

Extranjeros creen que Bogotá es una ciudad amable, según una encuesta
El Tiempo
mm/aaaa: 10/2010

El sondeo, hecho por el Instituto Distrital de Turismo, se realizó a 2.400 visitantes foráneos.

La visión que tienen de la ciudad los turistas internacionales se tendrá en cuenta para construir la marca que permitirá identificar a la capital ante el resto del mundo.

Una encuesta hecha por el Instituto Distrital de Turismo a 2.400 de ellos reveló que el 11 por ciento define a la ciudad como una ciudad amable. El progreso y el desarrollo son, según otro 11 por ciento, conceptos para definir a Bogotá, mientras que un 6 por ciento opina que bonita es la palabra adecuada para identificarla.

Respecto de la imagen que tienen los extranjeros de la ciudad, el 20 por ciento de los encuestados considera que es bonita, buena y positiva; el 11 por ciento, agradable, acogedora y encantadora, y el 10 por ciento con gente amable.

El 23 por ciento de los turistas foráneos asocia a Bogotá con el color verde, otro 23 por ciento con el amarillo y el 19 por ciento, con rojo.

Lo mejor de Bogotá, según el 36 por ciento de los visitantes entrevistados, es su gente; la gastronomía, para el 12 por ciento y los sitios turísticos, acorde con el 9 por ciento.

"Esta visión internacional, más la encuesta a 4.215 ciudadanos a través de Internet y la estrategia de mercadeo de Bogotá, permitirán crear una mirada muy amplia, tanto interna como externa, para identificar a la ciudad", explicó la directora del Instituto Distrital de Turismo (IDT), Nohora Isabel Vargas.

En cuanto a la encuesta local, cuando se les preguntó a los ciudadanos que es lo que más les gusta de la capital, la primer respuesta fue la oferta cultural, la segunda la ciclovía y la tercera su diversidad.

En el caso de los lugares que utilizarían en una postal, Monserrate encabeza la lista, seguido de La Candelaria.

Con ambos resultados y la estrategia de mercadeo, dijo Vargas, se invitará a las empresas expertas en diseño de marca a presentar un sistema de identificación visual de Bogotá.

El IDT y la Cámara de Comercio de Bogotá, bajo la coordinación de Invest in Bogotá y el apoyo de Casa Editorial EL TIEMPO, lanzaron esta estrategia de posicionamiento de la ciudad ante el mundo.

En la primera semana de diciembre será el lanzamiento de la marca.
Actualmente se trabaja en el objetivo de vender a la capital como una ciudad de cultura y de múltiples oportunidades de negocio.

Fuente: **El Tiempo** (mm/aaaa: 10/2010)

Encuentre este artículo en:

<http://m.eltiempo.com/bogota/extranjeros-creen-que-bogota-es-una-ciudad-amable-segun-una-encuesta/8045463/1/home>