

BOGOTÁ ES +

Influenciadores por Bogotá

Porque Bogotá es + que 3 sitios turísticos, te invitamos a descubrirlos de la mano de nuestros pequeños youtubers, porque ellos lo hacen posible.



ETAPA DE COMPRENSIÓN

Foto: Cancha Sintética Barrio Los Laches Bogotá

DAR A CONOCER LOS LUGARES TURÍSTICOS NO CONVENCIONALES DE NUESTRA AMADA BOGOTÁ TANTO A RESIDENTES COMO VISITANTES, PARA QUE SE INTERESEN POR DISFRUTAR DE LO QUE NOS OFRECE A MUY BAJO COSTO, MOTIVANDO A QUE HAYA TURISMO TODO EL AÑO.

BOGOTÁ ES +

Influenciadores por Bogotá



Cuál es la situación que se busca mejorar

Foto: Zona rural El Uval Usme, Bogotá

Situación que se busca mejorar:

Mediante visitas a las redes sociales, a la Web, a diferentes apps y revisando cartillas, revistas y volantes en las que se publican los sitios turísticos de Bogotá D.C., se evidenció que aunque existe gran cantidad de sitios a los que tanto residentes como visitantes extranjeros y nacionales pueden ir a compartir, la oferta se centra solo en unos pocos sin que estén enterados de los demás, quedando como lugares no conocidos por la población.

Oportunidad:

En una encuesta realizada por el IDT se estableció que la mayoría de visitantes extranjeros y nacionales, durante su estadía en la capital se hospedan en las casas de sus familiares o en casas de familia.

Esto nos dio la idea que, divulgando estos sitios no conocidos a la población residente en Bogotá, también se influencia la visita de los visitantes nacionales y extranjeros.

Foto: Páramo de Mataredonda Senderismo, Bogotá vía a Choachí

Antecedentes:

Se realizó un sondeo de 21 preguntas, el cual fue contestado por 51 personas, en la que se estableció que los capitalinos:

- Se quedan más en la casa de lo que salen.
- Que el tiempo libre no lo aprovechan.
- Que les gustaría salir de la rutina.
- Que han ido alguna vez a algún sitio turístico en Bogotá.
- La mayoría dice que han ido a algunos sitios turísticos, pero que en realidad conocen muy pocos y saben de muy pocos.
- A lo que más asisten es a cine, seguido por parques, conciertos y centros religiosos.

Cómo es nuestro usuario

“Ir a los mismos lugares se vuelve rutinario y aburrido”



- La mayoría dice que no es costoso, unos pocos dicen que sí, como por ejemplo ir al parque de la 93 o lo que se consume en dichos lugares.
- En cuanto a vías de acceso la mayoría dice que son buenas, a excepción de ir a los páramos o a lugares donde no llega transporte.
- Suelen ir entre 3 a 5 personas.
- Salen sobretodo ir a parques una vez al mes.
- La mayoría busca por la Web a donde salir, y dicen que la información al respecto es muy poca. Piden información completa de todos los lugares turísticos que ofrece la ciudad y sus alrededores, y de todo de lo que se puede disfrutar en dichos lugares.

¡ Quieren visitar más sitios turísticos en Bogotá!

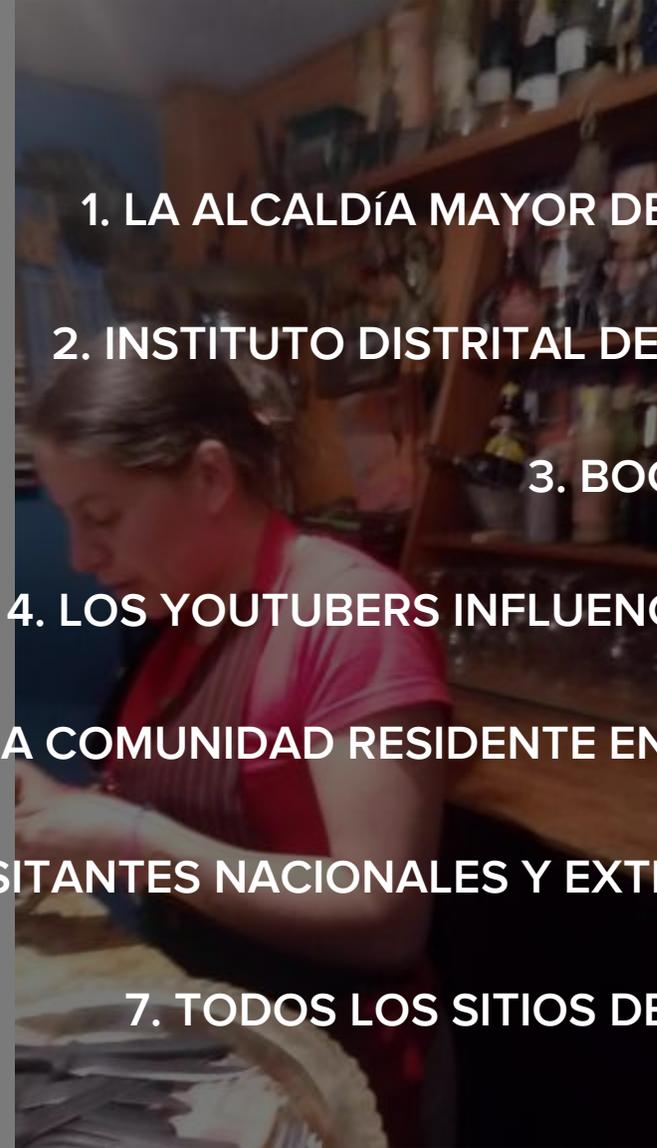
Cómo es nuestro usuario

El potencial impacto de la solución:

Hacer que las familias residentes de Bogotá, se vuelvan turistas e influencien a visitar estos sitios tanto rurales como urbanos de nuestra gran ciudad, dándole a conocer a sus visitantes tanto nacionales como extranjeros.

Además beneficia a los capitalinos, aportando desarrollo continuo gradual y generalizado en los aspectos económico, social y cultural.





1. LA ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ.
2. INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO.
3. BOGOTÁ ES +.
4. LOS YOUTUBERS INFLUENCIADORES.
5. LA COMUNIDAD RESIDENTE EN BOGOTÁ.
6. LOS VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS
7. TODOS LOS SITIOS DE BOGOTÁ.

Quiénes son los actores

Nuestros descubrimientos principales

1. Hay muchas aplicaciones (App) de turismo: crear una nueva es exigente y aporta poco.
2. No hay información específica sobre todos los sitios turísticos: mucha publicidad comercial e información de pocos sitios ya conocidos.
3. Los turistas se basan en el voz a voz.
4. Los restaurantes y el transporte son base turística.
5. Unificar oferta en un solo lugar.
6. La mayoría de los turistas se hospedan donde familiares o en casa de familia.

Nuestro desafío específico

Apoyarse en los estudiantes y sus familias para incentivar el turismo capacitar niños youtubers influenciadores que divulguen la información al residente y al turista.

Bosque Alto-Andino

El parque Entrenubes se encuentra entre los 2600 msnm y los 3100 msnm, lo cual lo ubica dentro de la zona de vida de Holdrige (clasificación de áreas terrestres según su comportamiento global bioclimático) como: *bosque humedo montano*, ecosistema vital para el ciclo y la regulación hídrica. En este ecosistema se encuentran especies como: encenillos, tunos, uvas de monte, garrochos, angelitos, tominejos, etc, que ofrecen alimento y albergue para una gran variedad de fauna.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

ETAPA DE CREACIÓN

1. Entrevistas:

- a. La guía turística en El Páramo de Matarredonda, dijo que sobretodo van turistas extranjeros por medio de voz a voz.
- b. El diácono del templo Nuestra Señora de la Peña. Dijo que van sobre todo extranjeros, y narró la historia de la imagen.
- c. Existe un pregonero que convoca a subir a la peña de Nuestra Señora de la Peña.
- d. Las Familias desean salir del aburrimiento.
- e. Los extranjeros desean volver y conocer más.

2. Investigación:

Se revisaron iniciativas de entidades como el IDT, la Secretaría del Medio Ambiente, la Alcaldía de Usme, búsqueda de apps, de información web y de información impresa.

3. Visitas de observación:

Salida a varios lugares turísticos desconocidos, en donde se identificó la necesidad que existan influenciadores para que sean visitados.



Foto: City U, Ciudadela Universitaria, Bogotá



4. Customer Journey:

ANTES: Voz a voz , búsqueda en internet, no sabe dónde hospedarse, quieren saber los sitios de interés, búsqueda de transporte, búsqueda de sitios donde vendan comida, hacen su presupuesto, indagan por el tipo de cambio de la moneda.

DURANTE: Buscar llegar al hotel, busca entrar a internet, confía en él en sitio de hospedaje, Pit (punto de información turística) hace encuesta y entrega mapas, La mayoría de las personas desconocen el Pit, hacen turismo de negocios, no hay oferta para el turista Bogotano.

DESPUÉS: No es conocido un medio para evaluar, pero existen alternativas: Booking, Pit, Google maps, AB&B, no se pudo establecer si hay servicio posventa.

Proceso

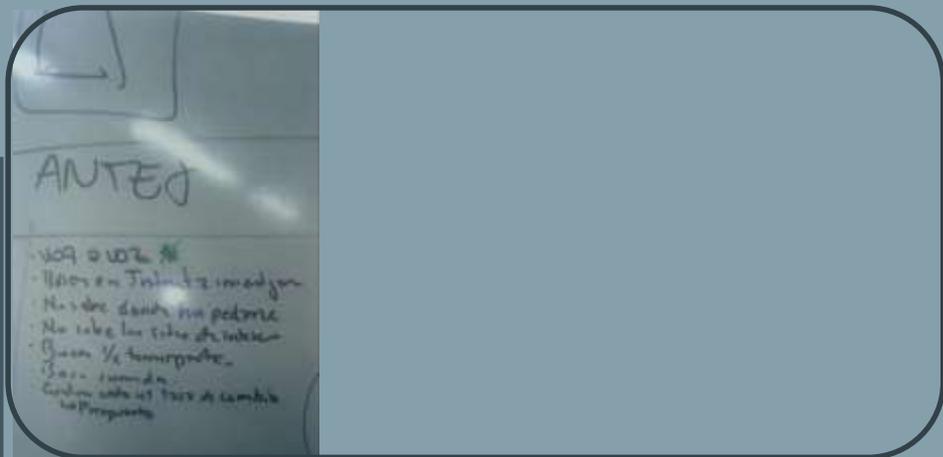
Turismo por Bogotá?



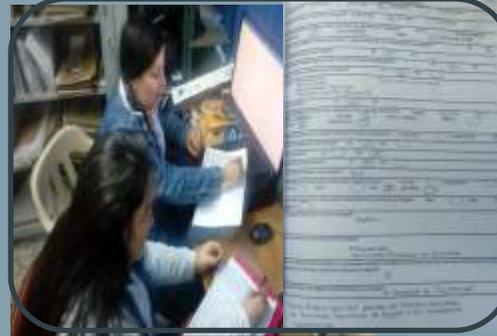
1. Surgio la idea



2. Se busco información sobre la idea



3. Mentoría: que se busca?



4. Sondeo.

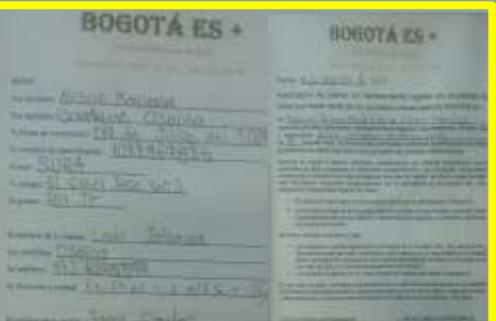


5. Carta solicitud de cartillas turismo a la Alcaldía Usme.



7. Lista de 180 sitios turísticos en Bogotá.

6. Se convoca a los niños con autorización del rector



8. Autorizaciones firmadas por padres.



9. Trabajo de



10. Capacitación a niños.



12. Premiación

11. De turismo a grabar videos.

CONTINUARÁ

Algunas de las ideas consideradas fueron:

1. App turismo por Bogotá.
2. Voz a voz de los sitios turísticos de Bogotá.
3. Los turistas llegan a casa de familiares, entonces la información debe llegar a la casa de los residentes.
4. Hacer folleto o revista con toda la información de los sitios turísticos en Bogotá.
5. Entregar publicidad ya existente a los niños en los colegios, para que influenciaran a sus familias a ir de turismo por Bogotá.
6. Capacitar en los colegios a niños Youtubers influenciadores, para ir a los sitios turísticos desconocidos a grabar videos que incentiven a la comunidad a conocerlos.

La idea seleccionada fue formar niños influenciadores - youtubers

Formar niños de colegios como Influenciadores Youtubers que potencien aquellos tesoros turísticos poco conocidos de Bogotá D.C., mediante la exaltación de sus cualidades y por supuesto la exposición de sus aspectos dignos de mejorar, para que con la ayuda de las redes sociales y de youtube lleguen a toda la población Bogotana.

Ser youtuber es “una moda” que atrae a toda la juventud, y que como valor agregado, les genera convivencia, les fomenta la creatividad y la originalidad, les da autonomía, les genera proyecto de vida, los impulsa a la exploración, les genera trabajo en familia (unión de la familia), desarrolla las habilidades blandas, genera apropiación del entorno, adquieren conocimiento de tecnologías digitales, les genera seguridad en ellos mismos y liderazgo y se evita que estén encerrados solo



Foto: Clase niños influenciadores youtubers, Bogotá

1. Invitar a estudiantes del Colegio El Virrey José Solís de la Localidad de Usme a los cursos para youtubers, con autorización del Rector y autorización firmada por sus padres o acudientes.



2. Reciben capacitación en manejo de cámaras, edición de imágenes y expresión corporal.

3. Los estudiantes salen con sus familias a los sitios turísticos, graban videos, los editan, no los envían a whatsapp.



4. Nuestro equipo sube los videos de turismo al canal youtube de **BOGOTÁ ES** + https://www.youtube.com/channel/UCUhzSmPyRObt9abHljE-QqA?view_as=subscriber

ETAPA DE ARMADO



Prototipos elaborados

- **Historieta versión 1:** Se hizo una un antes, un durante y un después de la visita del turista.

ANTES: Voz a voz, búsqueda en internet, no sabe dónde hospedarse, quiere saber los sitios de interés, búsqueda de transporte , búsqueda de comida , hace su presupuesto, indaga por el tipo de cambio de la moneda.

DURANTE: Buscar llegar al hotel, busca entrar a internet, confía en él en sitio de hospedaje, Pit (punto de información turística) hace encuesta y entrega mapas, la mayoría de las personas desconocen el Pit, Turismo de negocios, no hay oferta para el turista Bogotano.

DESPUÉS: No es conocido un medio para evaluar, pero existen alternativas: Booking, Pit, Google maps, se desconoce si si hay servicio posventa.

- **Historieta versión 2:** Se hizo una demostración para los niños youtubers del proceso con ellos.



Foto: La Sagrada Familia Templo Nuestra Señora de la Peña, Bogotá

Prototipo final

- Se buscaron profesores que de manera gratuita, capacitarán sobre manejo de cámaras y otro que enseñara gestos especiales de youtubers, en este caso un teatrero.
- Se convoca por medio de carteleras en el Colegio El Virrey José Solís de la Localidad de Usme.
- Se hizo una ficha para los padres en la que se explicó de qué se trata el proyecto y como el participar beneficia a los niños. Además se ofreció una premiación a los videos más creativos y grabados en lugares más desconocidos.
- Se pidió el diligenciamiento de una ficha con los datos de contacto.
- Se solicitó la autorización para subir las imágenes de los niños a las redes sociales, de responsabilidad por las imágenes publicadas y de pagos monetarios.
- Se pensó en niños entre 8 a 17 años de edad, y al convocarlos vinieron niños desde los 5 años de edad, a los cuales no se les negó el derecho de participar, con la grata sorpresa que son excelentes youtubers.

Prototipo final

- Se les dictó la capacitación dos sábados en la mañana, en las instalaciones del colegio.
- Se les pidió ir con sus familias a grabar en todos los sitios turísticos que ellos crean que debemos conocer.

- Se creó el canal

https://www.youtube.com/channel/UCUhzSmPyRObt9abHljE-OqA?view_as=subscriber

donde se suben los videos enviados por los niños.

Se ofreció una premiación al más creativo y en un lugar turístico más desconocido.

Que aprendimos

Hicimos visitas de campo a lugares turísticos desconocidos, tomamos fotos, grabamos vídeos, hicimos entrevistas a los actores de los lugares, hicimos senderismo y nos divertimos.

- Aprendimos que no se puede grabar rostros sin autorización firmada, hay que ser muy respetuosos con el derecho a la intimidad.
- Aprendimos historia.
- Aprendimos que hacer turismo en la ciudad no es costoso.
- Aprendimos que no hay un lugar más bello que el otro.
- Aprendimos que sí hay muchos lugares turísticos desconocidos en Bogotá para ofrecerle al turista.
- Aprendimos que los padres de los niños deben firmar una autorización para subir videos de sus hijos.
- Aprendimos que la responsabilidad sobre un niño es muy grande y es mejor que los padres sean los que los lleven a los sitios turísticos.
- Aprendimos que hay que verificar cada autorización de los padres (un niño falsificó la firma).
- Aprendimos que la idea de los youtubers es tan buena que se puede aplicar en cualquier campo.

Que nos imaginamos

La Existencia de las Escuelas de Youtubers de **BOGOTÁ ES +**, en donde los niños de los colegios de Bogotá, se capaciten como influenciadores y de esta forma contribuyan a difundir mensajes positivos a los bogotanos, no solo de esos sitios turísticos poco conocidos, sino de todo aquello que los rodea y que impactan su vida personal, familiar y de la comunidad en general.

Qué se necesita para su implementación

- Instructores de influenciadores - Youtubers, que enseñen el manejo de cámaras, de aplicaciones, de edición, las expresiones, etc a los niños.
- Instructores de expresión corporal (los youtubers utilizan mucho los gestos).

Estos dos anteriores de tiempo completo para que estén pendientes en seguirle los pasos a los niños youtubers, para así garantizar la calidad del servicio.

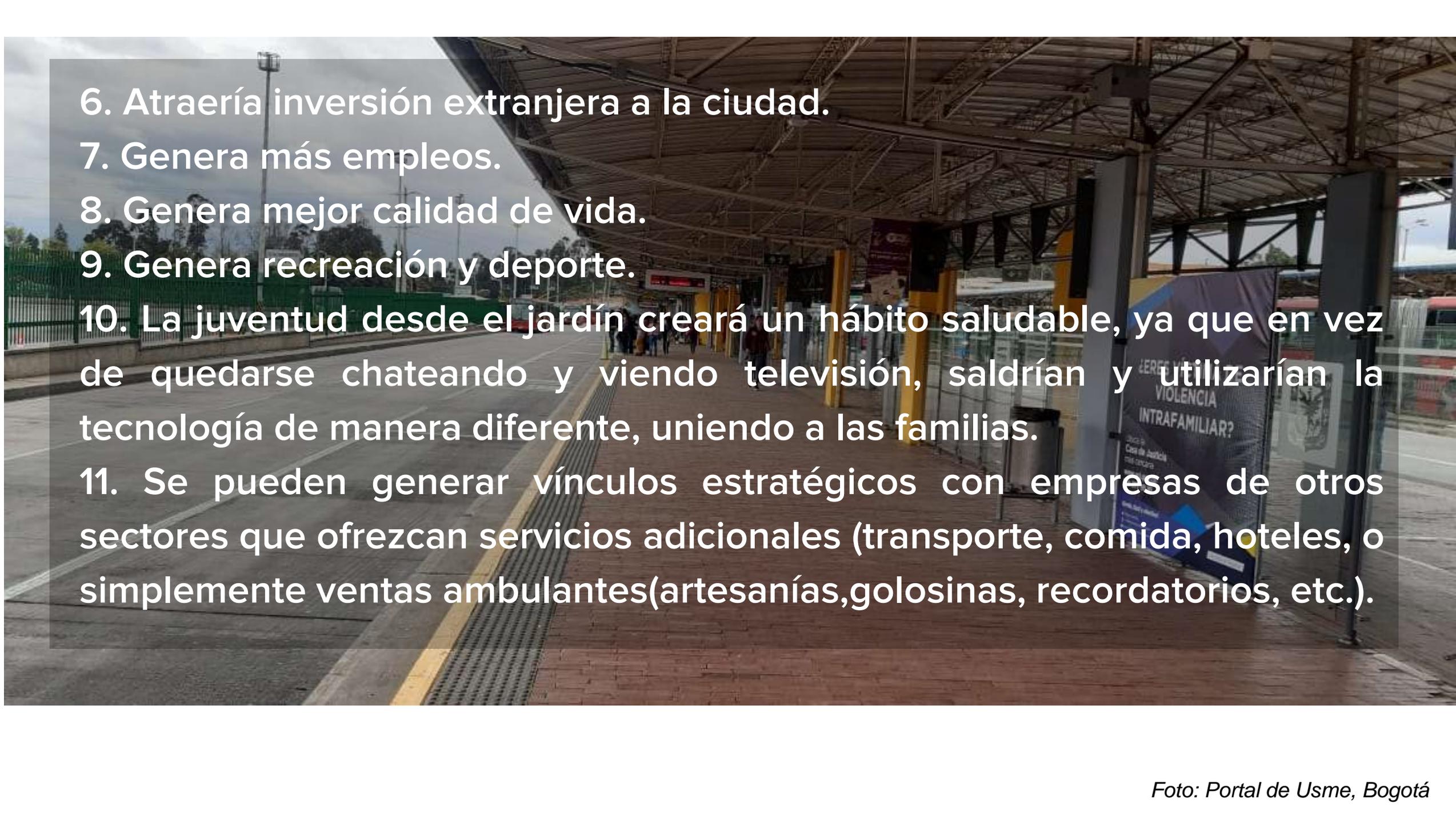
- Refrigerios para los niños que asisten a clases.
- Al subir los videos alguien que los subtítulos en Inglés.
- Publicidad (Chalecos, material impreso).
- Difusión en canales de televisión, radio y redes sociales.
- Video Bean.

Que se necesita para su implementación

- Computadores de última tecnología.
- Discos duros externos de 4 Terabytes como mínimo.
- Amplificadores de sonido.
- Multitomas de trabajo pesado.
- Extensiones de trabajo pesado x 10 metros.
- Suministros como esferos, marcadores borrable, marcadores permanentes papel periódico, cuadernillos.
- Gastos de difusión.
- Gastos financieros adicionales (impuestos y salidas ocasionales con los niños youtubers incluida alimentación, reuniones de cierre, incentivos.)

Beneficios de la implementación

1. Habrá mucha oferta de sitios turísticos, lo que ocasiona que el turista se anime a volver a disfrutar de más.
2. La inversión que ha realizado y sigue realizando el estado en los sitios turísticos no se desperdicia ya que la información llega a la comunidad en general y la aprovechan.
3. Disminuye el sedentarismo al crearse hábitos de esparcimiento y bajaría la inversión que el Estado hace a la salud tanto mental como física.
4. Motivaría a las empresas a promover el turismo.
5. La inversión en el proyecto es poca con respecto a los beneficios económicos, sociales y culturales que trae.

- 
6. Atraería inversión extranjera a la ciudad.
 7. Genera más empleos.
 8. Genera mejor calidad de vida.
 9. Genera recreación y deporte.
 10. La juventud desde el jardín creará un hábito saludable, ya que en vez de quedarse chateando y viendo televisión, saldrían y utilizarían la tecnología de manera diferente, uniendo a las familias.
 11. Se pueden generar vínculos estratégicos con empresas de otros sectores que ofrezcan servicios adicionales (transporte, comida, hoteles, o simplemente ventas ambulantes(artesanías,golosinas, recordatorios, etc.).

*Porque Bogotá es + que 3 sitios
turísticos, te invitamos a
descubrirlos de la mano de
nuestros pequeños youtubers,
porque ellos lo hacen posible.*