepción como es nuestro caso, en donde se le ha dado un vuelco total a como se veía la ciudad de Ibagué, contribuyendo al crecimiento de la ciudad como destino de interés ecoturístico, visibilizando mejor sus atributos y potencializando de manera receptiva y asertiva la marca, marca que lleva a apropiarse de la cultura y a generar un sentido de pertenencia por la ciudad. Así mismo se logra evidenciar que a pesar de que hay ciudades con una mejor infraestructura a nivel turístico, la aplicación y creación de marca turística en Colombia es un tema muy reciente y creciente, en donde muy pocas ciudades han tenido la iniciativa de ejecutar y materializar marcas regionales para potencializar el turismo local.

Por otro lado mediante la implementación y estudio de la estrategia de lanzamiento estructurada para la marca Ibagué un destino que enamora, se pudo analizar el comportamiento y

la interpolación que tiene el diseño de branding y estrategias de marketing, comprobando que hacer branding no es solo la creación de marca , sino también todo un sistema visual y verbal que comunica y que hay que diseñar centralizadamente teniendo en cuenta el mensaje idóneo y los medios de difusión propicios para lograr los objetivos. Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, se toma esta afirmación, como el gran detonante para que la estrategia no decaiga y por el contrario perdure en el tiempo, generando el mismo impacto siempre en el público objetivo.

Por último, se concluye mediante el análisis de investigación, que el proyecto abordó de manera efectiva la problemática creando una marca turística sólida y coherente que logró resaltar los valores de la ciudad, mas sin embargo para que los resultados se vean reflejados y se pueda evaluar que la percepción que tienen las personas sobre la ciudad ha cambiado, se requiere de un mayor tiempo de valoración, puesto que este dato puede ser ambiguo en tan poco tiempo, además de ello para que la estrategia tenga su alcance máximo, se debe disponer de una mayor capacidad de inversión , ya que el presupuesto para ejecutar la estrategia es limitado comparado con lo que se quiere obtener.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

Agüera, F. O. (2014). Turismo y cooperación al desarrollo: Un análisis de los beneficios del ecoturismo. El Periplo Sustentable. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/1934/193432638002.pdf>

Aristizábal, S. E. (2010). Plan de negocio: thecolombianreview el portal turístico y de ocio de Colombia. Bogotá. Recuperado de:

<http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/9314/1/tesis403.pdf>

Arteaga, A., Pianda, E. (2019). City branding como estrategia de mercado para promocionar el turismo en la ciudad de Ipiales. revista de la facultad de ciencias económicas y administrativas universidad de Nariño. recuperado de:

<http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v20n1/2539-0554-tend-20-01-00022.pdf>

Balaguera, P. G. (2023). Gobierno apunta a más turistas, pero con sostenibilidad ambiental.

Portafolio. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/gobierno/turismo-en-colombia-gobierno-busca-cuidar-el-medio-ambiente-con-jornadas-de-sensibilizacion-a-turistas-586112>

Bases Del Diseño Gráfico - Alan Swann - 1995. (2015, diciembre 14). documenton.

Recuperado de: <https://document.onl/documents/bases-del-diseno-grafico-alan-swann-1995.html?page=11>

Bonilla, J. A. (2023). Turismo de naturaleza: Gran potencial económico para Ibagué. Alerta

Tolima. Recuperado de: <https://www.alertatolima.com/noticias/tolima/ibague/turismo-de-naturaleza-gran-potencial-economico-para-ibague>

Bravo, J. A. (2018). Identificación del potencial turístico del Cañón del Combeima como zona de influencia de la ciudad de Ibagué, Tolima – Colombia, para el desarrollo de productos y servicios bajo los preceptos del turismo sostenible. San José, Costa Rica. Recuperado de: <https://www.ucipfg.com/biblioteca/files/original/399b4591908646479e5324c0279af238.pdf>

Buhalis, D. (2011). Turismo electrónico. Recuperado de: https://www.academia.edu/1443198/Buhalis_Dimitrios_E_tourism_information_technology_in_strtegic_tourism_management_Prentice_Hall_2003

Enago. (2023). ¿Cómo elegir la mejor metodología de investigación para su estudio? Academia Enago. Obtenido de: <https://www.enago.com/es/academy/choose-best-research-methodology/>

Garrido, C. (2020). Beneficios Del Turismo Para El País. Universidad Internacional del Ecuador. Recuperado de: <https://www.uide.edu.ec/beneficios-del-turismo-para-el-pais/>

González, C. M., Norman-Acevedo, E., & Daza-Orozco, C. (2022). Uso de redes sociales en la promoción del turismo regional: caso de estudio Pacho– Colombia. PALMA Express. Recuperado de: <https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/libros/article/view/775>

Hernández, R. (2022). Rionegro destino sostenible, inteligente y turísticamente activo. Alcaldía Municipal, Rionegro, Antioquia. Recuperado de: <https://rionegro.gov.co/wp-content/uploads/2023/07/Plan-Decenal-estrategico-de-Turismo-Sostenible.pdf>

Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión social networks: a new diffusion tool. Reflexiones. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

La Capital musical de Colombia. Colombia Travel. Obtenido de:

<https://colombia.travel/pt/ibague>

Las plataformas digitales y el futuro del turismo. (2018). Banco Mundial. Recuperado de:

<https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2018/09/25/digital-platforms-and-the-future-of-tourism-a-world-tourism-celebration>

Las redes sociales, estrategias de marketing turístico. (2020). Recuperado de:

<https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/las-redes-sociales-estrategias-de-marketing-turistico>

Las redes sociales, estrategias de marketing turístico. (2020, diciembre 22). Ostelea.com.

Recuperado de: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/las-redes-sociales-estrategias-de-marketing-turistico>

Manizales es Colombia, es una marca que es un legado para la ciudad. Unidad de divulgación de prensa de la alcaldía de Manizales. Recuperado de:

<https://segmentoactualidad.co/2023/12/09/manizales-es-colombia-una-marca-que-es-un-legado-para-la-ciudad/>

Manual de identidad visual corporativa. Quindío corazón de Colombia Gobernación del Quindío

Recuperado de:

https://www.quindio.gov.co/home/docs/items/item_189/MANUAL_DE_IDENTIDAD_VISUAL_CORPORATIVA_QUINDIO_CORAZON_DE_COLOMBIAbajas.pdf

Mendoza, A. T. (s/f). del diseño gráfico. Encuadre.org. Recuperado el 25 de mayo de 2024, de <https://encuadre.org/wp->

¿Por qué Ibagué es un destino turístico que vale la pena visitar? (2022). El tiempo. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/contenido-patrocinado/por-que-ibague-es-un-destino-turistico-que-vale-la-pena-visitar/>

Rionegro respira turismo. Página oficial de la marca. Recuperado de: <https://ciudadrionegro.co/>

Tapia, A. (2006). Hacia una definición del Diseño Gráfico. Revista de la enseñanza del diseño gráfico, 17. Recuperado de: https://encuadre.org/wpcontent/uploads/2013/10/tapia_alejandro_definicion_dg.pdf

Valenzuela, M.(2014). La estrategia de marca-ciudad en la función de turismo. Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/1934/193435584003/html/>

Zapata, J. G.-P.-S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio. Recuperado de: https://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_06.pdf