

Proyecto integra

**Luna jimena Sabogal Ramirez
Jhon Nicolás Chia Parra**

INTRODUCCIÓN

Bogotá, la capital de Colombia, es una ciudad vibrante y emocionante que cuenta con una gran cantidad de atractivos turísticos y culturales. Desde su rica historia y patrimonio cultural hasta sus impresionantes parques naturales y vistas panorámicas, Bogotá tiene mucho que ofrecer a los turistas que buscan explorar y descubrir nuevos destinos. En este ensayo, nos enfocaremos en analizar el turismo en Bogotá y su impacto en la economía y la sociedad de la ciudad. También examinaremos las oportunidades y desafíos que enfrenta la industria turística en Bogotá, y discutiremos algunas de las iniciativas y proyectos en marcha para mejorar la experiencia de los turistas en la ciudad. Si eres un viajero en busca de nuevos destinos y experiencias emocionantes, o si estás interesado en la industria turística y su papel en la economía y la sociedad, entonces este documento es para ti.

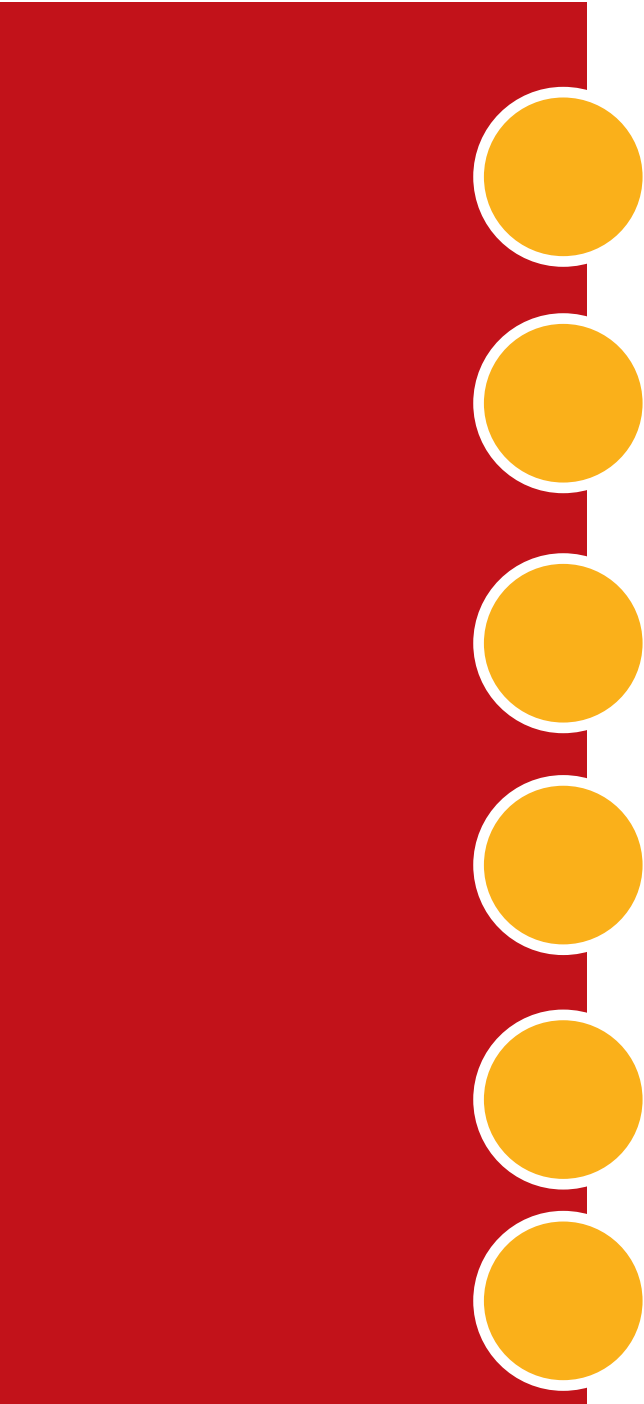




Bacana Tours" es un proyecto de diseño gráfico enfocado en el turismo en Bogotá. Su objetivo principal es dar a conocer lugares turísticos menos conocidos de la ciudad a los estudiantes de la Universidad CUN a través de piezas gráficas. El proyecto busca fomentar el turismo local y promover una perspectiva más auténtica de la ciudad, ofreciendo experiencias diferentes a las que se pueden encontrar en los sitios turísticos convencionales. Para lograr esto, se están diseñando materiales visuales atractivos y efectivos que involucren a los estudiantes en la exploración de Bogotá y en la creación de su propio itinerario turístico personalizado. El proyecto se enfoca en resaltar la belleza y diversidad de Bogotá, y en promover el valor del turismo local como una forma de apoyar la economía y la cultura de la ciudad

An aerial photograph of Bogotá, Colombia, showing a dense urban landscape with various high-rise buildings and a large green park area in the foreground. The image is overlaid with a semi-transparent red rectangle containing white text. The background shows a mix of modern skyscrapers and older buildings, with mountains visible in the distance under a cloudy sky.

01 **ANÁLISIS DEL** **SECTOR** **TURÍSTICO**



Factores Políticos:

El gobierno y sus tendencias políticas impactan en proyectos turísticos como los senderos ancestrales eco turísticos, ofreciendo oportunidades para mejorar la imagen de Bogotá y atraer más turistas.

Factores Económicos:

La economía global afecta el presupuesto gubernamental para el turismo, representando una amenaza de recursos limitados. Sin embargo, reducciones de impuestos y medidas fiscales ofrecen oportunidades para turistas internacionales y la divulgación de proyectos turísticos.

Factores Sociales:

Cambios en las motivaciones de compra y comportamientos de los consumidores abren oportunidades para facilitar el turismo en Bogotá. Sin embargo, la rutina y la falta de exploración representan amenazas al interés por conocer la ciudad.

Factores Tecnológicos:

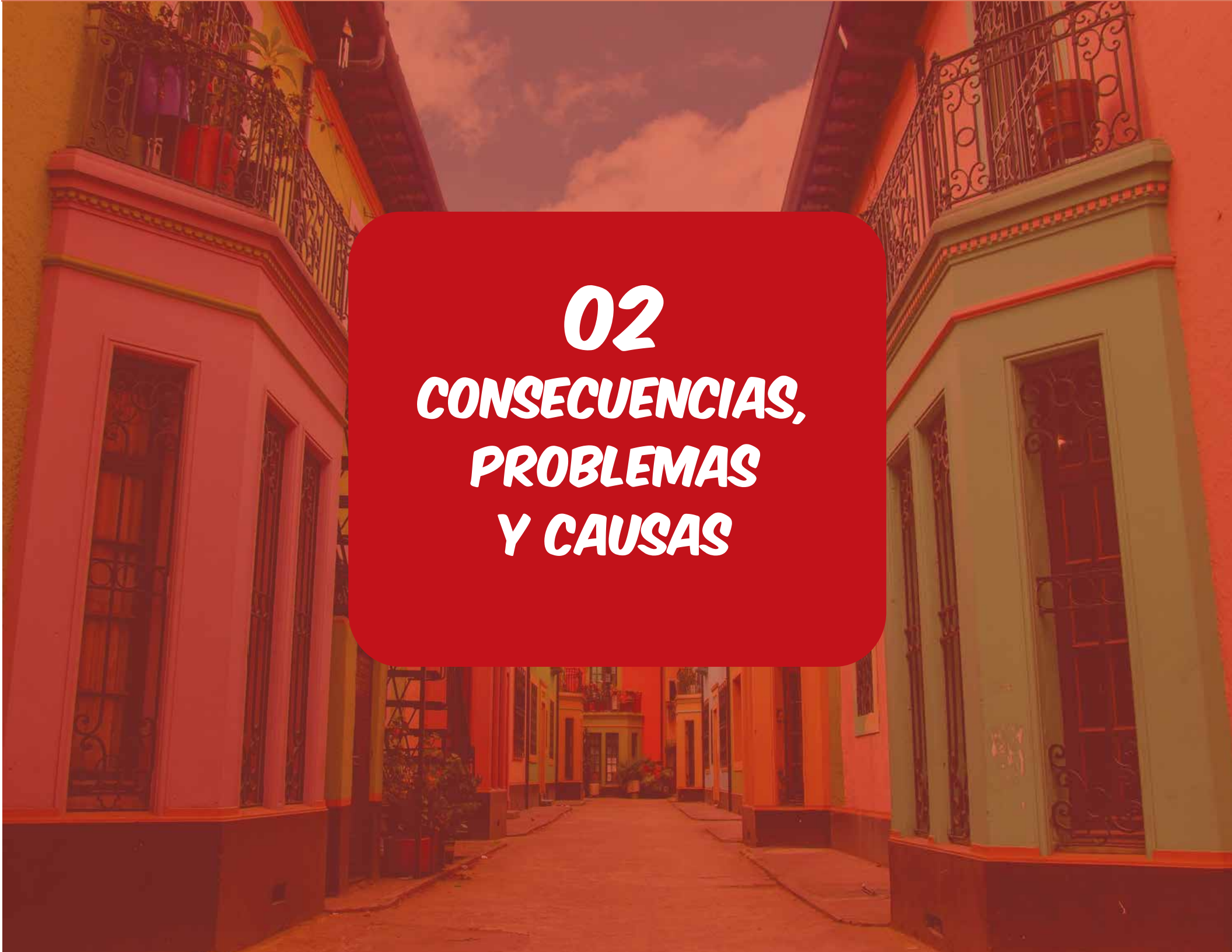
El estado de la tecnología y la innovación en el sector permiten mejorar la publicidad y la accesibilidad a Bogotá mediante aplicativos móviles y tecnologías emergentes, generando oportunidades para atraer a turistas extranjeros.

Factores Ecológicos:

Consideraciones ambientales y energías alternativas en el sector turístico ofrecen oportunidades para preservar y cuidar el entorno de Bogotá, promoviendo una cultura ciudadana enfocada en el medio ambiente.

Factores Legales:

La legislación aplicable y los órganos de regulación ofrecen oportunidades para desarrollar un turismo más inclusivo y sostenible, impactando positivamente en diversas ramas del turismo y beneficiando la publicidad de Bogotá.



02

CONSECUENCIAS, PROBLEMAS Y CAUSAS

Causas:

Promoción limitada de lugares no tradicionales en Bogotá.
Enfoque predominante en promocionar los mismos destinos turísticos populares.
Falta de información y difusión sobre sitios menos conocidos.
Carencia de estrategias efectivas para diversificar la oferta turística de la ciudad.
Escaso conocimiento y reconocimiento de los sitios menos visitados.

Consecuencias:

Monotonía en el turismo de Bogotá, con la visita constante a los mismos lugares.
Potencial estancamiento del desarrollo turístico al no explorar ni promover nuevos destinos.
Reducción del interés en la ciudad como un destino turístico diverso y multifacético.
Limitación en la percepción de Bogotá como una ciudad rica en opciones para los visitantes.

Problemas:

Falta de promoción y reconocimiento de lugares menos conocidos.
Necesidad de implementar estrategias efectivas de comunicación gráfica para destacar estos lugares.
Desafío para abrir nuevas fronteras turísticas y explorar sitios menos reconocidos.
Requerimiento de mayor publicidad y seguridad para los lugares menos visitados y conocidos.

Se plantea el reto de promover lugares menos conocidos en Bogotá para evitar la monotonía en el turismo. La falta de promoción y protección de estos sitios contribuye al desconocimiento de los mismos. Se propone promover lugares nuevos para atraer más visitantes y diversificar la oferta turística.



Por qué el cliente comprará este producto o servicio y cómo ser más innovadores:

El producto ofrece la solución de dar a conocer nuevos lugares en Bogotá, generando confianza y diversificando la experiencia turística. Se sugiere dar prepos a estudiantes para fomentar su participación.

Esfuerzo e Impacto:

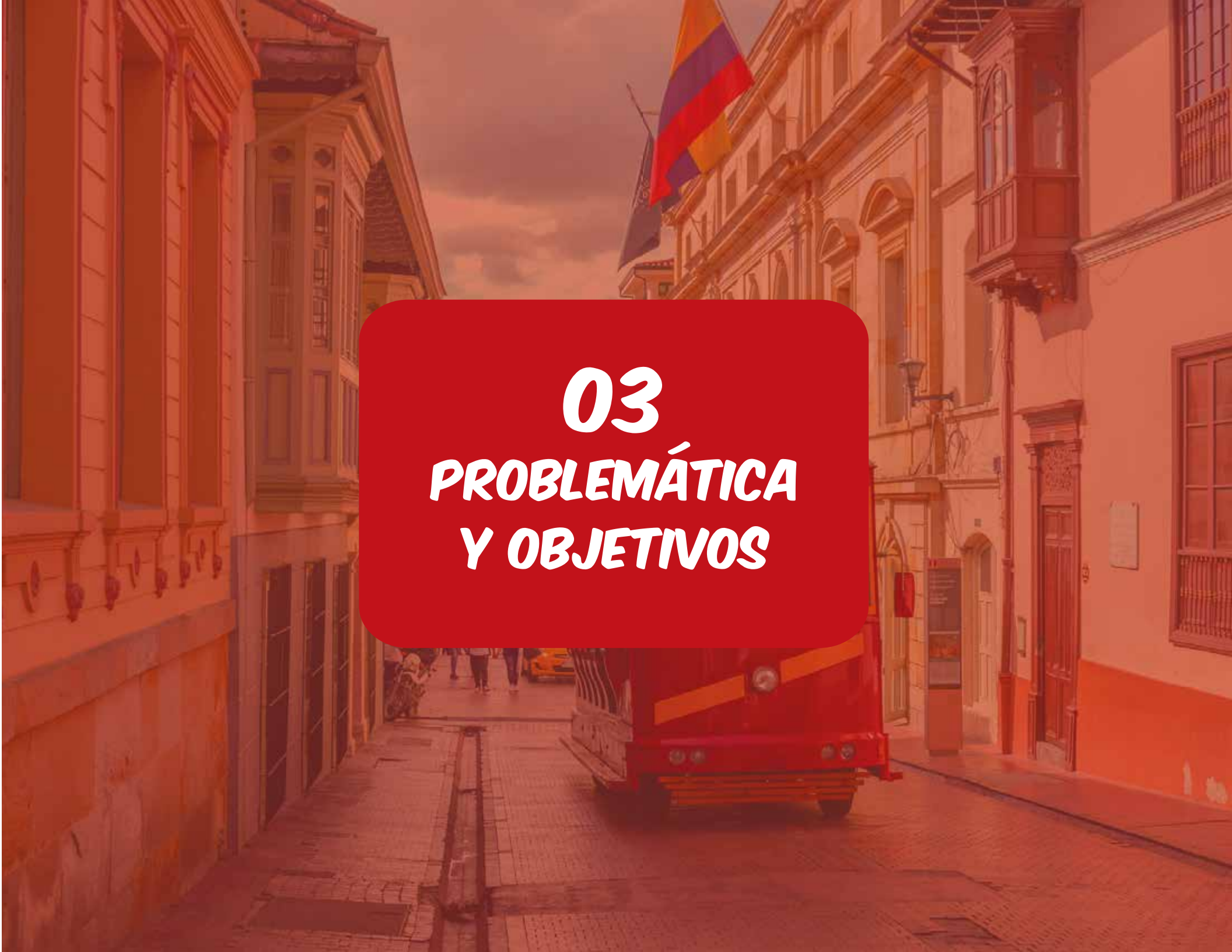
Se destaca la importancia de hablar con las personas, hacer crecer el proyecto y llevar la información a muchas personas con una buena línea gráfica. Se busca explorar múltiples lugares en diferentes localidades.

¿Qué nos hace diferentes?

Se resalta la singularidad del proyecto al ofrecer turismo económico o gratuito, mostrando una cara distinta de Bogotá que va más allá de las atracciones convencionales.

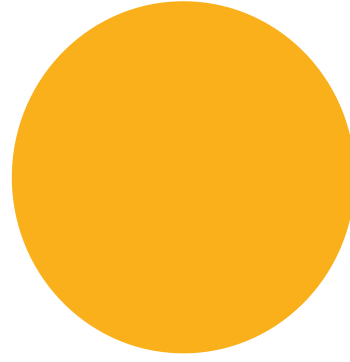


Los clientes desean una experiencia diferente en Bogotá. Buscan diversión, distracción y una inmersión cultural en la historia de la ciudad, pero se sienten atrapados en los mismos lugares turísticos de siempre. Ven una oferta limitada de actividades turísticas en Bogotá, tanto en eventos en vivo como en contenido en redes sociales o televisión. Escuchan sobre los mismos lugares turísticos una y otra vez, buscando la novedad y la emoción en nuevos destinos dentro de la ciudad. Los ciudadanos de Bogotá, deseosos de aprender más sobre el turismo local, se aventuran a los lugares turísticos reconocidos, pero anhelan descubrir nuevas experiencias.

A narrow street in Bogotá, Colombia, lined with historic buildings. A red bus is visible in the distance, and a Colombian flag flies from a building on the right. The scene is overlaid with a semi-transparent red rectangle containing white text.

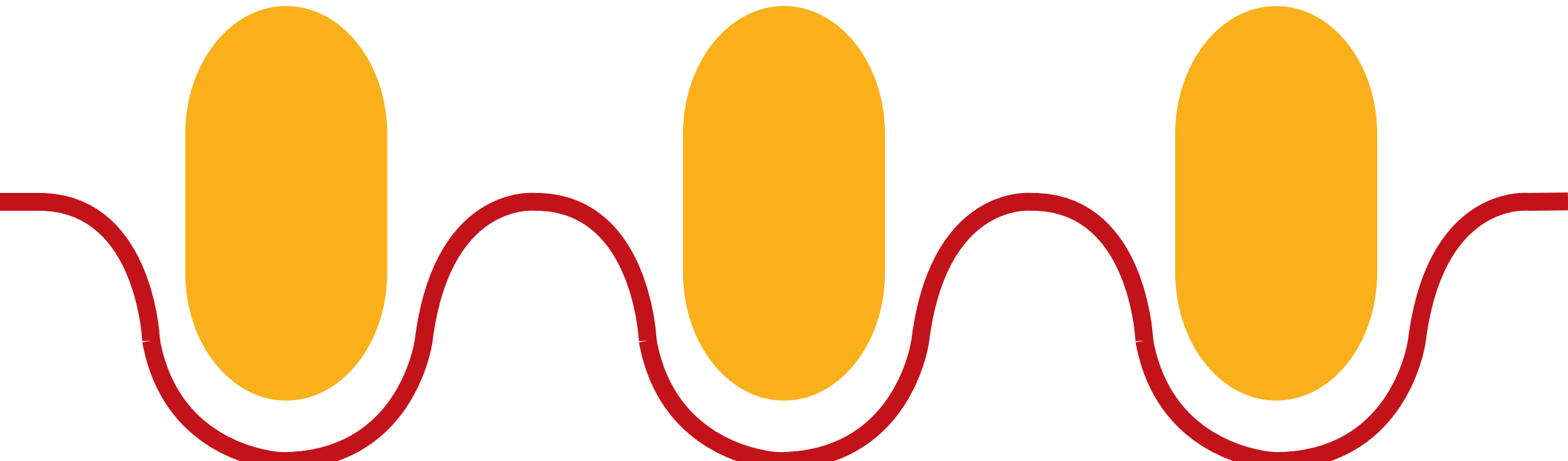
03

PROBLEMÁTICA Y OBJETIVOS



JUSTIFICACIÓN

Bacana Tours surge como respuesta a una necesidad evidente entre los estudiantes de Diseño Gráfico de la CUN: la falta de opciones al finalizar las clases o los espacios de tiempo libres. Se enfrentan a la limitación de no saber adónde ir o simplemente no desean visitar los lugares convencionales y comunes. Bacana Tours ofrece información de lugares menos conocidos en Bogotá. Esta iniciativa busca inspirar la creatividad de los estudiantes al mostrarles la ciudad, brindando una perspectiva única y genuina para su desarrollo académico y personal.



Pregunta Problema

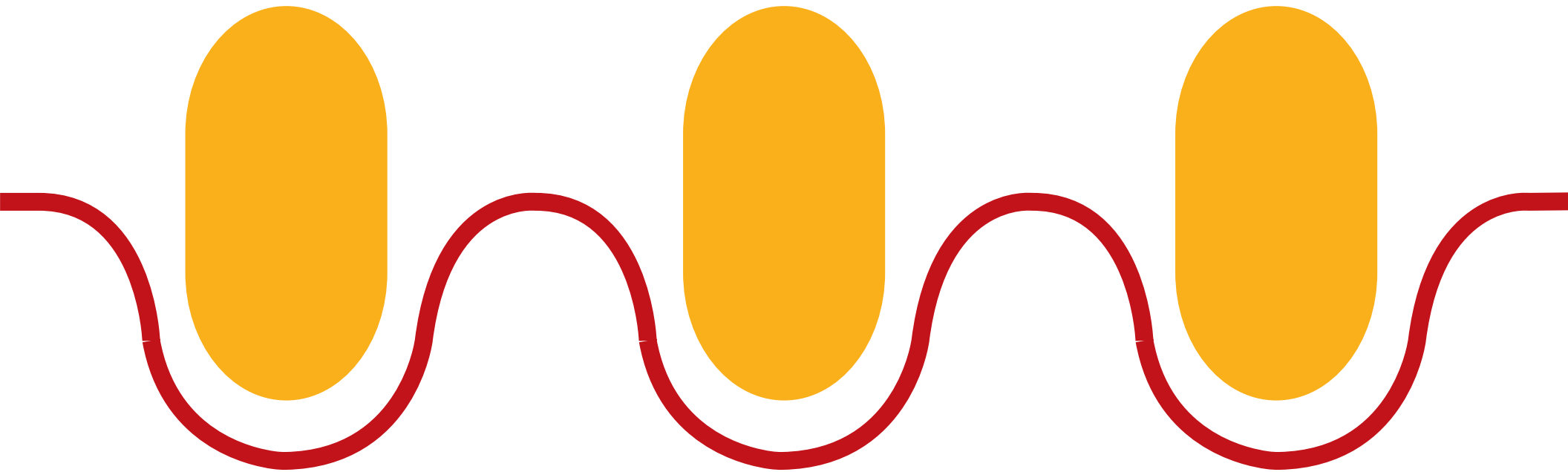
¿Cómo a través de estrategias de comunicación gráfica se puede promover el conocimiento de lugares no tan conocidos de Bogotá a estudiantes universitarios de la CUN?

Público Objetivo

Estudiantes Universitarios de la CUN, Diseño Gráfico, 4 Semestre, Jornada Diurna.

Objetivo General

Emplear estrategias de comunicación Gráfica para promover lugares no tan conocidos de Bogotá a nuestro público objetivo.



Objetivo 1

Investigar los lugares desconocidos que ofrece Bogotá.

Objetivo 2

Ofrecer una amplia variedad de lugares a nuestro público objetivo.

Objetivo 3

Utilizar nuestras redes sociales y página web como medios de promoción a los lugares.

04
DISEÑO
DE LA MARCA

TIPOGRAFÍAS

AA

KOMIKA AXIS
**ABCDEFGHIJKLMN-
ÑOPQRSTUVWXYZ**
1234567890

Aa

Komika Axis
**abcdefghijklmn-
ñopqrstuvwxyz**
1234567890

Aa

Visby Round CF
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU-
VWXYZ abcdefghijklmnñopqrs-
tuvwxyz 1234567890**

Aa

Visby Round CF Bold
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU-
VWXYZ abcdefghijklmnñopqrstu-
vwxyz 1234567890**

Aa

Century Gothic
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU-
VWXYZ abcdefghijklmnñopqrs-
tuvwxyz 1234567890**

Aa

Century Gothic
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU-
VWXYZ abcdefghijklmnñopqrstu-
vwxyz 1234567890**

SUBLÍNEAS

Bacana Tours se distingue por su diversidad y amplitud de experiencias, ofreciendo cuatro sublíneas distintivas que invitan a explorar y descubrir Bogotá desde múltiples perspectivas

Bacana Libre, una invitación a sumergirse en la naturaleza escondida de la ciudad, revela tesoros ocultos en cada sendero, parque y reserva natural, llevando a los aventureros a descubrir la exuberante vegetación y la belleza natural que rodea la metrópolis.

Bacana Acuática despliega panoramas refrescantes a través de ríos serpenteantes, lagunas encantadas y escenarios acuáticos que cautivan con su serenidad y majestuosidad. Bacana Divertida, la esencia vibrante de la urbe, desvela la efervescencia cultural de la ciudad con eventos emocionantes, festivales y actividades dinámicas que celebran la vida y la alegría que se respira en cada rincón.

Bacana en la Ciudad invita a sumergirse en la historia y el arte, revelando museos emblemáticos, galerías artísticas y rincones históricos que cuentan las historias más fascinantes de Bogotá.

BACANA
Divertida



BACANA
Tours

BACANA
Libre

BACANA
Acuática



05 **ETIQUETA**

AVIANCA

La etiqueta de Avianca de los años 30-40 refleja una estética visual distintiva y minimalista, donde la combinación de color y forma transmite elegancia y simplicidad. Con un enfoque en la funcionalidad, el diseño presenta un fondo de color rojo sólido que evoca vitalidad y energía, mientras que en su reverso se aprecia una elegante simplicidad en blanco. Las formas geométricas, líneas limpias y la disposición ordenada sugieren una identidad visual coherente y sólida. Esta estética, caracterizada por la sobriedad y la claridad, se alinea con la imagen de una aerolínea pionera, proyectando profesionalismo y confianza a través de una presentación visual minimalista pero impactante.



CONCEPTO

Arte moderno, El Movimiento Modernista buscaba alejarse de la ornamentación excesiva y adoptar un enfoque más limpio y funcional. Esto se vio reflejado en diseños simples, uso de líneas geométricas y colores sólidos.

INFLUENCIA

favorece los colores planos y vibrantes, lo cual se alinea con la estética amigable de Bacana Tours. incorporamos colores llamativos y sólidos para transmitir frescura y vitalidad en todos los materiales gráficos y visuales. La presencia de líneas curvas y formas elegantes en la estética de Bacana Tours refleja su influencia. transmitiendo una sensación de dinamismo y elegancia, creando una experiencia visual agradable y moderna.

INFLUENCIA 2

Formal: La etiqueta adopta un estilo formal al seguir las líneas limpias y geométricas del Movimiento Moderno. Ideológica: El énfasis en la funcionalidad y la eficiencia, características del Movimiento Moderno, reflejan la influencia ideológica en la etiqueta, especialmente en un contexto de aviación donde la claridad y la simplicidad son esenciales.

VISUAL

La presentación visual y los materiales promocionales de Bacana Tours reflejan la influencia del modernismo al enfocarse en la funcionalidad, asegurando que la información sea clara y fácilmente comprensible.

AVIANCA

la etiqueta de Avianca de los años 30-40 como la estética de Bacana Tours se ven fuertemente influenciadas por los principios del Movimiento Moderno en el diseño gráfico. La etiqueta de Avianca, a través de líneas limpias, colores sólidos y un enfoque en la funcionalidad, refleja la búsqueda de simplicidad y eficiencia característica del Modernismo, tanto a nivel formal como ideológico.

ESTÉTICA

la estética de Bacana Tours se nutre de esta influencia, manifestándose en una presentación visual minimalista y elegante. La paleta de colores vibrantes y el énfasis en la funcionalidad demuestran la directa conexión con los principios modernistas, contribuyendo a una experiencia atractiva y accesible para su audiencia.

EXPRESIONES

expresiones reflejan la perdurabilidad y la relevancia del Movimiento Moderno en el diseño gráfico, adaptándose a diferentes contextos y manteniendo su impacto estético y conceptual a lo largo del tiempo.



06
PÁGINA
WEB

MAPA DE NAVEGACIÓN

INICIO

QUIENES SOMOS

BLOG

PRODUCTOS

BACANA TOURS

EL LADO BACANO DE BOGOTÁ

SUBLINEAS

DEJANOS UN COMENTARIO

BACAN

CREADORES

INVESTIGACIÓN

GALERIA

The background image shows a scenic landscape with mountains in the distance, a small pond in the foreground, and a stone path leading through a garden. A red semi-transparent box is overlaid in the center, containing the text.

07 **PIEZAS** **GRÁFICAS**

Las piezas gráficas de Bacana Tours son la ventana a un mundo cautivador y desconocido en la ciudad de Bogotá. Cada imagen captura la esencia única de los destinos menos explorados, invitando a un viaje visual que trasciende las fronteras de lo convencional.



**¡AQUÍ ENCONTRARÁS
DISTINTOS DESTI-
NOS TURÍSTICOS.**

**BACANA
Tours**

**¡DIVERTETE, CONOCE-
CELO, Y TE ENAMORARÁS
DE BOGOTÁ!**

**NUEVO
PLEGABLE Y SOBRE BACANA**

EN EL ENCONTRARÁS INFORMACIÓN DE 4 LUGARES
DIFERENTES DIVIDIDOS EN CATEGORÍAS.
TAN BIEN ENCONTRARÁS UN SOBRE CON VARIEDAD
DE MENSAJES QUE PUEDES USAR PARA GUARDAR TUS
PROPIOS RECUERDOS BACANA Y LO MEJOR SON
GRATUITOS.

**ES HORA DE QUE CONOSCAS BOGOTÁ
VIVAS EXPERIENCIAS ÚNICAS**

NO HAY EXCUSA

ABRE Y DESCUBRE
• Descubre nuevos lugares de Bogotá

**BACANA
Tours**

**TOMA UN LIBRO Y
DESCUBRE NUEVOS
LUGARES O TOMA
UNA FOTO. ESCANEA
EL QR Y COLECCIONA-
LAS**

FACEBOOK
BACANA TOURS

INSTAGRAM
BACANA TOURS

WEBSITE
www.bacana.com.co



**HOLA
AVENTURERO
TE TENEMOS UN
PLAN BACANÍSIMO**

Únete a esta aventura educativa!
Sigue las pistas, descubre la
diversidad de Colombia y explora
Bogotá de manera única con
Bacana Tours y Golgi

BACANA será tu guía y tu misión será
encontrar los 4 colgi amigos en tu
camino hacia el tesoro. al finalizar dí-
rigite al lugar indicado y reclama tu
premio

BUENA SUERTE

**BACANA
Tours**

COLGI

SOBRE

Los sobres, guardianes de secretos inexplorados, albergan en su interior la promesa de aventuras singulares. Repletos de stickers vibrantes y tarjetas que narran historias por descubrir, estos sobres son el umbral hacia una Bogotá auténtica y fascinante.

BACANA
TOURS

TARJETAS

TOUR DE GRAFFITI

TOUR DE GRAFFITI

Bogotá es conocida por su vibrante escena de arte callejero. Barrios como La Candelaria ofrecen recorridos de graffiti que permiten explorar murales y expresiones artísticas callejeras.

EMPAQUE Y PLEGABLES

El libro, fiel compañero de viaje, despliega ante los ojos ávidos de curiosidad los tesoros escondidos de la ciudad. Con imágenes cautivadoras, datos intrigantes y rutas por explorar, este libro se convierte en el mapa hacia la esencia más pura de Bogotá.



FOTOS

Las fotografías colgadas estratégicamente en los muros universitarios son instantáneas de pura inspiración. Cada imagen con su mensaje encantador invita a los estudiantes a descubrir la belleza oculta de la ciudad, despertando la curiosidad y el deseo de explorar nuevos horizontes.



ETIQUETAS



08
ESTRATEGÍAS
INNOVADORAS

OBJETIVO PRINCIPAL

Promover la exploración de Bogotá entre los estudiantes universitarios a través de la campaña “Bacán te guía”, incentivándolos a visitar las redes sociales para descubrir lugares nuevos y alternativos en la ciudad con Bacana Tours.

ELEMENTOS CLAVE A UTILIZAR

Sobres, Fotos y Libros:

Ubicación Estratégica: Colocar los sobres y libros en bolsillos visibles y accesibles en diferentes áreas de la universidad, como áreas de diseño y pasillos con alta circulación.

Estrategia de Difusión:

Redes Sociales:

Publicaciones Visuales: Comparte las fotos con mensajes en las redes sociales de Bacana Tours, invitando a los estudiantes a acceder a más información a través de los sobres y libros.

Mensajes en la universidad: Colocación de carteles y anuncios en áreas de alto tráfico con mensajes que inviten a los estudiantes a visitar las redes sociales de “Bacán te guía” para descubrir más sobre la ciudad.

Publicidad en la U:

Se exhiben las fotos para dirigir a los estudiantes hacia la pagina web.

Se encuentran posters que promocionan los bolsillos donde estan el libro y el sobre.

Mensajes Clave:

“Bacán te guía: Descubre Bogotá desde una perspectiva diferente. Explora lugares únicos y desconocidos con nosotros”.

Descubre lo Inusual en Bogotá: Destaca la idea de explorar lugares únicos y sorprendentes.

Evaluación y Seguimiento:

QRs para Retroalimentación: Incluye códigos QR en los materiales para que los estudiantes puedan proporcionar retroalimentación o comentarios sobre su experiencia con Bacana Tours.



BACÁN TE GUÍA

CANAL DE, COMUNICACIÓN

1. Redes sociales: Uso activo de Instagram como plataforma principal para compartir contenido visual atractivo, como fotos y videos de los lugares promocionados, los materiales promocionales (fanzines, plegables, etc.) y eventos relacionados con Tour Bacaña.

2. Página web: Creación de una página web interactiva y fácil de navegar que sirva como centro de información para la comunidad universitaria y el público general. Incluirá detalles sobre los lugares, instrucciones para acceder a los materiales promocionales y eventos próximos.

3. Distribución física en la universidad: Utilización de carteles y QR colocados estratégicamente en la universidad, incluyendo bolsillos universitarios, zonas de alto tráfico y espacios comunes para aumentar la visibilidad y el interés en Bacana Tour.



Esta estrategia se enfoca en utilizar canales digitales y físicos para difundir de manera efectiva la propuesta de Bacana Tour, promover la participación y generar interés continuo en la experiencia turística alternativa que ofrece el proyecto.

Acciones específicas:

Publicaciones regulares en Instagram con hashtags relevantes para aumentar la visibilidad.

Actualizaciones constantes en la página web sobre lugares, eventos y disponibilidad de materiales promocionales.

Colocación estratégica de carteles con mensajes llamativos y QR bien visibles en la universidad.

Métricas de éxito:

Seguimiento del número de visitas a la página web, interacciones en redes sociales (me gusta, comentarios, compartidos), así como la participación en actividades organizadas por Bacana Tour.

An aerial photograph of a landscape featuring a winding river, green fields, and a residential area with many small houses in the background. A semi-transparent red rectangle is centered over the image, containing white text.

09
CAMPAÑA EN
COLABORACIÓN

a campaña conjunta entre Bacana Tours y Colgi se centra en la estrategia gráfica como un vehículo efectivo para promover la diversidad cultural y geográfica de Bogotá entre los estudiantes universitarios. Esta colaboración estratégica se fundamenta en la sinergia de objetivos compartidos y en la complementariedad de nuestras propuestas educativas y turísticas desde un enfoque visual. A continuación, se detallan las razones que respaldan esta iniciativa:

Comunicación Visual Experiencial: Golgi, mediante su estrategia de 4 personajes (COLGI), utiliza la comunicación visual para explorar y resaltar la riqueza del territorio colombiano. La colaboración con Bacana Tours permite integrar esta estrategia visual en la presentación de los lugares menos conocidos de Bogotá, facilitando una experiencia gráfica y educativa atractiva para los estudiantes.

Estímulo a la Creatividad y Diseño: Bacana Tours, enfocándose en la promoción de lugares poco conocidos de Bogotá, colabora con Colgi para fomentar la creatividad gráfica y el diseño en la representación visual de estos espacios menos transitados, buscando generar un impacto visual significativo que incentive la exploración.

Colaboración Interdisciplinaria Gráfica: La campaña conjunta representa una fusión entre estrategias de comunicación gráfica de Colgi y la identidad visual de Bacana Tours. Esta colaboración interdisciplinaria gráfica busca integrar de manera coherente y estética la representación de la diversidad cultural de Bogotá en un formato visualmente atractivo y educativo.

Reconocimiento Visual y Premiación: La entrega de premios al llegar al lugar recomendado por Bacana Tours se basa en reconocer la habilidad de los participantes para seguir pistas gráficas, estimulando así su interés en descubrir y valorar visualmente los rincones menos conocidos de la ciudad.

En resumen, la campaña colaborativa entre Bacana Tours y Colgi se enfoca en la estrategia gráfica como herramienta principal para transmitir la diversidad cultural y geográfica de Bogotá. Esta colaboración estratégica no solo busca educar y promover la exploración, sino también enriquecer la experiencia visual y educativa de los estudiantes universitarios a través de un enfoque gráfico innovador y atractivo.



DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA

Creación de Pistas Visuales: Elaborar una serie de pistas gráficas basadas en el proyecto Golgi y los destinos turísticos sugeridos por Bacán Tour. Estas pistas estarán estratégicamente ubicadas en la universidad y serán visuales para incentivar la participación activa de los estudiantes.

Difusión y Comunicación: Utilizar los canales de comunicación visual y digital de ambas iniciativas para promocionar la campaña conjunta. Se emplearán imágenes y mensajes en QRs interactivos. Redes sociales, carteles en la universidad y comunicados digitales para informar sobre la dinámica de la búsqueda. Esto garantiza una mayor participación.

Coordinación y Premiación: Establecer una logística clara para la entrega de premios al llegar al lugar recomendado. Se coordinará para garantizar una experiencia gratificante y memorable para los participantes al alcanzar el destino final.

Esta estrategia conjunta busca fusionar la promoción turística con la educación geográfica, proporcionando a los estudiantes una experiencia interactiva, lúdica y educativa que fortalezca su conocimiento

Objetivo del Juego:

Explorar y descubrir diferentes regiones de Colombia a través de una búsqueda del tesoro en la universidad, organizada por Bacana Tour y Colgi.

Reglas del Juego:

1. El juego está abierto a estudiantes de la universidad.
2. Los participantes deben seguir las pistas y encontrar los lugares específicos indicados en cada una.
3. Al encontrar cada pista, deben buscar al personaje escondido en el lugar y tomarse una foto con él.
4. La foto con el personaje debe ser subida a sus historias en redes sociales, etiquetando a Bacana Tour y Colgi.
5. No se pueden modificar ni alterar las pistas ni el entorno.
6. El juego termina una vez que se ha encontrado la última pista y el último personaje, y se ha llegado al destino final.

Preparación:

1. Bacana Tour y Colgi colocarán seis pistas en diferentes ubicaciones estratégicas dentro de la universidad.
2. Cada pista hará referencia a una región específica de Colombia.
3. En cada lugar donde se encuentre una pista, habrá un personaje representativo de Bacana Tour y Colgi escondido.

Desarrollo del Juego:

1. Los participantes recibirán la primera pista en la entrada principal de la universidad, donde encontrarán una caja con un mapa que marca una región específica de Colombia.
2. Deberán buscar la siguiente pista siguiendo las indicaciones de la primera y encontrar al personaje escondido en cada lugar.
3. Cada pista estará relacionada con una región colombiana y guiará a los jugadores hacia un lugar específico donde encontrar la siguiente pista y al personaje escondido.
4. Al llegar al destino final, que será la Quinta de Bolívar, los participantes deberán encontrar al último personaje representativo de Bacana Tour y Colgi.
5. Subir la foto con cada personaje encontrado a sus historias en redes sociales etiquetando a Bacana Tour y Colgi para completar la búsqueda del tesoro.

Premio:

- Todos los participantes que completen la búsqueda del tesoro recibirán un premio sorpresa como reconocimiento por haber explorado y descubierto las distintas regiones de Colombia.

1

En la entrada principal de la universidad, encontrarán una caja decorada con elementos coloridos que evocan la alegría del Carnaval de Barranquilla. Dentro de la caja, hallarán un mapa detallado de Colombia y la primera pista para comenzar su aventura.

"¡Hola aventureros! ¿Listos para la diversión caribeña? Para seguir el camino, busquen una representación del Carnaval en las paredes cercanas al auditorio principal y encuentren al personaje con plumas y colores vibrantes para recibir la siguiente pista."

2

Diríjense a la cancha deportiva y busquen al personaje vestido con colores representativos de la región andina. Él posee la próxima pista y hace referencia a la diversidad cultural y geográfica de la región.

"¡Hola nuevamente! En la región andina, la diversidad cultural es evidente. ¿Sabían que aquí se encuentran los restos de una antigua civilización precolombina? Encuentren una estructura similar al templo de la cultura Muisca cerca de la entrada de la facultad de historia para continuar el camino."

3

Diríjense a la cancha deportiva y busquen al personaje vestido con colores representativos de la región andina. Él posee la próxima pista y hace referencia a la diversidad cultural y geográfica de la región.

"¡Hola nuevamente! En la región andina, la diversidad cultural es evidente. ¿Sabían que aquí se encuentran los restos de una antigua civilización precolombina? Encuentren una estructura similar al templo de la cultura Muisca cerca de la entrada de la facultad de historia para continuar el camino."

7

Esta es la última pista que llevará a los participantes al final del juego. Luego de completar las pistas anteriores, diríjense al punto final para ganar su premio. Esta pista estará escondida detrás de la puerta del salón o será entregada por el último personaje encontrado.

"¡Felicidades, aventureros! Han explorado y aprendido mucho sobre las hermosas regiones de Colombia. Su destino final es un lugar histórico donde encontrarán al Libertador. Diríjense al Museo Quinta de Bolívar, situado en los alrededores de la universidad de los Andes para reclamar su merecido premio y tomar una foto con el equipo de Bacana y Golgi."

4

En el baño, busquen pistas relacionadas con la riqueza natural y la biodiversidad de la región amazónica. La pista estará escondida cerca de un mural que destaca la flora y fauna de la selva tropical.

“¡Hola exploradores! La Amazonía colombiana es conocida por su rica biodiversidad. Busquen el mural con representaciones de animales como el jaguar, el delfín rosado o la anaconda para encontrar la siguiente pista.”

5

En el pasillo concurrido, busquen al personaje representativo de la región de la Orinoquía. Él tendrá la pista que hace referencia a los llanos y la música llanera.

“¡Hola de nuevo! La llanura extensa y los paisajes de la región de la Orinoquía son notables. Encuentren el mural que destaca la belleza de los llanos y los campesinos tocando el arpa para hallar la próxima pista.”

6

Encuentren la última pista detrás de la puerta de un salón. Esta pista se refiere a la belleza natural y singularidad de la región insular de Colombia.

“¡Bienvenidos al final del camino! Las playas paradisíacas de San Andrés y Providencia son emblemáticas. Busquen las fotos del mar azul cristalino cerca del departamento de geografía para encontrar la última pista y llegar a nuestro destino final.”

Esta pista finaliza el juego dirigiendo a los participantes al Museo Quinta de Bolívar, donde podrán finalizar el desafío, obtener su premio y capturar una foto con el equipo de Bacana y Golgi para concluir su aventura.

REFERENCIAS

Ley 1480 de 2011 - Gestor Normativo. (s. f.). Función Pública.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>
Cámara De Representantes. (s. f.).
<https://www.camara.gov.co/>

El turismo internacional sigue adelantando a la economía global. (s. f.). OMT.
<https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>
La tecnología, un aliado para el fomento del turismo en Colombia. (s. f.). MINTIC Colombia.

<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/14737:Latecnologia-un-aliado-para-el-fomento-del-turismo-en-Colombia>
Nadal, P., Nadal, P., & Pixabay. (2022, 29 abril). ¿Cuánto contamina un turista? El País.

https://elpais.com/elpais/2022/04/28/paco_nadal/1651175985_903934.html
Normativa Ambiental - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2021, 23 noviembre). Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

<https://www.minambiente.gov.co/lideres-ambientales/normativa-ambiental/>
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s. f.).
<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicadelsectorturismo>
Portafolio. (2021, 23 marzo). Infraestructura turística: 4 proyectos listos y 9 en obra. Portafolio.co.

36

<https://www.portafolio.co/economia/infraestructura/infraestructura-turistica-4-proyectos-listos-y-9-en-obra-para-reactivar-el-turismo-en-colombia-550323>