

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2013

XXV ENCUENTRO DE AUTORIDADES REGIONALES DE TURISMO Construyendo el turismo desde los destinos

Mayo de 2013
Bogotá D.C



Gobierno
de **COLOMBIA**

 **PROSPERIDAD
PARA TODOS**



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

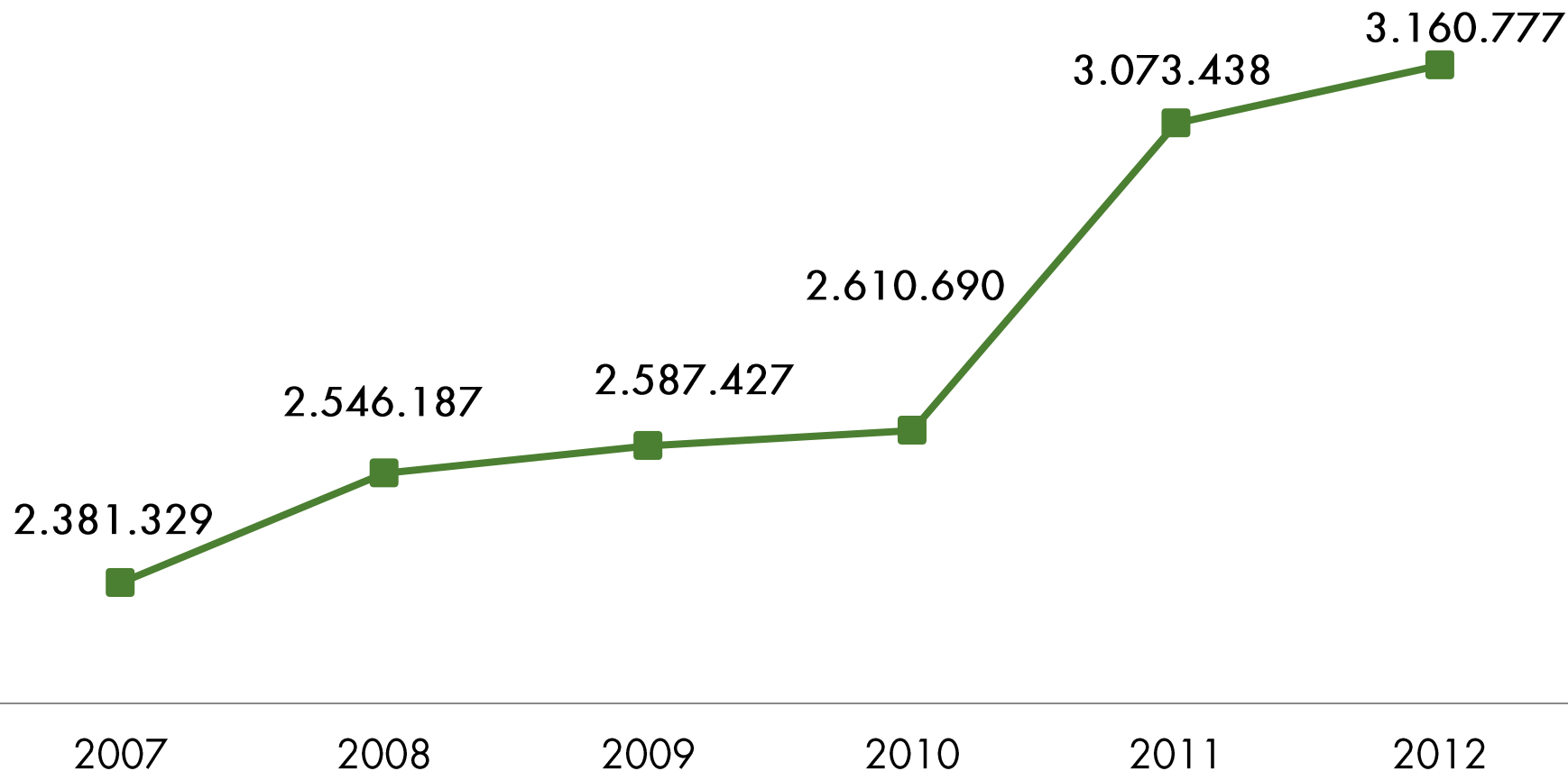
LA
RESPUESTA
ES



¿CÓMO VAMOS?

INFORMACIÓN TURÍSTICA

Viajeros extranjeros 2007-2012



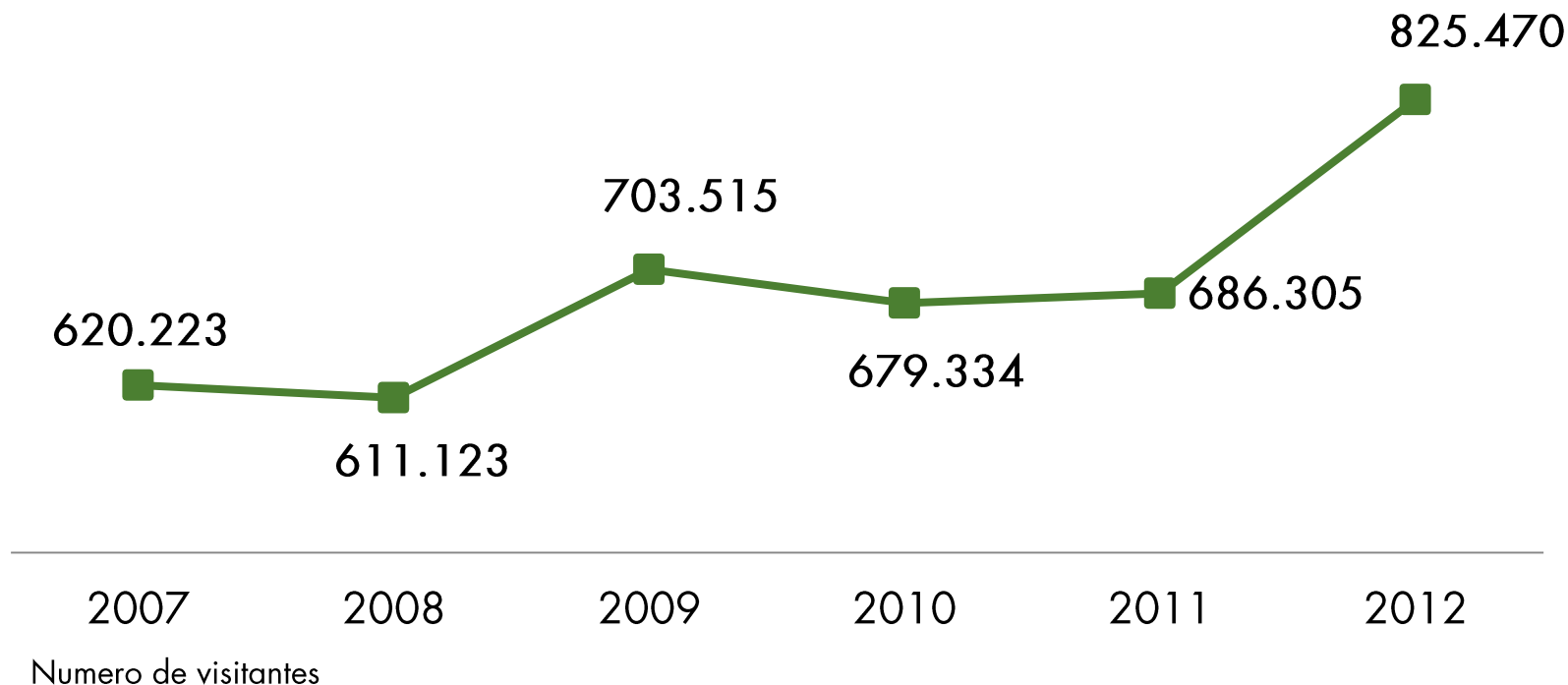
Fuente: Migración Colombia. Puertos de Cartagena, Santa Marta y San Andrés. Cifras provisionales

Cálculos: OEE – DASP

Nota: Información de 2007 a 2010 posee información de Banco de la Republica pero no de Colombianos residentes en el exterior. En 2011 DAS pasa a ser Migración y se posee información de Colombianos residentes en el exterior, para este caso en 2011 se adicionan la estimación de 630 mil visitantes por fronteras. Para 2012 se replica la misma cifra a modo de ejercicio.

INFORMACIÓN TURÍSTICA

Ingreso a Parques Nacionales 2007-2012

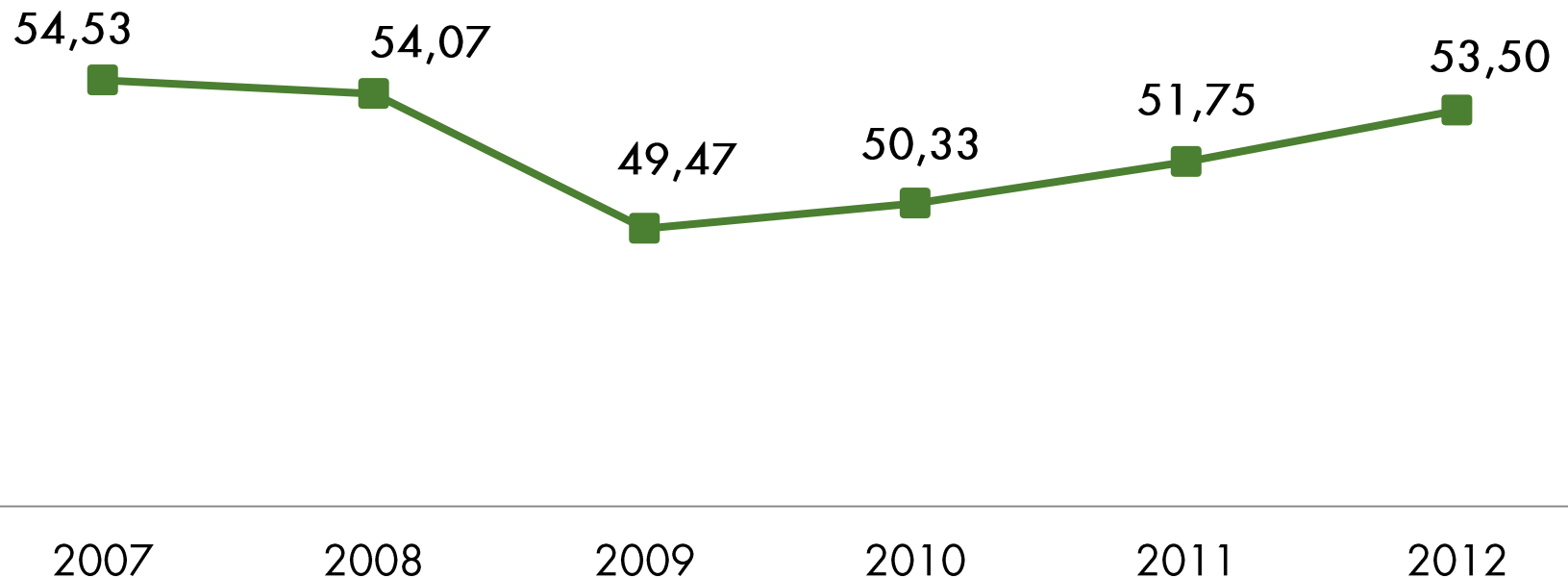


Fuente: USESPN, ESTADISTICAS ECOTURISMO EN PARQUES NACIONALES NATURALES DE COLOMBIA AÑO 2.012

Cálculos: OEE - DASP

INFORMACIÓN TURÍSTICA

Ocupación Hotelera 2007-2012



% de ocupación

Fuente: DANE
Cálculos: OEE - DASP

¿HACIA DÓNDE VAMOS?

PLAN ESTRATÉGICO MINISTERIO

US\$4.000 **4.000.000** visitantes del exterior
millones de ingresos de divisas por turismo

META

¿QUÉ VAMOS A HACER PARA
LOGRARLO?

ESTRATEGIAS 2013

ESTRATEGIAS

1. Estructurar macroyectos transformadores
2. Desarrollar las “ Experiencias Únicas”
3. Captar atracciones y eventos de talla mundial
4. Estructurar la Red de Estaciones Turísticas
5. Conectar el mundo con nuestros destinos
6. Globalizar nuestro turismo
7. Consolidar la institucionalidad
8. Fortalecer la competitividad regional
9. Incrementar la productividad empresarial
10. Innovar la promoción

Estrategia No. 1

ESTRUCTURAR MACROPROYECTOS TRANSFORMADORES

1. AMAZONAS

El Parque Eco-turístico más grande del mundo

- Socializar y formularla iniciativa con la comunidad, la entidad territorial y los prestadores de servicios turísticos
- Contratar la consultoría para la delimitación de área con estudio jurídico y predial
- Contratar el Plan Maestro



Estrategia No. 1

ESTRUCTURAR MACROPROYECTOS TRANSFORMADORES

2. ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA

Paraíso Náutico y de Buceo



- Formular la iniciativa con la comunidad, la entidad territorial y los prestadores de servicios turísticos
- Socialización con la comunidad del Plan de Acción de Turismo Náutico para San Andrés
- Entregar el Plan de Acción de Buceo para San Andrés
- Terminar el Muelle de Lancheros y plataforma flotante Jhonny Cay
- Entregar los estudios de ubicación y diseños de detalle de la Marina de San Andrés
- Entregar los diseños de detalle de la Marina de Providencia
- Diseñar el producto de Buceo de Talla Mundial
- Plan de Acción Integral para el desarrollo de turismo en el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina

Estrategia No. 1

ESTRUCTURAR MACROPROYECTOS TRANSFORMADORES

3. GUAJIRA

El Mundo Wayúu

- Formular la iniciativa con la comunidad, la entidad territorial y los prestadores de servicios turísticos.
- Contratar la consultoría para la delimitación de área con estudio jurídico y predial
- Contratar el Plan Maestro



Estrategia No. 2

DESARROLLAR LAS “EXPERIENCIAS ÚNICAS”:

1. SAN AGUSTÍN :

- EXPERIENCIA 1 -Trasladarse a una civilización perdida en Los Andes



2. PAISAJE CULTURAL CAFETERO :

- EXPERIENCIA 2 - Descubrir una cultura campesina con sabor a Café
- EXPERIENCIA 3 -Pueblos Cafeteros Filandia y Salento
- EXPERIENCIA 4 - Valle del Cocora - Las palmas de cera mas altas del planeta



3. NUQUÍ Y BAHÍA SOLANO:

- EXPERIENCIA 5 - Observar las ballenas y comprender que el Pacífico es salvaje



Estrategia No. 2

DESARROLLAR LAS "EXPERIENCIAS ÚNICAS":

4. CAÑO CRISTALES:

- EXPERIENCIA 6 - Apreciar los colores del río mas hermoso del mundo

5. EL MISTERIO DE ELDORADO:

- EXPERIENCIA 7- El Museo de Oro más grande del mundo

6. CATEDRAL DE SAL:

- EXPERIENCIA 8- Convertirse en minero por un día

7. AMAZONAS:

- EXPERIENCIA 9 -Dar rienda suelta a el espíritu explorador
- EXPERIENCIA 10- Lagos del Amazonas - Contemplar los paisajes y la vida salvaje 3)
- EXPERIENCIA 11- PNN Amacayacu- Flotar sobre la selva y descubrir el paraíso



Estrategia No. 2

DESARROLLAR LAS “EXPERIENCIAS ÚNICAS”:

8. CABO DE LA VELA:

- EXPERIENCIA 12 - Recorrer la ruta panorámica por el apacible Caribe de la Guajira



9. CARTAGENA:

- EXPERIENCIA 13 - Cartagena Colonial – Viajar a través del tiempo al “Nuevo Mundo”.
- EXPERIENCIA 14 - Participar de una noche de fiesta en el barrio Getsemaní



10. GORGONA:

- EXPERIENCIA 15 - Descubrir playas vírgenes, flora y fauna exuberante
- EXPERIENCIA 16 - Recorrer el “Alcatraz Colombiano” y sentir estremecimiento



Estrategia No. 2

DESARROLLAR LAS “EXPERIENCIAS ÚNICAS”:

11.PNN LOS NEVADOS:

- EXPERIENCIA 17 - Hacer muchas cosas a 4.000 m de altitud

12.NEVADO EL COCUY:

- EXPERIENCIA 18 - Hacer senderismo por los fascinantes paisajes andinos

13.ISLAS DEL ROSARIO:

- EXPERIENCIA 19 - Pensar que aquel paisaje marino era un sueño...¡pero que existe en Colombia!

14.PNN UTRIA

- EXPERIENCIA 20 - Pasear entre especies autóctonas e impresionantes manglares



Estrategia No. 2

DESARROLLAR LAS "EXPERIENCIAS ÚNICAS":

15.SAN ANDRES:

- EXPERIENCIA 21 - Nadar entre mantarrayas, el final perfecto del día



16.CIUDAD PERDIDA y PNN TAYRONA:

- EXPERIENCIA 22 - Subir a la montaña costera más alta del mundo
- EXPERIENCIA 23 - En busca de vestigios arqueológicos haciendo trekking suave



17.CARNAVAL DE BARRANQUILLA Y CARNAVAL DE BLANCOS Y NEGROS:

- EXPERIENCIA 24 - Descubrir en el país de la felicidad el color de los carnavales más originales



18.BARU Y TIERRABOMBA:

- EXPERIENCIA 25 - Relajarse tras un gran viaje a las islas y playas desiertas del Caribe



Estrategia No. 2

DESARROLLAR LAS "EXPERIENCIAS ÚNICAS":

Actividades para el desarrollo de las Experiencias Únicas de acuerdo con su nivel de avance:

a. Competitividad Turística:

- Brigada de formalización turística puerta a puerta.
- Implementar Protocolos de Seguridad.
- Desarrollar y hacer "Coaching" del producto turístico que incluya la elaboración del Manual para la implementación.
- Propuesta para el mejoramiento del producto turístico de la *Catedral de Sal* y sus alrededores, con base en los lineamientos del plan de desarrollo turístico de Cundinamarca.
- Plan para el desarrollo de cursos de formación a vendedores callejeros sobre calidad en la prestación de servicio al turista (Cartagena).

b. Promoción Turística:

- Emisión de la Cápsula de televisión relacionada con la Experiencia Única.
- Publicar el Coleccionable de la Experiencia Única.

Estrategia No. 2

DESARROLLAR LAS "EXPERIENCIAS ÚNICAS":

Actividades para el desarrollo de las Experiencias Únicas de acuerdo con su nivel de avance:

c. Infraestructura Turística

- Adecuación de la Estación de Caminos de Arriería en Salamina.
- Sendero del PNN Utría.
- Proyecto de Pueblo Bello.
- Embarcadero en Bahía Solano.
- Estudios técnicos, arquitectónicos, museográficos y paisajísticos del Parque Arqueológico de San Agustín.
- Diseño de Ecovia entre Puerto Nariño y Amacayacu.
- Diseño de la Estación de Caminos de Arriería en Aguadas.
- Definir la localización de senderos y muelles en La Macarena - Caño Cristales.
- Gestionar la integración turística arquitectónica Parque Santander - Museo del Oro.

Estrategia No. 3

CAPTAR ATRACCIONES Y EVENTOS DE TALLA MUNDIAL

1. Captar grandes eventos

- Identificar los 10 posibles grandes eventos a captar.
- Presentar la propuesta de valor a los empresarios internacionales y la estrategia para atraer el evento
- Manifestaciones de interés recibidas para la realización de dos eventos



2. Atracciones de talla mundial

- Diagnóstico e identificación de *"key drivers"* de los potenciales inversionistas



Estrategia No. 4

ESTRUCTURAR LA RED DE ESTACIONES TURÍSTICAS

1. Red nacional de estaciones turísticas

- Presentar el estudio de la Red de Estaciones ante la ANI
- Determinar con la ANI los sitios para la construcción de la Fase I de la Red
- Brindar asistencia técnica turística a las concesiones que lo requieran para la construcción de Estaciones Turísticas.



Estrategia No. 5

CONECTAR EL MUNDO CON NUESTROS DESTINOS

1. Conectividad Aérea

- Impulsar con la Aerocivil la apertura de rutas aéreas entre Cartagena y Europa.
- Impulsar con la Aerocivil la Apertura de rutas aéreas entre San Andrés y EEUU.
- Impulsar la apertura de rutas nuevas para destinos nacionales de interés turístico, de acuerdo con las necesidades del sector y las temporadas
- Crear Comités de Facilitación Aérea



Estrategia No. 5

CONECTAR EL MUNDO CON NUESTROS DESTINOS

2. Conectividad Marítima

- Estudios y Diseños de seis (6) muelles para embarcaciones menores en el Litoral de Santa Marta (Aeropuerto, Pozos Colorados, Rodadero, Playa Blanca, Taganga y Playa Grande).
- Diseño del Muelle de Embarque y desembarque para la Ciénaga Grande de Magdalena - Pueblos Palafíticos.
- Estudios de Patología Muelle de Capurganá Estudios de Corrientes y Estructurales del Muelle de Guapi
- Muelle Juradó, Chocó
- Muelle Montería
- Diagnóstico Cruceros como medio de transporte hacia Colombia



Estrategia No. 5

CONECTAR EL MUNDO CON NUESTROS DESTINOS

3. Conectividad Terrestre

- Señalizar turísticamente 250 Kilómetros adicionales en vías secundarias y terciarias
- Apoyar económicamente los proyectos de señalización turística peatonal que sean presentados al VT por parte de las entidades territoriales
- Crear Comités de Facilitación Terrestre
- Generar acciones que impulsen el desarrollo de paquetes terrestres para turismo receptivo fronterizo (Ej: Ruta Espiritual)



Estrategia No. 6

GLOBALIZAR NUESTRO TURISMO



1. Inglés

- Capacitar 2.000 personas del sector.

2. Bilingüismo en otros idiomas

- Con el SENA jornadas de capacitación en otros idiomas (francés y portugués).
- Iniciar la capacitación Chino Mandarin para prestadores de servicios turísticos.

3. Ambientes amigables – Servicios adaptados a la globalización

- Consultoría para la determinación de las técnicas a aplicar por los prestadores de servicios turísticos para crear ambientes adaptados a los visitantes extranjeros.
- Traducir el material de promoción e información de prestadores de servicios turísticos para brindar mejor atención al usuario.

Estrategia No. 7

CONSOLIDAR LA INSTITUCIONALIDAD

1. Implementar las disposiciones más importantes de la ley

- Reglamentar los nuevos requisitos del Registro Nacional de Turismo y difundirlos.
- Primera reunión del Consejo Superior de Turismo.
- Primera reunión del Consejo Consultivo de la Industria Turística.
- Iniciar la operación del FONTUR a través de la Fiducia.
- Realizar la primera reunión del Consejo Nacional de Seguridad Turística.
- Poner en funcionamiento los Comités locales para la organización de playas.
- Incluir el Sector Turismo en el Consejo Superior de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
- Expedir resolución sobre las estadísticas del sector turístico.
- Establecer las profesiones que previa homologación del SENA, pueden ejercer la guianza.

Estrategia No. 7

CONSOLIDAR LA INSTITUCIONALIDAD

2. Fortalecer las relaciones internacionales

- Formular propuestas de acuerdo con las necesidades del sector, con base en el Plan de Trabajo de la Organización Mundial de Turismo (OMT).
- Explorar la asignación del presupuesto con el fin de fortalecer la cooperación técnica a través de los convenios internacionales de Turismo suscritos.

3. Estudios, información e investigación para el sector

- Estudio de mercado para identificar la oferta turística para personas en condición de discapacidad, así como la demanda turística nacional e internacional (En los 32 departamentos).
- Estudio de oferta y demanda turística para personas con recursos económicos limitados.
- Estudio de Mercados sobre turismo internacional
- Estudio de conectividad de la Red de Pueblos Patrimonio.
- Plan Estadístico Sectorial del DANE.

Estrategia No. 8

FORTALECER LA COMPETITIVIDAD REGIONAL

1. Infraestructura Turística

OBRAS TERMINADAS

- Auditorio y sendero PNN Utría.
- Sendero en Pizarro.
- Adecuación del Centro de Eventos Valle del Pacífico.
- Centro de Convenciones de Popayán.
- Casa Indígena Tambo Wasi.
- Complejo Turístico de Nemocón.
- Malecón de Mitú II Fase.
- Restauración Hostal Doña Manuela.
- Muelle Montería.
- Teatro Santa Marta.
- Hotel El Isleño en San Andrés.

INICIO DE OBRAS

- Centro de Convenciones de Barranquilla.
- Centro de Convenciones de Bogotá.
- Primer tramo del Malecón de Cartagena.



C.C. Barranquilla



C.C. Bogotá

Estrategia No. 8

FORTALECER LA COMPETITIVIDAD REGIONAL

2. Coordinación Regional

- Realizar dos capacitaciones para los responsables de los procesos de planeación. para la inclusión de turismo en los Planes y Esquemas de Ordenamiento Territorial.
- Modelo de articulación con las regiones. Concertado con la VDE Q2= Definir la estrategia de difusión Q4=Aplicación del modelo.

3. Destinos con Calidad Certificada

- Entregar (2) playas turísticas en proceso de certificación.
- Entregar (2) destinos turísticos en proceso de certificación.
- Entregar el estudio de carga de 6 playas, Playa Blanca (Santa Marta), el Morro (Tumaco), El Rodadero (Santa Marta), Coveñas, Riohacha y Puerto Velero.

4. Sostenibilidad

- Entregar el Premio Colombiano a la Sostenibilidad Turística.

Estrategia No. 8

FORTALECER LA COMPETITIVIDAD REGIONAL

5. Productos Turísticos

T. Salud y Bienestar:

- Lanzamiento Plan de Negocios
- Plan de Acción 2013 derivado del Plan de negocios



T. Naturaleza:

- Formular el plan de acción de la Política
- Lanzamiento Plan de Negocios
- Plan de Acción 2013 derivado del Plan de negocios
- Definir con la CAR - Bogotá el desarrollo de un Complejo Turístico Sostenible en los alrededores.



Estrategia No. 8

FORTALECER LA COMPETITIVIDAD REGIONAL

5. Productos Turísticos

T. Cultural:

- Identificar el producto turístico y desarrollar el Plan de Promoción de la Red de Pueblos Patrimonio.
- Concluir el Complejo Turístico de la Catedral de Bogotá para el impulso del Turismo Religioso.



T. Náutico:

- Desarrollar el Plan de Acción de Turismo Náutico de Colombia.



T. de Reuniones:

- Estrategia para garantizar la sostenibilidad de los Centros de Convenciones.
- Captar 106 Eventos (Incluye congresos, viajes de incentivo, grupos de golf y reuniones en Colombia).



Estrategia No. 9

INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL

1. Apoyo a la Productividad de las Mipymes

- Diseño e implementación del mecanismo de apoyo a las Mipymes Turísticas para el aumento de su productividad a través del acompañamiento de expertos.
- Realizar 9 Ruedas de Negocios "Turismo Negocia"



2. CEETUR -Consultorios Empresariales y de Emprendimiento de Turismo

- Plan Piloto para la creación de CEETUR en coordinación con las Cámaras de Comercio y la Academia
- Crear un Monitor Empresarial de los CEETUR

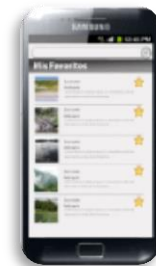


Estrategia No. 9

INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL

3. Vive turismo digital

- Realizar, en conjunto con MinTics, un evento nacional sobre las Tic's y Turismo.
- 50 empresas cuentan con plataforma de ventas por internet.
- 100 empresas comprometidas y en proceso de implementación de la plataforma de ventas por internet.
- Incluir 500 nuevos sitios de interés turístico en Google Maps.
- Difundir las nuevas aplicaciones para equipos móviles para consulta de sitios turísticos.
- Fortalecer el Centro de Información Turística- CITUR (Información de los destinos).



Estrategia No. 9

INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL

4. Formación

- Adjudicar becas 2013 (pregrado y posgrado) a la excelencia académica.
- Vincular 20 nuevas instituciones educativas al programa Colegios Amigos del Turismo.



Estrategia No. 10

INNOVAR LA PROMOCIÓN

1. Promoción y Mercadeo Nacional

- Estructuración del "Pasaporte Turístico"
- Publicar Coleccionable "Pueblos Patrimonio".
- Estructuración "Tarjeta Dorada"
- Campaña Nacional.
- V Concurso Nacional de Fotografía Turística "Revela Colombia".

2. Promoción y Mercadeo Internacional

- Implementación del Plan de Promoción Internacional PxP.
- Apertura nuevos mercados (China, Japón, Corea, Suiza, Suecia, Holanda, Italia, Australia, Rusia).



Presupuesto Nacional para el Sector Turismo

2006 a 2010 vs. 2010 a 2014



Incremento del 137%

GRACIAS!

Tatyana Orozco de la Cruz

Viceministra de Turismo

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

torozco@mincomercio.gov.co

@tatyanaorozco

