

DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO IBAGUÉ “CAPITAL MUSICAL DE COLOMBIA” DISEÑO Y ESTRUCTURACIÓN DEL PRODUCTO

INFORME FINAL

Bogotá D.C. - Ibagué, abril 7 de 2015

Agradecimientos especiales al Fondo Nacional de Turismo FONTUR, a la Secretaría de Cultura, Turismo y Comercio de Ibagué, a los gremios, empresarios turísticos y Cámara de Comercio de la ciudad. Destacamos la especial participación y apoyo en el proceso de los siguientes funcionarios:

- Ángela María Montenegro R. - Supervisora del Contrato designada por el FONTUR
- Luis Alberto Ramos – Secretaría de Cultura, Turismo y Comercio de Ibagué

Igualmente agradecemos a quienes contribuyeron para el buen desarrollo de nuestra labor:

- Jennifer Hernández y Alexandra Orozco – Cámara de Comercio de Ibagué
- Diana Sofía Segura – Bureau de Convenciones de Ibagué
- Zulma E. Barrios – COTELCO Capítulo de Ibagué
- Gustavo Prada y Viviana Saad – ACODRÉS Capítulo Tolima
- Martha Cruz y Myriam Lucero García – Hotel Campestre Iguaima
- Myriam de Rengifo – Hotel y Parque Restaurante Calucayma
- Annie Jiménez y David Bejarano – UKUKU Rural Lodge
- Sindy A. Ospina – Operadora de Turismo Living Col
- María Antonia Parra – Guía de Turismo (TP y RNT)
- Mary Luz Cubillos – Orquídeas del Tolima - REDNATUR

Nuestro reconocimiento al equipo consultor :

Elizabeth Mantilla R. – Análisis de la oferta y del producto turístico

María Eugenia López – Investigación cualitativa y percepción del sector turístico

Mauricio Mesa - Investigación cualitativa del mercado

*Yo camino, tus recuerdos,
en La Pola o en Belén,
y me convierto en ocobo,
cuando pasa a florecer.
Yo cabalgo por tus cielos,
en cualquier amanecer, y en tus noches soy lucero,
para soñar de Ibagué.*

Las montañas que te abrazan,
te arrullan con su aire tibio,
y el... centinela te baña en besos de río,
guardas amor de mistela,
guardas calor de cariño,
tus primavera yo canto,
bajo este sol donde he nacido...

*Cuando miro que tu gente,
de música llena el alma,
que tus barrios florecidos,
miro mantos de esperanza,
siento que suben,
al cielo mis escondidas plegarias,
por mi ciudad tan bonita,
que me enamora, cada mañana.*

*Canción: La ciudad que me enamora. Compositor:
Jorge Humberto Jiménez*

*Álbum Ibagué: ventana musical del mundo.
Fundación Musical de Colombia.*

**AGENCIAS DE VIAJES OPERADORAS DE IBAGUÉ
COMERCIALIZADORAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO (PAQUETES Y TOURS OPCIONALES)**

AGENCIAS OPERADORAS	NOMBRE GERENTE	CELULAR	TELEFONO Indicativo (57-8)	DIRECCION	CORREO
DESTINO TOLIMA	PATRICIA ROJAS	3204199366	2615121		destinosrecreacion@hotmail.es,
LIVING COL	SINDY A. OSPINA R.	3142143073	3152369734 2607423	Centro Comercial Plazas del Bosque. Local 115	info@livingcol.com
COLOMBIATUR	MARCO ANTONIO RAMÍREZ	3123779107	2614083 2616489	Cra. 4 N° 11-24 - Ibagué – Tolima	colombiatur@yahoo.es
COMERCIATUR	NORBAY RINCON	3158619031	2747576	Centro Comercial Arkacentro. Local E1- B12	comerciaturreervas@hotmail.com
AVIAJAR.COM	ADRIANA TRUJILLO	3178250223	2618484	Centro comercial Los Panches local 2012	aviajar.aviajar.com@gmail.com
TRAVESIA VERDE	PAOLA SUAREZ	3134590311- 3103028999	2726416	Corregimiento JUNTAS Km. 6	info@travesiaverde.org travesiaverde.info@gmail.com
DCLASTURSS	CLAUDIA OSORIO MORENO	3112204853- 3178218828	2701389	CRA 4ª No. 29-35	agenciadclastur@gmail.com
JM LOGISTICA & EVENTOS	JAIME GUTIERREZ	3202815384-	3152139176		jmlogisticayeventos@gmail.com jmturislocal@hotmail.com
CENTRO TOUR	JOSÉ MARÍA HOYOS	3124857386	2701105		viajartolima@gmail.com
UKUKU RURAL LODGE	ANNIE JIMÉNEZ	3132193188		Corregimiento JUNTAS Km. 2 Vía al Nevado del Tolima	ukuku.ibague@gmail.com
FÉNIX TRAVEL & TOUR	IRMA RIVERA SANCHEZ	3105534355	2615047	Centro Comercial Pasaje Real Local 110B	travelfenix@yahoo.es

DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO IBAGUÉ “CAPITAL MUSICAL DE COLOMBIA”

Presentación

Este informe final cumple con los objetivos del Contrato No. 232 de 2014 y más concretamente con los propósitos finales (objetivos No. 5 y 6) del diseño del producto turístico de Ibagué (guiones, socialización y validación).

Atendiendo la potencialidad de la ciudad y sus alrededores y la entusiasta participación de la Secretaría de Cultura, Turismo y Comercio de Ibagué, gremios, empresarios, Cámara de Comercio y Bureau de Convenciones del destino, se diseñaron cuatro (4) **productos turísticos** (2 adicionales a lo contratado) y tres (3) **tours opcionales** (se ofrecieron al menos 2 en los términos contractuales).

Se presentan aquí, adicionalmente, los elementos más significativos del proceso de diseño del producto turístico de Ibagué, contenidos en los informes anteriores.

El producto en el proceso del marketing turístico

Directrices de política económica y sectorial

- Nacional
- Regional
- Departamental
- Local

Diagnóstico, proceso de información

- Analizar la empresa
- Inventario atractivos - servicios
- Investigación mercado
- Estudiar la competencia

Formulación del plan de marketing

- ¿Cuáles son mis objetivos?
- ¿A qué cliente voy a vender?
- Cómo garantizo y agrego valor?

MARKETING ESTRATÉGICO

Evaluación y seguimiento

Presupuesto

Cliente

Promesa básica

Pensamiento estratégico

Corporación

Competencia

MARKETING OPERATIVO

Programas y acciones de promoción

- Campañas, Ferias, Relaciones públicas
- Misiones comerciales, promoción de ventas, Venta personal
- Viajes de familiarización
- E-commerce

Estrategias Marketing mix

- Producto
- Precio
- Plaza (distribución)
- Promoción (comunicación – publicidad)
- Co-creación (redes sociales)

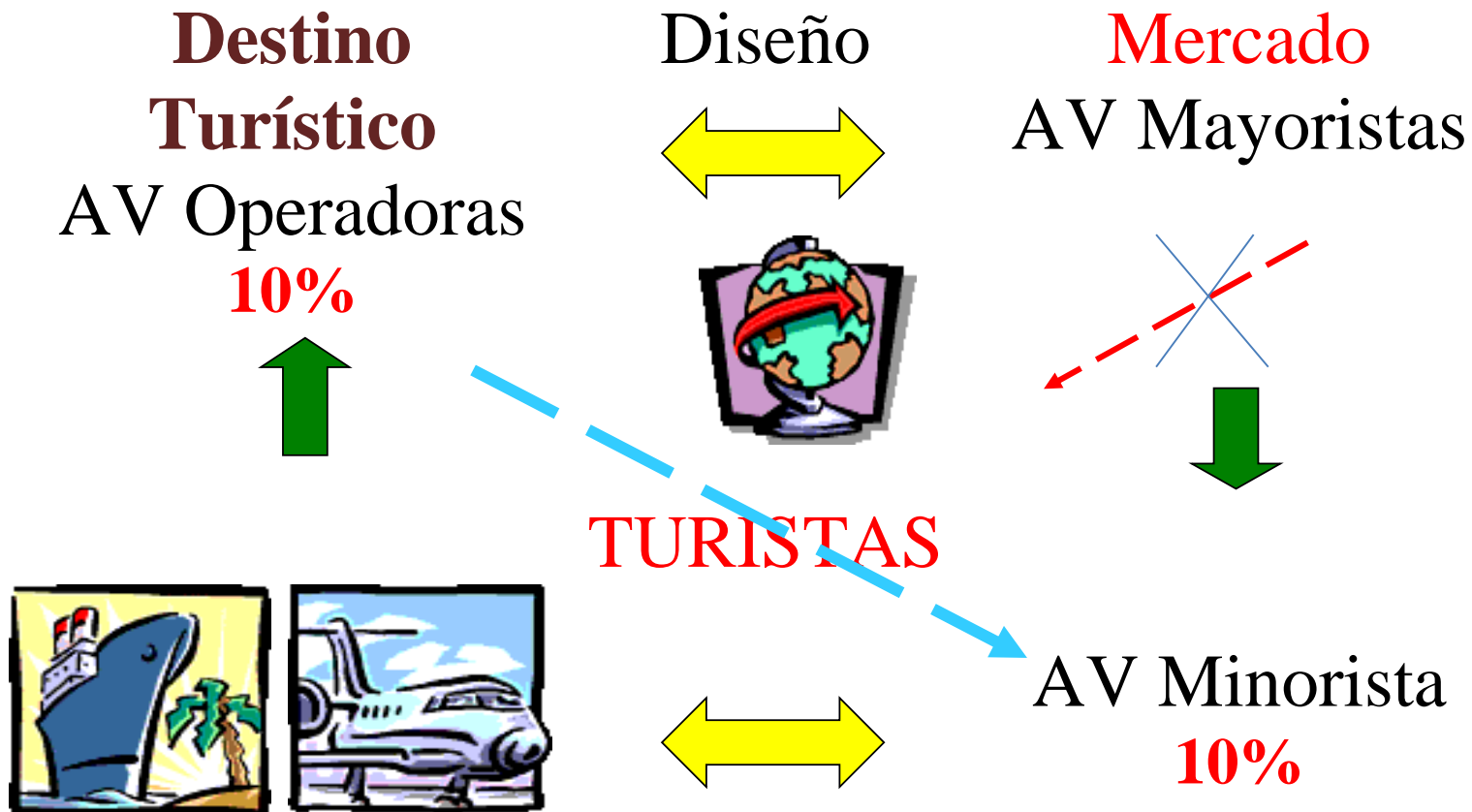
Estrategias de Posicionamiento

- Segmentación
- Enfoque
- Diferenciación y diversificación
- Concentración

Proceso del Marketing Turístico

- ❖ ¿CÓMO VAMOS – CÓMO ESTAMOS? **El Entorno**
- ❖ ¿A QUIÉN VENDER ? **La Demanda**
- ❖ ¿QUÉ VENDER? **Portafolio de Producto**
- ❖ ¿A CÓMO? **Relación Calidad - Precio**
- ❖ ¿CÓMO? **Estrategias - Tácticas**
- ❖ ¿DÓNDE VENDER? **Distribución Off – On line**
- ❖ ¿COMUNICAR? **Promoción - Publicidad - BTL**
- ❖ ¿CUÁNDO VENDER? **Oportunidad**
- ❖ ¿ES SOSTENIBLE LA GESTIÓN? **Impactos**

Canal de Distribución - Estrategia



Nota: La comisión aprobada por gremios y empresarios de Ibagué para el Canal de Distribución (minoristas y operadoras) fue del 20% (de acuerdo con tarifas acordadas con hoteles de COTELCO y establecimientos de ACODRÉS).

Ibagué: Lineamientos de su producto turístico

Producto histórico cultural

- Ubicada en el centro del país, Ibagué es la capital del Tolima. Localizada a 1.285 metros sobre el nivel del mar y con una temperatura media de 21°C, Ibagué es conocida como la “Capital Musical de Colombia” por su cultura y actividad musical. Su territorio se distribuye en una zona montañosa perteneciente a las cordilleras central y una zona plana conocida como la meseta de Ibagué. Limitada al norte con Anzoátegui y Alvarado, al oriente con Piedras y Coello, al sur con San Luis y Rovira, al occidente con Cajamarca y los departamentos de Quindío y Risaralda*.
- Un producto base histórico y cultural incluye sitios representativos como: La Plaza de Bolívar, el Parque Murillo Toro, la Iglesia La Catedral, el eje cultural con el Teatro Tolima y la Plazoleta Darío Echandía. Esto es el escenario de una ciudad musical que conforman el Conservatorio del Tolima, el Parque de la Música, La Concha Acústica Garzón y Collazos, más una variada actividad de grupos y solistas.



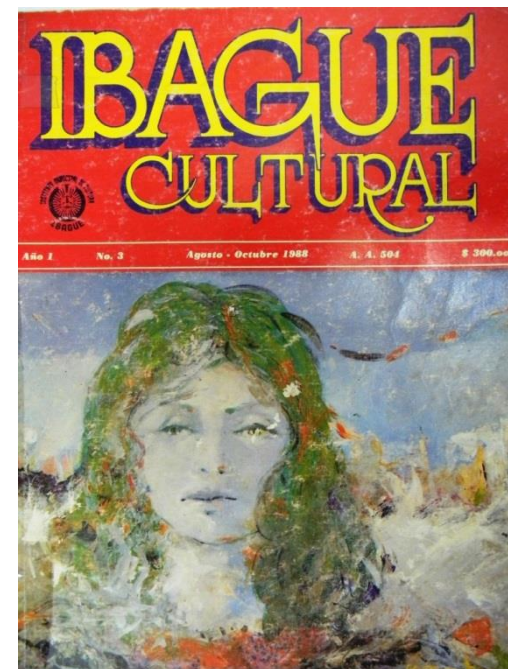
Festival Folclórico – Su historia

- Según su página oficial y la web de colombia.travel, el Festival Folclórico de Ibagué nació en como una propuesta cultural, para estimular valores tradicionales y autóctonos de la ciudad y subrayar su auténtico carácter musical. Del evento se destaca:
- Festival de Festivales. Es el epicentro del folclor colombiano y su actividad más destacada que permite apreciar la riqueza de las expresiones musicales interpretadas por los máximos exponentes del folclor. Es una oportunidad única para presenciar el talento y escuchar a los grupos con más trayectoria y reconocimiento en el campo de música, danza y folclor.
- Desfile de San Juan. En este espacio, los grupos más representativos se muestran en todo su esplendor. El público disfruta de las danzas y de la esencia del folclor tolimense. En el Desfile de San Juan participan los personajes mitológicos provenientes de los diferentes municipios del Tolima. Los acompañan las carrozas encabezadas por las candidatas al Reinado del Folclor. “La primera versión se realizó del 23 al 29 de junio de 1959 con conciencia de estar corriendo un gran riesgo de orden público. Sin embargo allí reside toda su filosofía. El Tolima había soportado una de las más crueles formas de violencia política, su sociedad estaba resentida, fracturada”*. Se concibió entonces para presentar a Colombia y al mundo la cara amable del Tolima, Ibagué y su gente



* <http://www.festivalfolclorico.com/index.php/el-festival>

- Por Acuerdo No. 053 de 1998 del Concejo Municipal de Ibagué, se declararon como Áreas de Interés Arquitectónico e Histórico*:
- Conservatorio del Tolima
- Teatro Tolima
- Sala de música Alberto Castilla
- Edificio del Panóptico (en el cual se proyecta un museo y áreas comerciales y culturales)
- Seminario Mayor
- Concha Acústica
- Catedral primada de Ibagué
- Plazoleta Darío Echandía
- Museo Antropológico del Tolima
- Casa de Jorge Isaacs
- Edificio Nacional
- Edificio Urrutia
- Adicionalmente se consideran Patrimonio Inmueble: Palacio Arzobispal, Antiguo Palacio de Justicia, Granja San Jorge, Casa de los López, Antigua Casa del D.A.S., Casa Tolima Siete Días, Liceo Nacional y Escuela Anexa Femenina, Colegio Nacional San Simón, Antigua Estación Férrea de Picaleña, Iglesia del Carmen.



* <http://www.tolima.gov.co/>

Ibagué: Categoría CULTURA



Ubicado a un costado del Conservatorio de Tolima, el parque del Tolima es el escenario al aire libre donde convergen jóvenes, niños y adultos para tener un momento de esparcimiento, recreación y cultura. En época del Festival Folclórico es sede de eventos artísticos.

Teléfono: (8) 2611855

Sitio Web: <http://www.alcaldiadeibague.gov.co>

Municipio: IBAGUÉ **Dirección:** Cra 1 con calle 29

<http://destinos.mincit.gov.co/>

Ibagué: Categoría CULTURA



Uno de los eventos culturales más reconocidos de Ibagué es su Festival Folclórico que se realiza cada año, en junio, en las vísperas de las fiestas de San Juan y San Pedro. En estas fechas, la ciudad se viste de fiesta, las plazas y los parques se convierten en los mejores escenarios musicales donde la gente baila al son de los tradicionales ritmos andinos: sanjuaneros, bambucos y pasillos. Fuente de Imagen | **Enlace**

Teléfono: (8) 2611854

Sitio Web: <http://colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/historia-y-tradicion/ferias-y-fiestas/junio/festival-folclorico-de-ibague>

Municipio: IBAGUÉ **Dirección:** Calle 9 N 2-59 Municipio de Ibagué

<http://destinos.mincit.gov.co/>

Ibagué: Categoría CULTURA



El Festival Nacional de la Música Colombiana nació como un homenaje al emblemático dúo Garzón y Collazos así como para rendir homenaje a los ritmos nacionales. El festival se adelanta anualmente durante una semana en el mes de marzo. El festival busca contribuir a la desarrollo y estímulo de las expresiones artísticas de la región por medio del Concurso Nacional de Duetos Príncipe de la Canción y el Concurso Nacional de Composición Leonor Buenaventura. Fuente de Imagen | **Enlace**

Teléfono: (8) 2635501

Sitio Web: <http://fundacionmusicaldecolombia.com/>

Municipio: IBAGUÉ **Dirección:** Cra 3 N 11A - 37

Ibagué: Lineamientos de su producto turístico

Naturaleza y Aventura en el Cañón del Combeima

- Localizado en el costado oriental de la Cordillera Central entre los 1.400 y los 4.200 msnm, el Cañón del Combeima es una ruta de 18 kms. que inicia en la zona urbana (Plaza de Bolívar y Parque de la Música) bordeando la rivera del río Combeima que alberga unas 50 cascadas, pequeños valles, pronunciadas pendientes y grandes paredes de roca. Marca los límites del Parque Nacional Natural de “Los Nevados con su bosque alto andino y conforma un valiosos ecosistema estratégico.
- El producto de naturaleza y aventura está complementado con una variada oferta de restaurantes que ofrecen sancocho de gallina criolla, conejo horneado, lechona, arepas de chócolo y toda la gastronomía típica de la región.
- Actividades ecoturísticas y de aventura como senderismo, cabalgatas, avistamiento de aves, cuerdas altas, escalada y montañismo son parte de este producto*.



Ibagué: Destino del Turismo Verde

- Como afirma el portal colombia.travel, nuestra biodiversidad atrae cada año miles de turistas que disfrutan de los paisajes y practican actividades como el avistamiento de aves, el buceo e incluso la visita de parques naturales y de destinos donde la naturaleza es la protagonista. Por esto, se fortalece más su compromiso con el cuidado del medio ambiente y una de las estrategias gira alrededor de un turismo que lo respete.
- **Ibagué y su Cañón del Combeima** no se mencionan entre los “destinos oficiales” del Gobierno Nacional por carecer de un producto competitivo para el mercado internacional, objetivo que se busca corregir con este trabajo.
- Por esta razón vale retomar las recomendaciones que rigen el turismo verde que deberán incluirse en los lineamientos de sostenibilidad:*
 Reducción en lo máximo de todos los impactos negativos para la naturaleza que pueda tener la actividad turística.
 Enseñanza del respeto hacia el medio ambiente y la conciencia sobre su conservación.
 Generación de experiencias positivas tanto para los turistas como para los hoteles y demás empresas vinculadas al turismo, así como de beneficios económicos directos para la preservación de la naturaleza.

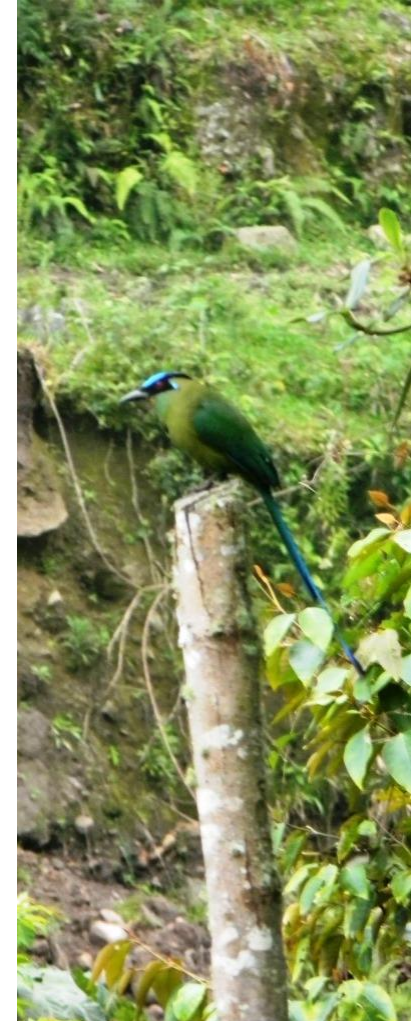


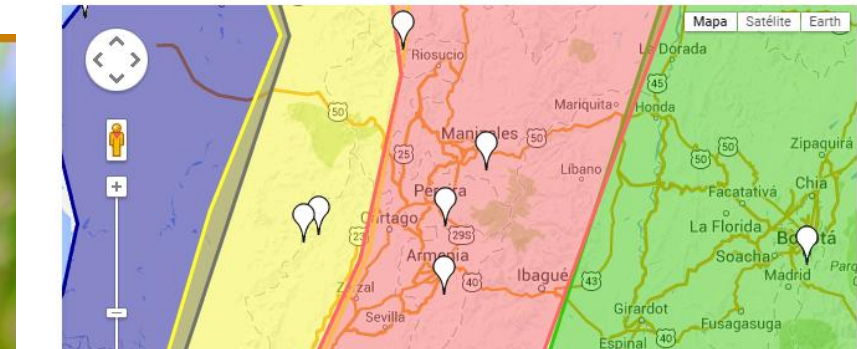
Foto: Héctor E. López B.

Ibagué: Destino del Turismo Verde?

Mapa en Google Maps con las áreas delimitadas y las localidades de avistamiento de aves en Colombia



Scarlet and white Tanager (*Chrysothlypis salmomi*)
Foto: Juan D. Ramírez



[Inicio](#) > [Turista internacional](#) > [¿Qué hacer?](#) > [Naturaleza](#) > Avistamiento de aves

Avistamiento de aves en Colombia

Con alrededor de 1.876 especies, Colombia es el país número uno en diversidad de aves en el mundo; además con nuestras casi 70 especies endémicas, tenemos el tercer lugar en Suramérica, después de Brasil y Perú, quienes listan 203 y 105 respectivamente.



Avistamiento de aves

- Avistamiento de aves en el Amazonas colombiano
- Avistamiento de aves en la Cordillera Occidental de los Andes
- Avistamiento de aves en la Cordillera Central de los Andes
- Avistamiento de aves en la Cordillera Oriental de los Andes

Ibagué: Categoría NATURALEZA



El cañón se forma en la cordillera central y como su nombre lo indica, se trata de una majestuosa hondonada que se abre paso entre las montañas formando un paisaje exuberante a lo largo de sus 41,5 km de extensión. Entre la flora sobresalen los frailejones, plantas de mora y lulo, en cuanto a fauna especies como zorros, el oso de anteojos, cóndor de los andes y águilas cuasmeras.

Teléfono: (8) 3532400 **Sitio Web:** <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Municipio: IBAGUÉ **Dirección:** Parque Nacional Natural Los Nevados

Ibagué: Categoría NATURALEZA



En Tolima- Ibagué se cuenta con más de 160 especies de orquídeas, que han sido identificadas al transcurrir el tiempo, así como algunas especies de plantas identificadas por José Celestino Mutis en la época de la Nueva Granada, lo que ha llevado a identificar a flores tropicales, frutales, heliconias, fauna, entre otros.
Fuente de Imagen | [Enlace](#)

Teléfono: (8) 2605995

Sitio Web: <http://fundacionorquideas.com/>

Municipio: IBAGUÉ **Dirección:** Cra 30 Sur N 13-35
<http://destinos.mincit.gov.co/>

Ibagué: Lineamientos de su producto turístico

El municipio de Ibagué presenta cuatro áreas importantes para la conservación de las aves (AICA's) el cañón del río Combeima (1400 a 2800 m), la cuenca del río Toche (1900 a 3500 m), la Reserva natural Ibanasca (1900 a 4000 m) y la Reserva Natural Semillas de Agua (3100 a 3800 m).

El municipio cuenta además con un único listado que registra 366 especies de aves (Quevedo 2002). La distribución de la avifauna presente en el municipio de Ibagué registra 534 especies de aves, de las cuales 169 no habían sido previamente reportadas para el municipio. Además, se registran 16 especies endémicas, 20 bajo algún grado de amenaza y 38 nuevos registros de extensión u 20 altitudinales para el valle alto del Magdalena.



CONCEPTO DEL PRODUCTO TURÍSTICO IBAGUÉ “CAPITAL MUSICAL DE COLOMBIA”

- **Realización del Taller No. 1 con autoridades, operadores y empresarios turísticos seleccionados (hoteles, transporte, eventos, guianza, entretenimiento) para la conceptualización del producto turístico de Ibagué.**

El taller se realizó el día 20 de noviembre de 2014 en la Secretaría de Cultura, Turismo y Comercio de Ibagué con la participación de 34 empresarios turísticos como se puede apreciar en las fotografías siguientes Se adjunta evidencia (lista de asistencia). Ver Anexo No. 1

El trabajo se realizó en 6 grupos, cada uno de los cuales presentó una propuesta conceptual.

Este taller permitió avanzar en la construcción del concepto del producto turístico, como se verá más adelante, y preparar la realización de los talleres de diseño (talleres 2, 3 y 4) a realizar en enero de 2015 en coordinación con la autoridad de turismo y los gremios del sector.

Taller Conceptualización del Producto Turístico de Ibagué



Taller Conceptualización del Producto Turístico de Ibagué



Grupo Naturalmente Ibagué
“Ibagué Viva, Natural y Musical”



Grupo Aves Viajeras
“Revitalízate en las montañas de Ibagué”

Taller Conceptualización del Producto Turístico de Ibagué



Grupo AVIAJAR.COM
“Todos los ríos llegan al mar”



Grupo Ibagué, una fantasía para vivir
“Ibagué, ciudad de ensueño”

Taller Conceptualización del Producto Turístico de Ibagué



Grupo SINERGIA
“Un sabor naturalmente musical”



Grupo Trinos y Cuerdas
“Avistamiento de Aves”

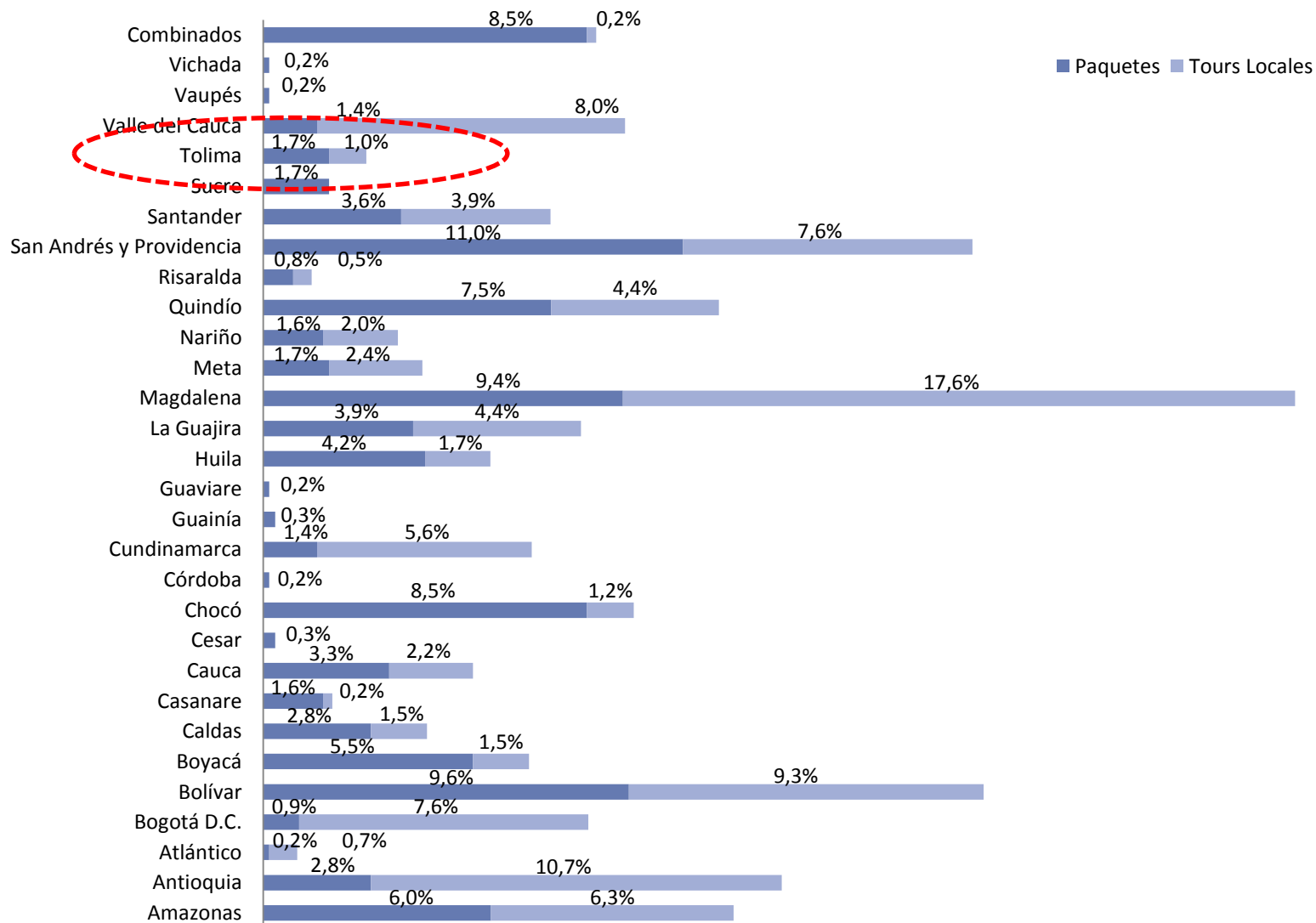
DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO IBAGUÉ “CAPITAL MUSICAL DE COLOMBIA”

EL TURISMO EVOLUCIONA Y CON ÉL LOS TERRITORIOS

- ✓ Importancia de los destinos (litorales). Mono-motivación
- ✓ **Un cliente “acomodado” – observador. Turista y no viajero.**
 - ✓ Empresarios vendiendo servicios - Atributos
 - ✓ **Demanda atomizada – Heterogénea**
 - ✓ Categorías de producto - Diversificación
- ✓ **Llega el turismo participativo. Actividades (eco-agro-geo)**
 - ✓ El empresario “agrega valor”
- ✓ **Demanda experta – Especializada – Búsqueda de beneficios**
 - ✓ Valor agregado por el cliente - viajero
- ✓ **Individualización masiva 1X1 – Cada cliente, un mercado**
- ✓ **Turismo Experiencial – EXPERIENCIAS ÚNICAS/MEMORABLES**



Destinos colombianos con mayor oferta de PRODUCTOS - PAQUETES



Colombia. Oferta paquetes 2004 - 2012

	2004 (640 paq.)	2012 (1055 paq.)
• Sol y Playa	51%	24.4%
• Naturaleza - Ecoturismo	18%	23.3%
• T. Rural - Agroturismo	15%	8.9%
• Cultura - Historia	8%	24.4%
• Ciudades Capitales	6%	10%
• Deporte y Aventura	2%	8.4%
• Ferias y Fiestas	0	1%

Categorías de producto donde Ibagué presenta las mayores oportunidades

CATEGORÍAS DE PRODUCTOS

	2004 (655 paq.)	2011 (1044 paq.)
• Sol y Playa	51%	24.4%
• Ecoturismo	12%	23.3%
• Agroturismo	15%	8.9%
• Cultura Historia	8%	24.4%
• Ciudades Capitales	6%	10%
• Deporte y Aventura	2%	8.4%
• Ferias y Fiestas	0	1%

EXPERIENCIAS

Ibagué - Destino de Experiencias Únicas

TURISMO EXPERIENCIAL

EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS

EXPERIENCIAS INOLVIDABLES

EXPERIENCIAS ÚNICAS

Fotografías: <http://ukukurallodge.com.co/contenido/servicios/planes-de-aventura>



EXPERIENCIAS ÚNICAS

¿Qué es una experiencia?

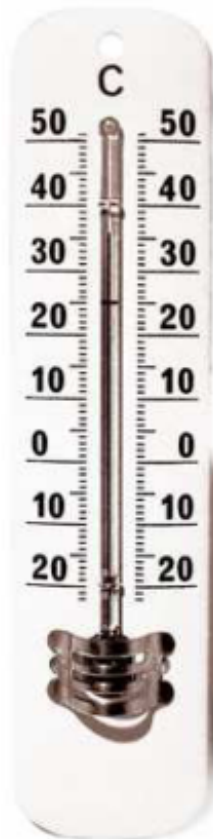


EXPERIENCIAS ÚNICAS

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA

Experiencias únicas en Colombia

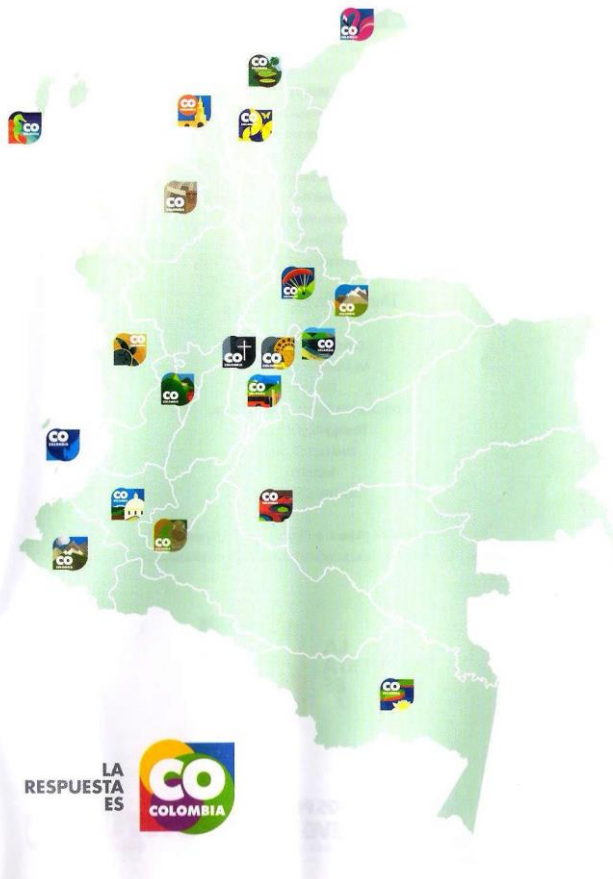
Los 10 detonantes emocionales



1. Sensación de descubrimiento
2. Historias, relatos, cuentos o leyendas
3. Escenarios míticos y especiales
4. Sentirse protagonista
5. Socializarse e interactuar
6. El aprendizaje
7. Acceso a espacios/ actividades restringidas
8. Inmersión en actividades de evasión y entretenimiento
9. Conceptos novedosos, elementos sorpresa
10. Un recuerdo personalizado para llevar



Vive experiencias turísticas únicas...



Cañón del Chicamocha, Santander. Foto: Puntos Suspensivos Editores



Un cañón majestuoso

En las riberas del río Chicamocha, en las 'bravas' tierras de Santander, a 54 km de Bucaramanga, se extiende un paisaje extraordinario, con imponentes desfiladeros que empezaron a formarse hace miles de millones de años, una completa maravilla natural: el cañón del Chicamocha.

Trasgamos por algunos pueblos coloniales del departamento como San Gil, la Perla del Rio Fonce, tierra para aventureros; Barichara y sus emblemáticas construcciones de finales del siglo XVIII; Guane, que guarda la herencia indígena y el encanto colonial; Los Santos, lugar que esconde increíbles cuevas con pictogramas elaborados por pueblos prehispánicos.

Al llegar al Parque Nacional del Chicamocha tomamos el teleférico que desciende al río y asciende a la Mesa de los Santos, lo que nos permitió observar el bosque seco que resiste temperaturas de hasta 37 °C y la inmensidad de los más de 2.000 m de profundidad del cañón más grande de Latinoamérica.

Más adelante caminamos sobre la inmensa hoja de tabaco del monumento a la Santandereanidad, donde descubrimos 35 esculturas que muestran escenas de la histórica Revolución de los Comuneros, en el siglo XVIII, y el heroísmo de los santandereanos, con esto creció nuestra admiración por los campesinos que se sublevaron ante el poder de los españoles, sembrando las semillas de un movimiento que logró dar la independencia a nuestro país.



PLAN DE VIAJE

- Lleve calzado cómodo y con buen agarre.
- El pase para el teleférico también funciona para entrar al Parque del Chicamocha.

MÁS INFORMACIÓN

- Guía de viajes oficial de Colombia, Procolombia, Cañón del Chicamocha: <http://bit.ly/1c1fvJ3>
- Sitio web del Parque Nacional del Chicamocha: parquenacionaldelchicamocha.com/

Cañón del Chicamocha

Componente Experiencial



- Aprender
- Ver
- Hacer
- Estar allí

Categorías de producto



- Naturaleza
- Aventura
- Cuñisidades
- Cultura

Tamaño de la Experiencia



- Interacción
- Intensidad
- Duración
- Emocionalidad

Planear su viaje



- Salubridad
- Alojamiento
- Servicios
- Otras

Destino ideal para ir...



- En familia
- En Pareja
- Solo
- Con amigos

Tipo de Alojamiento



- Hotel de Lujo
- Hotel Estándar
- Acampar
- Hostal

Nivel de actividad física



- Alto
- Medio
- Relax
- Bajo

LA EXPERIENCIA TURÍSTICA PUEDE SER

De CONOCIMIENTO: el producto es el estímulo que motiva a satisfacer la necesidad de conocimiento: pasividad.

De APRENDIZAJE: el producto no solo aporta conocimiento sino que deja una enseñanza que se puede poner en práctica.

De DISFRUTE: el producto genera momentos placenteros; estimula los sentidos, ayuda a relajarse.

De ACCIÓN O INTERACCIÓN: el producto permite actuar, interactuar, participar, involucrarse.

LA EXPERIENCIA

LAS EXPERIENCIAS ÚNICAS son el resultado de un **proceso de creación que se concreta en un producto**, el cual a los ojos del consumidor se resuelve como un acontecimiento de enorme impacto emocional, diferente a lo ya visto, sorprendente y memorable.



Producto experiencial diseñado en el Quindío con 48 empresarios “INNpulsá” en 2013

✓ Concepto del Producto - PREMISAS

- El turista es el destino (lo ve y lo vive bajo su percepción)
- No hay una condición única del mismo turista, es ecoturista hoy, peregrino mañana, amante del sol y la playa más tarde...
- El turista lo es cada vez menos y cada vez más un viajero, busca sensaciones, emociones, busca quedarse con algo de lo local (su gente, sus sabores, sus vivencias).
- La población local es hoy la esencia de los territorios con vocación para el turismo, pero antes que destinos son escenarios de narraciones (el marketing ya no se trata de cosas que vendes, sino de historias que cuentas).
- No suena sensato hablar de destinos inteligentes, sostenibles, si sus empresarios, sus actores no lo son.
- El turismo tiene como condición encadenarse – articularse. No se desempeña a su libre albedrío. Necesita y es necesitado.



✓ Concepto del Producto – Perfil general del mercado

- Segmento grupal: familias, amigos (3 – 4 pax)
- Estratos tres – cuatro 73,8% (clases media - media y media)
- Trabajadores técnicos + universitarios (empleados-independientes)
- Duración (2 ó 3 días) + tours opcionales (1 día)
- Segmentos individuales – especializados
- Modalidad: transporte terrestre (privado-público)
- Alojamiento (finca – cabaña – hotel)
- Costo por pax (\$250.000 - \$500.000)
- El turista se empaqueta a sí mismo. No a través de agencias de viajes



PRODUCTO TURÍSTICO DE IBAGUÉ "CAPITAL MUSICAL DE COLOMBIA"



El Salado Calucayma



Cañón del Combeima



Jardín Botánico



Centro Urbano - Eje Cultural



Museo Arte del Tolima



Concha Acústica Parque Centenario

Centro Comercial AQUA



Capital Musical



Orquidiario



Capital Musical



Santafé de los Guadales



El Totumo



Tierra Caliente





Categorías de Productos:

Cultura tangible (arquitectura-urbanismo, historia)

Cultura intangible (música, folclor, eventos)

Naturaleza (avistamiento de aves, aventura)

Productos complementarios: **Gastronomía - Compras - Artesanía**

Concepto del Producto - IBAGUÉ

CATEGORÍAS	ÍCONOS	EXPERIENCIA ÚNICA	GASTRONOMÍA	COMPRAS
CULTURA VIVA (Música – Folclor)	Conservatorio Eventos	Hacer - Participar	↑ ↓	↑ ↓
+		Sentir		
NATURALEZA URBANA	Cañón Combeima Orquidiario–Jardín B.	Oler		
+		Degustar		
CULTURA URBANA	Centro Histórico Eje Cultural	Emocionarse		
+		Aprender + Recordar		
???	???	VER +		

Cuál debe ser el producto “gancho” y cuál el complementario y los tours opcionales?



Concepto del Producto - IBAGUÉ

CATEGORÍAS	ÍCONOS	EXPERIENCIA ÚNICA	GASTRONOMÍA	COMPRAS
CULTURA VIVA (Música – Folclor)	Conservatorio Eventos - “FlashMob”	Ver - Hacer - Participar		
+		Sentir		
NATURALEZA URBANA	Cañón Combeima Orquidiario–Jardín B.	Ver – Oler - Tocar		
+		Degustar		
CULTURA URBANA	Centro Histórico Eje Cultural	Emocionarse		
+		Aprender + Recordar		
NATURALEZA “EXTREMA”	Cañón del Combeima Termales El Rancho?	Avistamiento Senderismo -Montañismo		

Cuál debe ser el producto “gancho” y cuál el complementario y los tours opcionales?



Concepto del Producto

- El destino turístico Ibagué es ante todo una ciudad pequeña, con las ventajas, aún, de la vida tranquila. Se caracteriza por un generoso entorno verde en el cual se destaca el Cañón del Combeima, puerta de entrada al PNN “Los Nevados”, visitado por aficionados a la aventura, el avistamiento de aves y la gastronomía (tema que es hoy el principal motivador).
- No pueden faltar en esta capital musical de Colombia las notas de la música clásica, popular y folclórica, cultivadas en su reconocido conservatorio, que recuerdan sus festivales anuales, los cuales buscan realizarse con mayor periodicidad.
- Es lugar de gran dinamismo industrial y comercial, especialmente de textiles y confecciones, por esto la reciente aparición de un importante número de centros comerciales, hoteles, cafés y restaurantes, que fusionan los sabores locales y foráneos, y que se distribuyen en un territorio en el cual se destaca la actividad cultural y el entretenimiento.
- Es sin duda Ibagué territorio abonado para un producto experiencial soportado, como lo afirmamos, en la cultura urbana y musical, la aventura en la naturaleza y la diversión.

Taller Concepto del Producto Turístico de Ibagué “Ibagué Viva, Natural y Musical”



Grupo Naturalmente Ibagué
Martha Cruz, Patricia Hurtado, Zulma Barrios,
Irma Rivera

- Segmentos: Adultos y adultos mayores.
- Producto: Se enmarca en la categoría de naturaleza urbana, prioritariamente cultura urbana.
- Ibagué, ciudad tranquila con reconocimiento por su patrimonio cultural y natural invita a disfrutar de escenarios musicales y gastronómicos y experiencias únicas.
- Una ciudad donde se encontrará un clima cálido y fresco que te proporciona calidad de vida, salud y bienestar donde los paisajes hermosos del cañón de Combeima y otros te permitirán vivir momentos memorables, recreados con notas musicales de nuestra Colombia y del mundo.

Taller Concepto del Producto Turístico de Ibagué “Revitalízate en las montañas de Ibagué” – El Totumo

- Segmento: Familias y parejas de nacionales y extranjeros.
- Reencuentro con los seres queridos en un extraordinario ambiente natural. Descontamínese y recupere los sentidos al descubrir olores y colores, cascadas cristalinas; transite exuberantes senderos; conviértase en jardinero por un día para aprender a llevar la vida de manera eco-amigable. Llene sus ojos con las tonalidades verdes de la montaña, el cuerpo con las vibraciones de la naturaleza. Opcional: Avistamiento de aves.
- Programa 2n. - 3d.



Grupo “Aves Viajeras”

Yolanda Luna, Luz Ángela Merchán, María A. Parra,
Julieth Henao, Anderson Casas, Sindy Ospina

Taller Concepto del Producto Turístico de Ibagué “Cañón del Combeima, todos los ríos llegan al mar”



Grupo AVIAJAR.COM

Carmen Adriana Trujillo, Hernando Rodríguez,
Luis Enrique Chávez

- **Segmento:** Amantes del mar y sus afluentes, investigadores de la naturaleza, científicos y fotógrafos.
- **Producto:** Todos los ríos llegan al mar es un programa piloto a desarrollarse en el cañón del Combeima, laboratorio, natural de Colombia, que busca fomentar el compromiso ciudadano del cuidado de la flora y fauna, y el elemento agua, partiendo del principio de que todas las especies marinas y continentales están articuladas. Mediante este objetivo contribuimos efectivamente a minimizar los efectos del cambio climático y a conocer a Colombia como la patria de los 3 mares.

Taller Concepto del Producto Turístico de Ibagué “Ibagué, ciudad de ensueño”

- Segmento: Familias y adulto mayor.
- Producto: Ibagué (cultura, música y naturaleza). Ciudad de ensueños, ofrece a sus visitantes la maravilla de vivir y disfrutar la riqueza de su flora y su fauna a través de todos pisos térmicos y a caminar por sus senderos. Nos permite la conexión consigo mismo y la naturaleza, sus cascadas y bosques, con románticos atardeceres que invitan al éxtasis y al disfrute de cuerdas y notas musicales.
- Todo a través de conciertos, danzas y recuperación de la tradición oral y el patrimonio ancestral.



Grupo “Ibagué, una fantasía para vivir”
Beatríz Méndez C., José Sosa S., Ana María Díaz,
Sandra Pinzón, Patricia Rojas

Taller Concepto del Producto Turístico de Ibagué “Un sabor naturalmente musical” Zona Centro y Sur



Grupo “SINERGIA”

Diana Sofía Segura, Annie Mayerly Jiménez, José Luis Bengoa,
Luzmila Vergara, Claudia Lucía Osorio, Mary Luz Ceballos

- Segmento: Mercado local y viajeros de paso (nacionales y extranjeros).
- Producto: Capital musical que despierta tus sentidos y te invita a disfrutar de un momento mágico en medio del infinito tono del verde de sus montañas y que evoca sensaciones que abren la mente. Disfrute de sabores de antaño y mezcla de notas musicales de tiples, tambores y guitarras para la renovación del espíritu.

Taller Concepto del Producto Turístico de Ibagué “Avistamiento de Aves”

- Segmento: fondos de empleados, asociaciones de pensionados y extranjeros.
- Producto: Invitación de la ciudad de Ibagué a disfrutar de tres mágicos días donde la biodiversidad y la cultura serán los anfitriones.
- El trino y la música de cuerdas y el correr del agua acariciarán los sentidos mientras el visitante identifica las más de 200 especies de aves habitantes de las reservas naturales enclavadas en tranquilas montañas. Lo anterior hará posible un viaje al paladar y un descanso comfortable.



Grupo “Trinos y Cuerdas”
Claudia Liliana Guerra, Lucelia Triana,
María del Carmen Mantilla, Gisela Sánchez C.

Diseño del Producto Turístico de Ibagué – Talleres (Ibagué, enero 21 de 2015)

- Marco conceptual
 - Instrumentos Talleres de Diseño
- Benchmarking de ciudades musicales
- Casos de países y ciudades para el retiro

Diseño del Producto Turístico de Ibagué - Talleres

Tips - Tours opcionales:

- Avistamiento aves (4 áreas AICAs y 534 especies)
- Observación flores (180 esp. orquídeas)
- Cabalgata (Cascada La Plata – Pastales)
- Safari fotográfico
- Senderismo a cascadas
- Recorrido musical
- Cena con música en vivo
- EcoBike,
- City, Night,



EL MERCADO

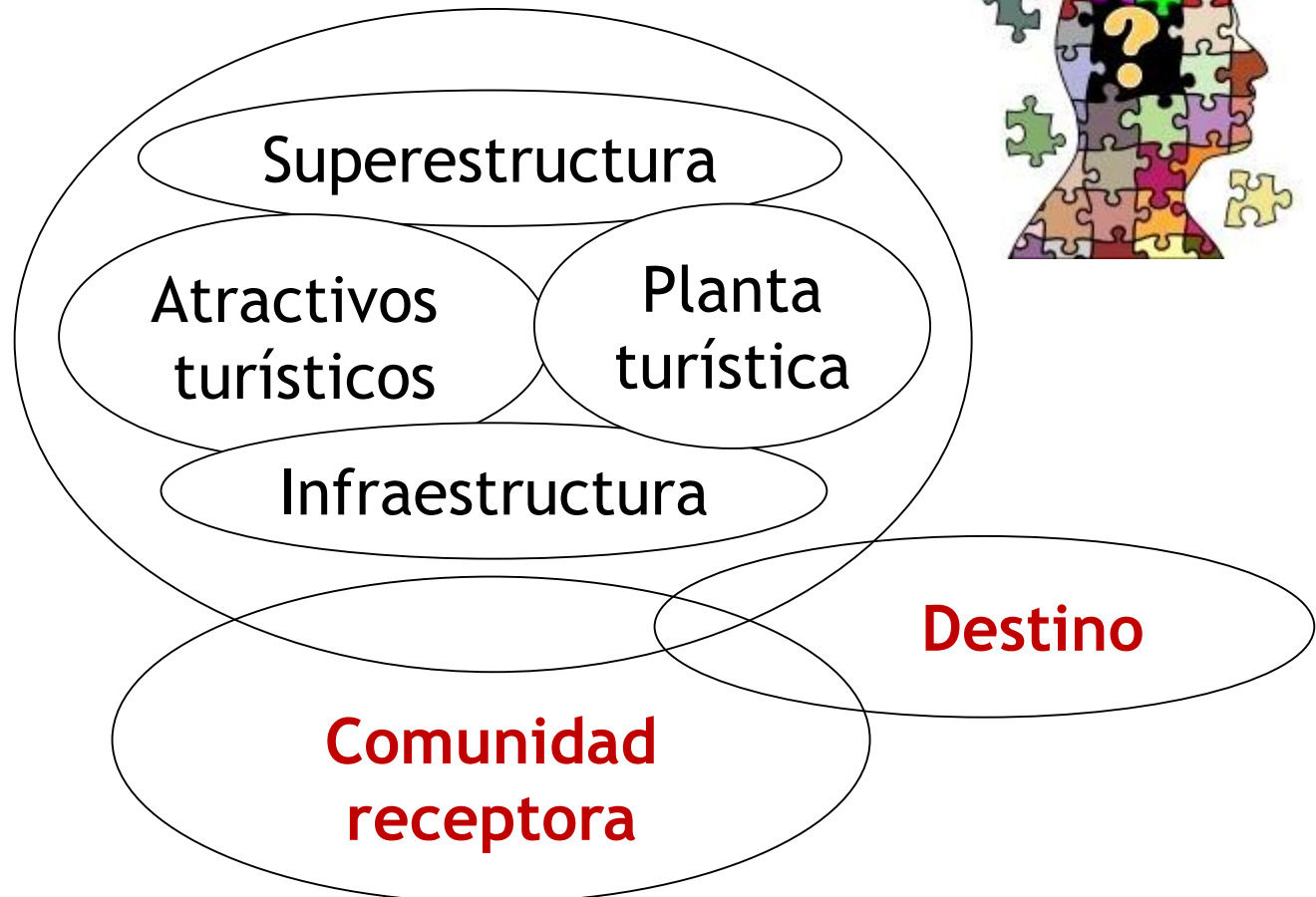
Demanda

Consumidores

- * Reales
- * Potenciales



Oferta



ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO

Demanda turística

Productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades requeridas por el turista / viajero.

Necesidades

Anhelos

Deseos

Sueños

**Producto /
Paquete
turístico**

H

Oferta turística

Bienes tangibles, intangibles, servicios e infraestructura que son ofrecidos al turista/viajero.

Atractivos
turísticos

Planta/estructura
turística

Infraestructura
general y
especializada

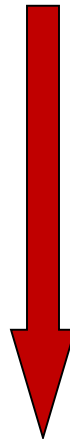
OFERTA TURÍSTICA: ATRACTIVOS

Metodología OMT

Sitios naturales
Bienes culturales
Etnografía
Realizaciones técnicas,
científicas o artísticas
contemporáneas
Acontecimientos
programados

Metodología VMT

Patrimonio cultural
Sitios naturales



JERARQUÍA: I Internacional, II Nacional, III Regional, IV Local

PATRIMONIO CULTURAL

Tipo	Grupos
Patrimonio cultural	<ul style="list-style-type: none">1.1 Material inmueble: arquitectónico1.2 Material inmueble: urbano o rural1.3 Realizaciones técnico científicas1.4 Material inmueble: grupo arqueológico1.5 Material mueble1.6 Inmaterial1.7 Festividades y eventos1.8 Grupos de especial interés

SITIOS NATURALES

Tipo	Grupos
Sitios naturales	<ul style="list-style-type: none">2.1 Montañas2.2 Altiplanicies2.3 Llanuras2.4 Aguas lénticas (estancadas)2.5 Aguas lólicas2.6 Costas litorales2.7 Tierras insulares2.8 Lugares de caza y pesca2.9 Lugares de observación de f. y f.2.10 Áreas protegidas2.11 Aguas subterráneas2.12 Formaciones cárnicas

OFERTA TURÍSTICA: PLANTA

Transporte

Alojamiento

Alimentación

Otros servicios: *agencias de viajes, guianza, diversión,*
cambio de moneda, información turística, compras, cajeros

OFERTA TURÍSTICA: INFRAESTRUCTURA

Conectividad y acceso terrestre, aéreo, marítimo, fluvial

Telecomunicaciones

Acueducto, alcantarillado, manejo de basuras y desechos

Energía

Servicios de salud/primeros auxilios, servicios de carretera

Valoración de la infraestructura

Cómo ordenar la oferta turística en función de tipologías turísticas?

Naturaleza y aventura

Cultura e historia

Descanso y diversión

Festividades y eventos

Negocios - Compras

Otros _____

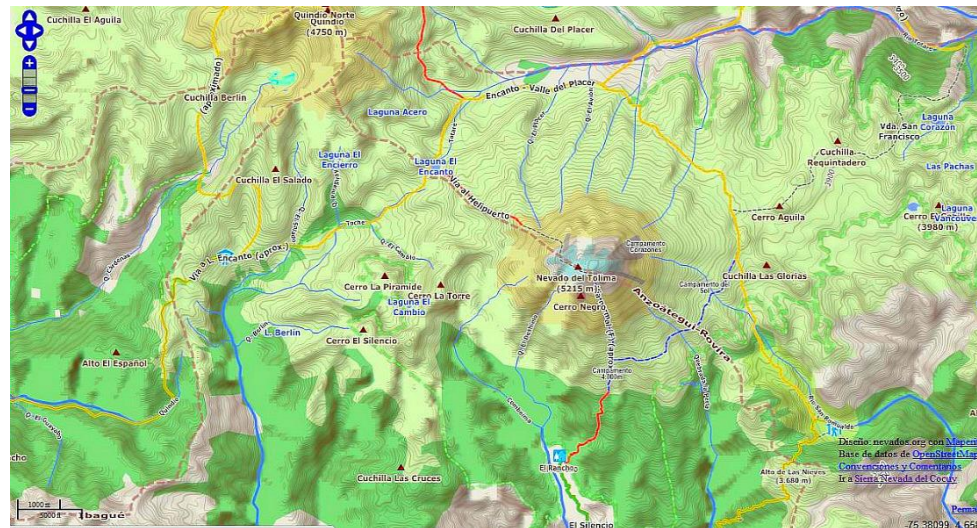
Cómo ordenar la oferta turística en función de criterios territoriales?

REGIÓN MARCO. Conformada por territorios con especial vocación y gestión turística

ZONAS PRODUCTO. Conformada por territorios que reúnen características homogéneas y singulares de localización geográfica, agrupación de atractivos y facilidades turísticas. Comparten participación en la demanda real o potencial y tipología de productos. Requieren diseño de productos y paquetes turísticos.

Estructuración en función de criterios territoriales

Para el diseño de productos -paquetes turísticos el territorio objeto de estudio se ordenará siguiendo estos criterios:



<http://www.rutadirecta.info/2008/12/completa-resea-de-la-ruta-normal-del.html>

RUTA

Recorrido, conexión operativa que se realiza entre un origen y un destino relativamente distantes entre sí. Incluye corredores, circuitos, conjuntos, unidades, otros.

P.E. Ruta Cañón del Combeima - Nevado del Tolima

Estructuración - operación turística en función de criterios territoriales

CORREDOR

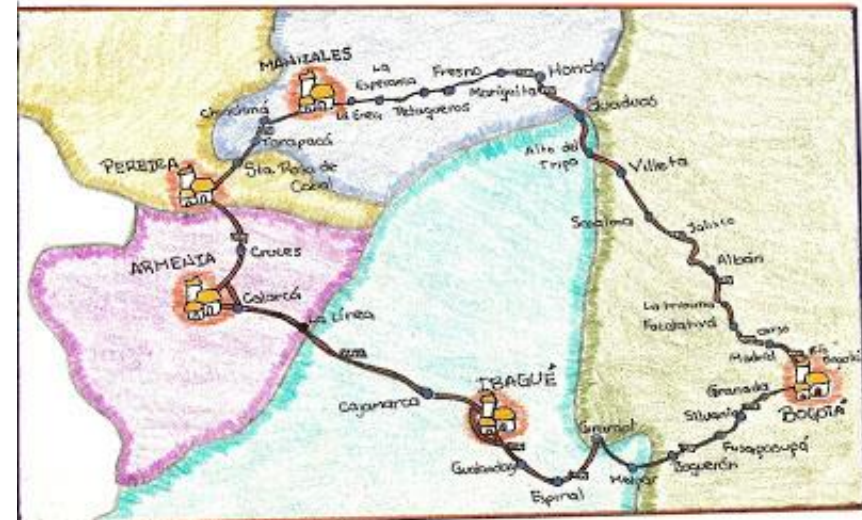
Espacios de traslado y estadía que se establecen por tramos de una ruta o como ramales que se desprenden de ésta.

P.E. Melgar- Ibagué

CIRCUITO

Recorrido cuyo origen y destino es el mismo.

**P.E. Circuito “Triángulo” del
Café**



Estructuración - operación turística en función de criterios territoriales

CONJUNTO

Territorio de menor extensión que agrupa varios atractivos, facilidades y servicios.

P.E. La Pola - El Totumo - El Salado

UNIDAD

Elemento material/inmaterial que posee atributos capaces de atraer una demanda.

P.E. Cañón del Combeima



Ciudades que trascienden...

Bogotá: Ciudad de la Música (4 europeas: Sevilla, Bolonia, Glasgow y Gante - Primera en América). (Red Unesco de Ciudades Creativas de la Música (Cine, Gastronomía, Diseño...))

LA REGIÓN / Octubre 17 de 2014 / 15 Comentarios

Pijao, el primer municipio cittaslow de latinoamérica

La red integra 189 poblaciones en el mundo de menos de 50.000 habitantes que mantienen vivas las tradiciones, culturales y arquitectónicas, y en ellas promueven principalmente el buen vivir. 9 años de proceso.

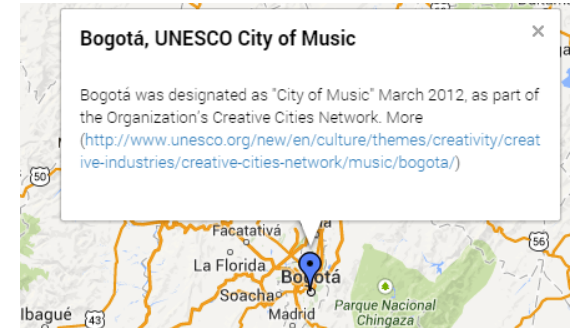
Popayán Ciudad de la Gastronomía

Pacífico Sur - Colombia: Música de marimba...



Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Patrimonio Cultural Inmaterial



Popayán, UNESCO City of Gastronomy



The city of Popayán, Colombia has been appointed the first UNESCO City of Gastronomy, and the official appointment ceremony took place in Popayán on 11 August 2005. More information (<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/creative-cities-network/gastronomy/popayan/>)



<http://community.berkleejazz.org/blog/2013/04/03>

Memphis: allí donde se produjo la revolución social y cultural asociada al rock & roll y a **Elvis Presley**



5. Ibiza: Paradisiaca isla con la mejor atmósfera para acoger a amantes de la música electrónica y de la rumba eterna.

Viena: capital mundial de la música donde vivieron más compositores famosos que en ninguna otra ciudad. La música en Viena se encuentra flotando en el aire...



<http://experienciaeuropa.com/2013/09/13/do-re-mi-viena/>

Serenatas del Alma

- En noviembre de 2014 se realizó en Bogotá el lanzamiento de "Serenatas para el Alma", evento con el que el Instituto Distrital de las Artes resignifica el valor de una tradición arraigada en los capitalinos y por ello, regalará más de 200 serenatas a cargo de los mejores músicos populares de la ciudad.
- "Serenatas para el alma" busca posicionar esta práctica como un regalo que se puede dar sin tener un motivo y potencializar www.arteconexion.com, donde se encuentra la oferta de serenatas de instituciones y músicos independientes.
- La campaña busca darle rostro a esos miles de músicos populares y permitir que los ciudadanos reconozcan el valor de una tradición que se empezó a desarrollar en la mitad del siglo XX. "La serenata no discrimina, es popular, está arraigada a nuestras raíces y la consumen tanto en el estrato tres como en el seis"*.

* <http://www.bogotahumana.gov.co/article/gobierno-distrital-regala-m%C3%A1s-200-serenatas-para-la-ciudad#sthash.9HPOHllg.dpuf>



- El **Instituto Distrital de Patrimonio Cultural** y su **Plan de Revitalización del Centro**, recupera la memoria de los cafés tradicionales de la ciudad y promueve su significado cultural, asumiendo el **patrimonio cultural** como ámbito fundamental de comprensión y construcción del fenómeno urbano, en el sentido que los valores patrimoniales comportan –tal vez como ningún otro valor urbano- una síntesis compleja y muy significativa de los componentes territorial, histórico, social, económico y político.



Un café con María Nieves Arias. Los cafés de Buenos Aires.



Lugar: Café Pasaje
Cra 6 con Calle 14
(Plazoleta El Rosario)
Lunes 18 de Noviembre 6pm
Cupo 40 personas

INSCRIPCIÓN EN
www.patrimoniocultural.gov.co

Música en vivo.

FLASHMOB – Evento sorpresa a realizar en Ibagué

BELGICA 2009 4:14 – 17M. VISITAS DO-RE-MI <https://www.youtube.com/watch?v=bQLCZOG202k>

CARMINA BURANA – 4:11 - <https://www.youtube.com/watch?v=PJNp5UKRtbQ>

2010 – 4:26 - <https://www.youtube.com/watch?v=9OawiTae0bA>

PARIS ESTACIÓN TREN – 4:55 - <https://www.youtube.com/watch?v=1F74gOxUNeA>

SAO PAULO – PINACOTECA – 3:30 - <https://www.youtube.com/watch?v=fTd3ZsvqDiQ>

OHIO 2010 – 4:05 - <https://www.youtube.com/watch?v=HDNOB6TnHSI>

MIAMI – 4:49 - <https://www.youtube.com/watch?v=3eOrABjYDJU>

LISBOA AERO – 7:50 - <https://www.youtube.com/watch?v=q9A-WiHr59Q>

Un **flashmob**, (*flash*: ‘destello, ráfaga’; *mob*: ‘multitud’) es una acción organizada en la que un grupo de personas se reúne de repente en un lugar público, realiza algo inusual y luego se dispersa rápidamente. Suelen convocarse a través de medios móviles e Internet y no tienen ningún fin más que el entretenimiento, fines políticos o de mercadeo





1. Ecuador: Ganador absoluto, el país sudamericano es el mejor lugar del mundo donde jubilarse por quinto año consecutivo. Entre las razones que justifican esta elección están los bajos precios, el buen clima y su acogedora población. En la imagen, la Catedral Metropolitana de Quito.



2. Panamá: El país centroamericano es la segunda opción preferida para el retiro. En la instantánea, vista de Ciudad de Panamá.



7. Colombia: Séptima plaza para el país suramericano. En esta foto, el Capitolio Nacional de Bogotá.

MEJORES PAÍSES (Y CIUDADES) PARA EL RETIRO EN EL MUNDO

Fuente: Yahoo Viajes

Ibagué, según investigación del Centro Nacional de Consultoría, es una de las más atractivas ciudades para el retiro en Colombia

Los 5 mejores países para jubilarse en América Latina

Los países latinos fueron el centro de atención en el último estudio de [International Living](#) acerca de las mejores economías para jubilarse en el mundo, obteniendo cinco de las primeras diez posiciones. Estos países fueron Ecuador, Panamá, México, Costa Rica y Colombia.

Colombia No. 5

Compra y renta de casas: 84%

Costo de vivienda: 90%

Servicios de salud: 88%

Clima: 95%

Beneficios y descuentos: 68%

Ajustes / Adaptabilidad: 82%

Infraestructura: 85%

Colombia está viendo otro *boom*, el de los jubilados. Más extranjeros se están situando en el país gracias a los servicios de salud de primer nivel que ofrece Colombia, a su vez el costo de vivienda es sumamente bajo a comparación de la región de origen.

“Cuando viajé a Bogotá por primera vez, me di cuenta de lo moderna que es la ciudad y de lo hermosa que es su gente. Existen varios fashionistas. La capital fue transformándose con Transmilenio y girando el lazo de una ciudad violenta a una ciudad metrópoli”, señaló el periodista Brian Andrews para ProColombia.

Colombia es también una de las naciones más verdes en la esfera global, con el incremento de ciudades inteligentes se espera el crecimiento de jubilados extranjeros en ciudades colombianas para los próximos años.

¿Por qué jubilarse en Colombia?

Según el organismo de promoción de turismo de Colombia (PROCOLOMBIA):

"En Colombia, soñamos con compartirle al mundo la belleza de nuestra tierra, el calor de nuestra gente y la riqueza infinita de nuestra cultura. Por ello queremos que usted, al igual que millones de colombianos y extranjeros, tengan la oportunidad de visitarnos, de disfrutar las mejores vacaciones de su vida, de realizar grandes negocios y comprobar que Colombia es realismo mágico".

Taller Diseño del Producto Turístico de Ibagué



Escenas de los talleres de diseño del producto turístico de Ibagué realizados en el hotel Ambalá el día 21 de enero de 2015 con la participación de 50 empresarios y autoridades.

Taller Diseño del Producto Turístico de Ibagué “Naturaleza y Aventura”



Grupo Producto Naturaleza

Participantes:

- Annie Jiménez – Operadora
- Johanna Moreno
- Alberto López Gómez
- Hernando Rodríguez
- Patricia Hurtado
- Yolanda Mozo

Taller Diseño del Producto Turístico de Ibagué “Cultura Musical”

Participantes

- Irma rivera - Operadora
- Claudia Osorio - Operadora
- Diana Sofía Segura
- Myriam Lucero
- Mary Luz Ceballos
- Tatiana C. Arias
- Alejandra Orozco
- Yesid Henao



Grupo Producto Cultura

Taller Diseño del Producto Turístico de Ibagué “Aventura Extrema”



Grupo Aventura

Participantes

- Sigifredo De La Rosa – Operador
- David Bejarano “Truman”
- Luis Alberto Ramos
- Jennifer Hernández
- Diana Matallana

Taller Diseño del Producto Turístico de Ibagué “Tours Opcionales Naturaleza”

Participantes:

- Patricia Rojas – Operadora
- Natalia Gómez
- Luz Ángela Merchán
- Lucelia Triana
- Dora Villanueva
- Gisella Sánchez
- Sandra Echeverry
- Diego Riaño
- Jaime Gutiérrez
- Elsa Patricia Chacón
- María Emma Ochoa
- Myriam de Rengifo
- Marly Giraldo



Grupo Tours Opcionales - Naturaleza

Taller Diseño del Producto Turístico de Ibagué “Tours Opcionales Cultura”



Grupo Tours Opcionales CULTURA

Participantes

- José María Hoyos – Operador
- Viviana Saad
- Gustavo Prada
- Martha Cruz
- Norma Rubio

Diseño del Producto Turístico de Ibagué “Talleres de Socialización y Validación”

Talleres realizados en la ciudad de Ibagué, Hotel y
Parque Restaurante Calucayma – Febrero 20 de 2015

Diseño del Producto Turístico de Ibagué “Talleres No. 5 de Socialización” - Recomendaciones

Como resultado del taller y con ayuda del instrumento adjunto, se socializaron los productos diseñados y las recomendaciones de la consultoría para su mejora y desarrollo.

A partir de lo anterior se estructuraron las siguientes recomendaciones generales para el destino y sus productos:

- Es el turismo ibaguereño una verdadera opción de crecimiento sostenible y una real apuesta pública y privada? Si la respuesta es sí, poner manos a la obra en cuanto a ejecución de planes y canalización de recursos técnicos y económicos en forma progresiva. Esto, sobre el hecho que Ibagué tiene cómo y con qué: Accesibilidad terrestre, atractivos urbanos y suburbanos, oferta de servicios de alojamiento y gastronomía de buen nivel, con una notoria debilidad, su infraestructura aeroportuaria objeto de una importante inversión, la cual no incluirá la ampliación de su pista.
- La cultura y la música, una obsesión. Ibagué es música y folclor. Ya es!! Ya transitó el camino más largo, el de posicionarse. Trabajar para materializar la historia de su música a través de la fabricación - exposición de instrumentos (Luthier) y de la divulgación permanente de su cultura viva. Esto, a través de la realización de eventos, shows en vivo en restaurantes y discotecas*. Eventos grupales sorpresa tipo “flashmob” en terminales, centros comerciales y espacios públicos. (Ver: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL7F7FD269F9DA24F8>).

* Como referente vale mencionar el Premio Nacional de Turismo Sostenible, categoría “mejor en acciones para la conservación del patrimonio cultural” entregado por el MinCIT, el 27 de febrero pasado, a “Gaira Café y Cumbia House” de Bogotá. Entre los méritos para obtenerlo cita su página:

“Desde la gastronomía, por resaltar platos insignia de diferentes regiones del país y manejan ingredientes y suministros directos de cada región para que conserven al máximo la calidad original y tradiciones”.

“Desde la música, apoyan agrupaciones amateur del movimiento local por medio del sello disquero Gaira Música Local perteneciente a Carlos Vives, quien, con el apoyo del Cumbia House, facilita y presta su escenario, recursos técnicos y promocionales para la presentación de dichas agrupaciones resaltando su calidad artística, cultural y musical”.

“Desde la parte actoral, recrean, enaltecen y homenajean noche tras noche diferentes aspectos culturales e históricos del país, contando diferentes relatos mediante fiestas temáticas que muestran a los visitantes locales y extranjeros detalles únicos de cada región”.

Diseño del Producto Turístico de Ibagué “Talleres No. 5 de Socialización” - Recomendaciones

- Generar cada año, y con anticipación suficiente, una agenda de eventos alrededor de la cultura y la música, la cual debe incrementarse de manera generosa. Esto, para complementar sus eventos insignia como son el Festival Nacional de la Música Colombiana, El Festival de Duetos, entre otros. Pero sobretodo, para posibilitar su inclusión en los paquetes turísticos de operadores y agencias de viajes minoristas.
- Recuperación y revitalización de la plaza - parque de la música. El Conservatorio del Tolima ha planteado el interés en su concesión para asumir un adecuado embellecimiento y mantenimiento. Nos parece importante su propuesta siempre y cuando no suponga su cerramiento.
- Señalización urbana (direccional, informativa, de sitio). Rutas cromáticas (según importancia, íconos y disponibilidad de tiempo). El MinCIT cuenta con un manual sobre el tema y el FONTUR cofinancia este tipo de proyectos.
- Fomentar el placer de la estética a través del embellecimiento, mantenimiento y aseo de espacios públicos de la ciudad. Apelar a lo cívico y a las instituciones de gobierno para embellecer fachadas y cuidar el espacio público. Conocemos iniciativas aisladas en cabeza del Orquídeas del Tolima (Barrio Darío Echandía) y del Hotel Calucayma (Barrio El Salado) en San Bernardo.
- Ordenamiento y valoración del territorio en el Cañón del Combeima. Especialización de su vocación “natural”. Señalización de los lugares icónicos. Uso rotativo de las atracciones naturales a partir de su capacidad de visita y adecuación (accesibilidad, señalización de sitio, información local).
- Formalización del sector empresarial, aspecto en el cual han trabajado los gobiernos nacional y local, así como los gremios del sector, pero donde no se ha avanzado lo suficiente.

Diseño del Producto Turístico de Ibagué

“Talleres No. 5 de Socialización” - Recomendaciones

- Valoración de lo local. Su cultura, su gastronomía, su folclor. Considerar de verdad a los habitantes, incorporarlos en las decisiones, políticas y beneficios.
- Generar mayor conciencia en los turistas que, de por sí, tienen hoy mayor sensibilidad (las asociaciones de consumidores recomiendan y visitan destinos sustentables). Convertirlos también en anfitriones de la ciudad.
- Fomentar una promoción especializada enfocada en la oferta competitiva, “lo más más” de Ibagué y el departamento.
- Producto turístico. Diverso, innovador, a tono con tendencias y mercados. Cómo hacer promoción en el nivel nacional o internacional sin el respaldo de un producto que debe construir localmente y con una amplia participación?
- No a una promoción generalista o genérica. Debe ser consecuencia de un proceso de marketing que supone enfoque a mercados, existencia de un producto diferenciado y experiencial y coherencia con políticas públicas y estrategias empresariales.
- Marca de ciudad. Ibagué es de los pocos destinos que construyeron y mantienen una marca de destino. La marca es una promesa y, como tal, debe tener respaldo en producto, actividades y servicios. Ser la “capital musical de Colombia” en un reto y una responsabilidad.
- Respeto por el canal. Un operador opera, un minorista vende, un mayorista estructura el producto y distribuye a través de las agencias VT. El canal largo (mayorista, minorista y operador) requiere el 30% de comisión para lo cual el insumo del producto (constituido por el alojamiento, la gastronomía, el transporte y el entretenimiento) deben entregarle tarifas competitivas, netas o preferiblemente comisionables.

Diseño del Producto Turístico de Ibagué “Talleres No. 5 de Socialización” - Recomendaciones

- Continuar importantes procesos en marcha, los cuales se abandonan o repiten por causa de cambios de gobierno o desinformación. Nos referimos a proyectos como la iniciativa “Tabebuia” de turismo de naturaleza liderado por la Cámara de Comercio, el diseño del producto turístico en cabeza de la Secretaría de Cultura, Turismo y Comercio, para mencionar algunos.
- La tecnología como aliada permanente del destino y sus empresarios. Marketing “on y off line” con contenido.
- Conciencia de integración empresarial-institucional y de su papel específico. Fortalecimiento de la cadena –articulación- a partir de la identificación de las fases en las cuales hay debilidades (identificación de mercados diversos, enfoque en productos diferenciados – únicos - experienciales, precios de introducción competitivos, marketing de valor, seguimiento permanente de lo actuado).
- Ibagué. Será primero en qué? Destino preferido por qué?Cuál será su propósito! Su esencia! En qué negocio del turismo quiere y va a estar? Destino para invidentes? Para la comunidad LBGTI. Centro del turismo idiomático? Hábitat envolvente de la música? Será uno más de los denominados destinos duales, con la cultura (folclor + música + gastronomía) y la naturaleza como puntas de lanza de su desarrollo turístico?

Diseño del Producto Turístico de Ibagué “Taller No. 6 de Validación”



Ibagué – Hotel y Parque Restaurante Calucayma – Febrero 20 de 2015

Diseño del Producto Turístico de Ibagué “Talleres de Socialización y Validación”



Asistencia “Talleres de Socialización y Validación”

INSTITUCIONES/GREMIOS	NOMBRE/ CARGO	DIRECCION	TELS - CELULAR	CORREO ELECTRÓNICO
Secretaría Cultura, Turismo y Comercio Cámara de Comercio de Ibagué	Luis Alberto Ramos		2611277 3133760074	luchoturismo@hotmail.com
	Jennifer Hernández	Calle 10 No. 3-76 Of. 1001	(8)2772000 Ex.1033 3112142908	turismo@ccibague.org
ACODRES TOLIMA COTELCO TOLIMA	Martha Cruz		3106888688	macruztol@yahoo.com
	Zulma E. Barrios	Cra 3 No. 12-36 Of 506. Ed. Pasaje Real	3163992137	direccion@cotelcotolima.com
BUREAU Convenciones y Visitantes IBAGUE EL SALADO	Diana Sofía Segura A. Directora Ejecutiva	Ed. Banco Agrario Calle 15 No. 3-26	(8) 2620226 318-3468630 318-8010900	direccionejecutiva@bureauconventionibague.org
Calucayma Parque-Restaurante	Myriam O. de Rengifo	Salado El País - Vía La Escombrera	2727468 311-4485223	calucaymaibague@gmail.com
Hotel Iguaima	Martha Cruz Myriam Lucero García	Cañón del Combeima	3106888688	macruztol@yahoo.com

AGENCIAS OPERADORAS	NOMBRE GERENTE	CELULAR	TELEFONO	DIRECCION	CORREO
DESTINOS	Patricia Rojas	3204199366			destinosrecreacion@hotmail.es,
LIVING COL	Sindy A. Ospina R.	3142143073	3152369734	Centro Comercial Plazas del Bosque Local 115	info@livingcol.com
COLOMBIATUR	Marco Antonio Ramírez	31237799107	2614083, 2616489,	CRA 4 Nº 11-24 - Ibagué – Tolima	colombiatur@yahoo.es
COMERCIATUR	NORBAY RINCON	3158619031	2747576	Centro Comercial Arkacentro local E1- B12	comerciaturreervas@gmail.com
AVIAJAR.COM	ADRIANA TRUJILLO	3178250223	2618484	Centro comercial Los Panches local 2012	aviajar.aviajar@gmail.com
TRAVESIA VERDE	PAOLA SUAREZ	3134590311- 3103028999	2726416	CORREGIMIENTO DE JUNTAS KM 6	info@travesiaverde.org
DCLASTURSS	Claudia Osorio Moreno	3112204853- 3178218828	2701389	CRA 4ª No. 29-35	agenciadclastur@gmail.com
JM LOGISTICA & EVENTOS	JAIME GUTIERREZ	3202815384-	3152139176	jmturlocal@hotmail.com	jmlogisticayeventos@gmail.com
CENTRO TOUR	JOSÉ MARÍA HOYOS	3124857386	2701105	3124857386	viajartolima@gmail.com
UKUKU RURAL LODGE	ANNIE JIMÉNEZ	3132193188			ukuku.ibague@gmail.com
FÉNIX TRAVEL & TOUR	IRMA RIVERA SANCHEZ	3105534355	2615047	Centro Comercial Pasaje Real Local 110B	travelfenix@yahoo.es

Asistencia "Talleres de Socialización y Validación"

DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA IBAGUÉ "CAPITAL MUSICAL DE COLOMBIA"

Reunión: **TALLER 6 - VALIDACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y TOUR OPCIONALES**

Fecha: **Febrero 20 de 2015**

Nombres y apellidos	Institución / Empresa	Celular	Teléfono fijo	Correo electrónico
Patricia Rojas	Agencia Destinos	3004194366	2615101	ventas@agenciadestinos.net
ADRIANA TRUJILLO	Aviajar.com	3178250223	2622384	aviajar.com@live.com
Jose Nana Hoyd	viajar lidima	3124883386	2701105	viajartolima@gmail.com
Norbi Rincón	Comerciotur PU.	3158619031	2774576	comerciotur@hotmail.com
Alexander Amézquita	Cámara de Comercio	3013913312	2442000	turismo@ccibague.org
Jennifer Herrera	Cámara de Comercio	311247908	2772000/1033	turismo-ecentosa@ccibague.org
Myriam de Rincón	Colucyma	3114485223	2727460	myriamderincón@gmail.com
Sigfredo de la Rosa Díaz	Ibagué extremo	3154246477	2629134	D.O-CORP@outlook.com
Sandy Alexandra Espina	Living Col	3192143073	2607423	info@livingcol.com
Myriam Lucero García	CREA - Ibagué	3134533131	2703810	Luceroibague@gmail.com
MARCELA CRUZ	CREA - Ibagué	3106888688	3106888688	macruz201@yahoo.com
Luis Alberto Pardo	ALCALDIA	3133760074	2611277	lhp@turismo@ibague.gov.co
Julian Galvis Rivera	Universidad CUN	3134628514	2623840	Julian_Galvis@cun.edu.co
David A. Escobar	UKUKU	3132173188	-	ukuku.ibague@gmail.com
Annie Hoyerly Jimenez	UKUKU LODGE EXPEDITION	3132193188	-	usuku.ibague@gmail.com
Héctor E. López	Consultoría Turística	3002323524 / 3106123761	-	hlopez@yahoo.es
IRMA RIVERA S.	FENIX TRAVEL	3105534355	2615047	Fenixtravel@yahoo.es

ANEXOS

Instrumentos Talleres de Diseño

Programa talleres

Paquetes y Tours Opcionales – Documento Word

Directorio Restaurantes ACODRÉS – Excel

Listas de asistencia a talleres de validación

TALLER I: DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA IBAGUÉ

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO

Nombre establecimiento _____	RNT _____	
Dirección _____	Teléfono celular _____	Teléfono fijo _____
Correo electrónico _____	Dirección electrónica www. _____	
Descripción general del servicio:		
Tarifa habitación dbl. estándar _____ Incluye desayuno SI ___ NO ___ Tarifa Des. _____ Comisión A. Viajes _____		
Responsable: Nombre _____ Celular _____ E-mail _____		
Comentario		

Nombre establecimiento _____	RNT _____	
Dirección _____	Teléfono celular _____	Teléfono fijo _____
Correo electrónico _____	Dirección electrónica www. _____	
Descripción general del servicio:		
Tarifa habitación dbl. estándar _____ Incluye desayuno SI ___ NO ___ Tarifa Des. _____ Comisión A. Viajes _____		
Responsable: Nombre _____ Celular _____ E-mail _____		
Comentario		

TALLER I: DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA IBAGUÉ

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO DE AGENCIA – OPERACIÓN TURÍSTICA

Empresa _____ Responsable _____

Celular _____ Fijo _____ Fax _____ Ciudad _____

Correo _____ Pág. Web _____ RNT _____

Agencia de Viajes: Mayorista _____ Viajes y Turismo (Minorista) _____ Operadora de turismo _____

Operación receptiva en Tolima _____ Operación receptiva en Colombia _____ Operación egresiva _____

Servicios turísticos ofrecidos

Transporte _____ Alojamiento _____ Alimentación _____ Guianza _____ Entretenimiento _____ Otro _____

Nombre y apellido _____ Celular _____ C. electrónico _____

Comentarios / Observaciones

Empresa _____ Responsable _____

Celular _____ Fijo _____ Fax _____ Ciudad _____

Correo _____ Pág. Web _____ RNT _____

Agencia de Viajes: Mayorista _____ Viajes y Turismo (Minorista) _____ Operadora de turismo _____

Operación receptiva en Tolima _____ Operación receptiva en Colombia _____ Operación egresiva _____

Servicios turísticos ofrecidos

Transporte _____ Alojamiento _____ Alimentación _____ Guianza _____ Entretenimiento _____ Otro _____

Nombre y apellido _____ Celular _____ C. electrónico _____

Comentarios / Observaciones

TALLER I: DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA IBAGUÉ

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

Nombre establecimiento _____ RNT _____

Dirección _____ Teléfono celular _____ Teléfono fijo _____

Correo electrónico _____ Dirección electrónica www. _____

Descripción general del servicio

Descripción y tarifa del servicio a ofrecer

Opción 1 Menú Corriente SI ____ NO ____ Tarifa prom. _____ Opción 2 A la carta SI ____ NO ____ Tarifa prom. _____

Nombre y apellido _____ Celular _____ C. electrónico _____

Comentario

Nombre establecimiento _____ RNT _____

Dirección _____ Teléfono celular _____ Teléfono fijo _____

Correo electrónico _____ Dirección electrónica www. _____

Descripción general del servicio

Descripción y tarifa del servicio a ofrecer

Opción 1 Menú Corriente SI ____ NO ____ Tarifa prom. _____ Opción 2 A la carta SI ____ NO ____ Tarifa prom. _____

Nombre y apellido _____ Celular _____ C. electrónico _____

Comentario



Héctor E. López Bandera
Consultoría Turística

TALLER I: DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA IBAGUÉ FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO DE TRANSPORTE

Nombre establecimiento _____ RNT _____

Dirección _____ Teléfono celular _____ Teléfono fijo _____

Correo electrónico _____ Dirección electrónica www. _____

Opción 1 Taxi - Descripción _____ Tarifa día _____

Opción 2 Van 7 pax - Descripción _____ Tarifa día _____

Opción 3 Van 14 pax - Descripción _____ Tarifa día _____

Nombre _____ Celular _____ C. electrónico _____

Comentario

Nombre establecimiento _____ RNT _____

Dirección _____ Teléfono celular _____ Teléfono fijo _____

Correo electrónico _____ Dirección electrónica www. _____

Opción 1 Taxi - Descripción _____ Tarifa día _____

Opción 2 Van 7 pax - Descripción _____ Tarifa día _____

Opción 3 Van 14 pax - Descripción _____ Tarifa día _____

Nombre _____ Celular _____ C. electrónico _____

Comentario



TALLER I: DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA IBAGUÉ FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO GUIANZA

Nombre _____ RNT _____

Dirección _____ Teléfono celular _____ Teléfono fijo _____

Correo electrónico _____ Dirección electrónica www. _____

Descripción y tarifa del servicio o actividad a ofrecer

Opción 1 Descripción _____ Tarifa _____

Opción 2 Descripción _____ Tarifa _____

Opción 3 Descripción _____ Tarifa _____

Comentarios / Anotaciones

Nombre _____ RNT _____

Dirección _____ Teléfono celular _____ Teléfono fijo _____

Correo electrónico _____ Dirección electrónica www. _____

Descripción y tarifa del servicio o actividad a ofrecer

Opción 1 Descripción _____ Tarifa _____

Opción 2 Descripción _____ Tarifa _____

Opción 3 Descripción _____ Tarifa _____

Comentarios / Anotaciones

TALLER II: DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA IBAGUÉ

GRUPO: _____

Producto turístico _____

Identificación oferta atractivos turísticos: Sitios Naturales

Nombre del atractivo	Localización	Descripción básica del atractivo

TALLER II: DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA IBAGUÉ

GRUPO: _____

Producto turístico _____

Identificación oferta atractivos turísticos: Patrimonio Cultural

Nombre del atractivo	Localización	Descripción básica del atractivo

TALLER IV Categoría Producto _____

NOMBRE DEL PAQUETE TURÍSTICO

Población objetivo - Segmento de mercado (lugar de residencia, edades, estrato socioeconómico, motivación):

Duración: _____ días _____ noches (Sugerido 2 a 4 noches). Tours opcionales (horas) _____

Servicios turísticos incluidos (tipo y cantidad)

Transporte _____ Alojamiento _____

Alimentación _____ Otros _____

IDENTIFICACIÓN PROVEEDORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y TARIFAS

Tarifa por
día /noche/
concepto

Tarifa total

Transporte

Alojamiento

Alimentación

Guianza

Agencias de viajes y % de comisiones (Mayorista, Minorista, Operadora)

Otros



Héctor E. López Bandera
Consultoría Turística

TALLER IV

Categoría _____ Producto turístico _____

Servicios complementarios

Servicios turísticos no incluidos

Vigencia tarifa del paquete

Operación turística
Empresa _____ Responsable _____
Celular _____ Fijo _____ Fax _____ Ciudad _____
Correo electrónico _____ RNT _____

Operación turística
Empresa _____ Responsable _____
Celular _____ Fijo _____ Fax _____ Ciudad _____
Correo electrónico _____ RNT _____

OBSERVACIONES

PRODUCTO TURÍSTICO DE IBAGUÉ "CAPITAL MUSICAL DE COLOMBIA"
TALLER 5 - FORMATO DE EVALUACIÓN DEL DESTINO

Nombre: _____ Empresa-Actividad: _____

Celular: _____ Correo electrónico: _____

EVALUACIÓN DEL DESTINO - RECOMENDACIONES
1. Pensando en el ENTORNO Y EN SU CIUDAD, ¿cuál considera la más importante FORTALEZA para su negocio o actividad?
2. ¿Y cuál considera la más importante DEBILIDAD del entorno y el destino para su negocio o actividad?
3. ¿Y qué puede hacer Usted y su empresa para aprovechar las FORTALEZAS y enfrentar las DEBILIDADES?
4. Cuáles son entonces sus RECOMENDACIONES para los actores público - privados del turismo?

TALLERES - AGENDA DE TRABAJO

- 8:00 a.m. Análisis de la demanda y oferta turística-natural y cultural.
Ordenamiento territorial y tipológico. 1:45 min.
- 9:45 a.m. Taller I. Fichas técnicas por servicios. 15 min.
- 10:00 a.m. Taller II. Selección de atractivos y facilidades por tipología de productos. 30 min.
- 10:30 a.m. Taller II. Configuración territorial y descripción del concepto.
Trabajo por grupos. 30 min.
- 11:00 a.m. Refrigerio
- 11:15 a.m. Instrucciones. Taller IV. Diseño de paquetes turísticos y tours opcionales. 2 horas
- 2:00 p.m. Continuación
- 3:15 p.m. Refrigerio
- 3:30 p.m. Costeo
- 5:00 Socialización y debate. 60 min.
- 6:00 p.m. Cierre.

43° Festival Folclórico Colombiano. Ibagué 2015

- Diseñado por la artista Gabriela Menéndez Pla, la Corporación Festival Folclórico Colombiano dio a conocer el afiche del evento inspirado en la Madre Monte, personaje mitológico del Tolima que representa la madre naturaleza alrededor de la que todo gira y vibra: animales, personajes, el festival y el folclor.
- Al día de hoy no se conoce la programación que permita diseñar un producto turístico para el evento (marzo 25/2015).
- Betty García es la Directora Ejecutiva de la Corporación Festival Folclórico con quien estuvimos en contacto (3157811281).





Héctor E. López Bandera
Consultoría Turística

Gracias

hlopezb@yahoo.es
Skype me: [h.lopez.b](https://www.skype.com/en/contacts/h/lopez/b)