

Valor percibido de ciudad, aplicación a Bogotá¹

Perceived value city, application to Bogotá

Mónica Meneses Romero²

Paola Machado González³

Leonardo Ortega Cortazar⁴

Cesar Atehortua Rendón⁵

Resumen

Objetivo:

Identificar el valor percibido de la ciudad de Bogotá por medio de la percepción de extranjeros usando las dimensiones de valor; valor funcional, valor simbólico/emocional, valor social y por último percepción de precio y esfuerzo.

Metodología:

Se aplicó un estudio descriptivo correlacional con la participación de 403 encuestas a extranjeros, adicionalmente revisión de la literatura, determinando métodos ya aplicados en diferentes estudios acerca del valor percibido de destinos turísticos.

Resultados principales:

Los resultados indican que Bogotá se percibe como un destino con amplia oferta turística que enorgullece a Colombia; respecto a los costos o sacrificios del destino, se percibe como una ciudad costosa frente a otras ciudades del país.

¹ Artículo de investigación científica y tecnológica adelantado en la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Maestría en Gerencia Estratégica de Mercadeo entre Octubre de 2014 a Noviembre de 2015. Bogotá, Colombia

² Magister en Gerencia Estratégica de Mercadeo. Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Bogotá. Colombia. Comunicadora social y periodista. Bogotá Colombia. Comunicadora estratégica de Colmena Seguros. Colombia. Email: pmachado@fs.co

³ Magister en Gerencia Estratégica de Mercadeo. Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Bogotá. Colombia. Administradora de empresas, Bogotá Colombia. Profesional líder centro de experiencia de Telefónica Móviles de Colombia. Colombia. Email: m.a.meneses@hotmail.com

⁴ Autor de correspondencia. Magister en Psicología del consumidor. Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Profesor de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Email: lortegon@poligran.edu.co. Calle 57 número 3-00 este. Bogotá. Colombia

⁵ Magister en Educación. Pontificia Universidad Javeriana. Director académico de mercadeo y publicidad de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Email: catehort@poligran.edu.co

Conclusiones:

Se concluye que el valor percibido de Bogotá se distribuye tanto en aspectos favorables como desfavorables de atracción, caracterizada por ser un destino consolidado en el mercado internacional de alto nivel que demanda mucha planeación.

Palabras Clave: Marca ciudad, valor percibido, dimensiones del valor.