



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

 **PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Turismo de Naturaleza





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**



¿QUÉ ES EL PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA?



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

EL PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA* ES UNA ALIANZA PÚBLICO-PRIVADA ORIENTADA A:

- 1 Fortalecer el aparato productivo colombiano
- 2 Aprovechar las oportunidades que surgen de los Acuerdos Comerciales
- 3 Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos

* El Programa de Transformación Productiva es considerado como un ejemplo de innovación a nivel mundial por la Universidad de Oxford, Inglaterra





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**



¿CÓMO CONSIGUE
RESULTADOS?



IDENTIFICANDO SECTORES CLAVES DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA



DISEÑANDO PLANES DE NEGOCIO
SECTORIALES ALREDEDOR DE 4 EJES
TRANSVERSALES:





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

EL CENTRO DE NUESTRA ACTIVIDAD

Gestión y articulación entre
actores privados y públicos

Resultados
estratégicos

Mejorar la competitividad y
productividad sectorial





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

16 SECTORES ESTRATÉGICOS

SECTORES SERVICIOS



Tercerización de
Procesos de Negocios
BPO&O

Software y Tecnologías
de la Información

Turismo de Salud

Turismo de Naturaleza

Energía Eléctrica Bienes
y Servicios Conexos

SECTORES MANUFACTUREROS



Industria Editorial y de la
Comunicación Gráfica

Sistema Moda

Industria de Autopartes y
Vehículos

Cosméticos y Aseo

Metalmecánico,
Siderúrgico y Astillero

SECTORES AGRO



Chocolatería, Confitería
y Materias Primas

Carne Bovina

Palma, Aceites, Grasas
Vegetales y
Biocombustibles

Camaronicultura

Lácteo

Hortofrutícola



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

..... 2013

CONSOLIDACIÓN DEL PTP COMO EJE
PRINCIPAL DE LA POLÍTICA INDUSTRIAL
COLOMBIANA



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**



Promover el mejoramiento continuo de las relaciones y articulación con las diferentes entidades de gobierno, para incrementar la productividad y competitividad de los sectores que hacen parte del programa.

Avanzar en la articulación con las distintas regiones del país, para lograr una transformación productiva sectorial.



Permear en el mayor número de empresas de los sectores del programa, la cultura de la innovación, con el fin de conseguir la transformación productiva en un menor tiempo.





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Consolidar la estrategia de sostenibilidad en los distintos sectores del programa.



Fortalecer los programas de capital humano que impacten cada vez más las necesidades del aparato productivo, orientado a la capacitación en carreras técnicas, tecnológicas y profesional requeridas por los sectores del PTP.

Incrementar el número de empresas que trabajan activamente en el programa con el fin de generar un mejor aprovechamiento de las herramientas generadas para la transformación productiva.





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

PLAN DE NEGOCIO TURISMO DE NATURALEZA

Alianza Público - Privada





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

TURISMO DE NATURALEZA

Sector clave para Colombia





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

PROSPERIDAD
PARA TODOS

¿Qué es el Turismo de Naturaleza?

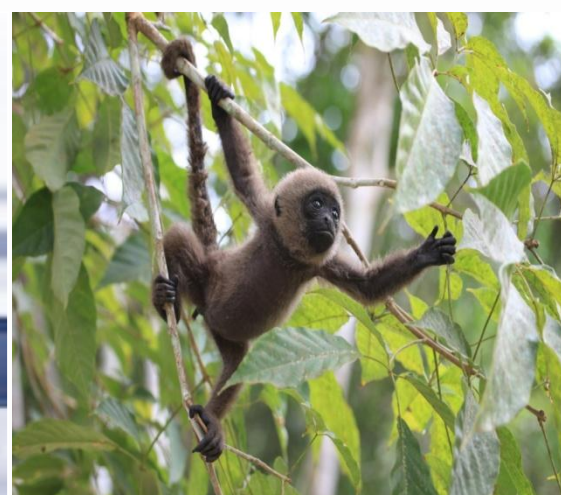
La terminología de Turismo de Naturaleza definida por la OMT es la versión oficial aceptada por el gobierno de Colombia

*“El **Turismo de naturaleza** es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales”*

(OMT, 2002)



El Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza es un instrumento práctico y dinamiza los sectores público y privado



Fases I: Diagnóstico

**Turismo de Naturaleza en el
Mundo y en Colombia**

**Fase II: Plan de
Negocios**

**Estrategia de
Implementación**

**Fase III: Proyectos
Bandera**

**Plan de negocio y
socialización**

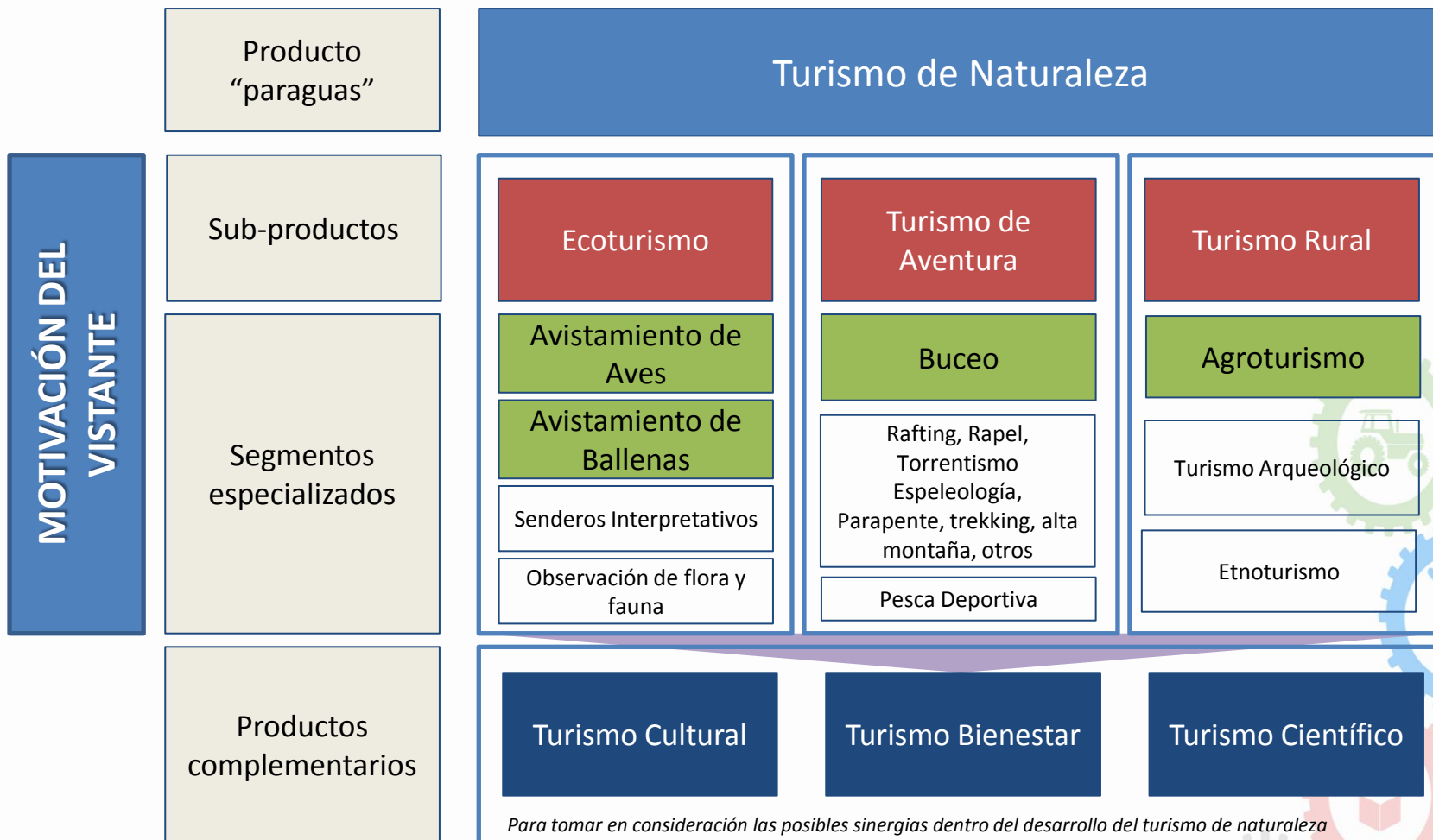
Todos los actores de la cadena de valor turística tienen un papel importante que desempeñar en la aplicación del Plan de Negocio TNC



El Plan de Negocio fomenta la generación de empleos y MIPYMES , y fomenta la inversión en negocios sostenibles



¿Cómo delimitamos y orientaremos el desarrollo y comercialización de los productos?





Tendencias Internacionales de Turismo de Naturaleza

1. El Eco-turista:

- culto, adulto y adulto mayor
- enfocado en medioambiente
- **conducta de compra con los criterios tradicionales** (precio, confort, servicios, calidad, etc.)

2. El Observador de aves :

- tendencia creciente sobre la media del TN,
- perfil **hombre mayor**
- **gasto superior** a la media, especialmente de **EEUU y UK**

3. El Avistamiento de ballenas :

- registra **fuerte aumento** en Latam,
- perfil **educado y familiar**
- alta **conciencia ambiental**

4. El turismo de aventura :

- fuerte **crecimiento mundial**,
- **2 grandes segmentos** : hard – soft
- aventura “**soft**” representa **mayor oportunidad** de negocio

5. El buceo:

- **segmentación tematizada del producto**
- perfil de **alto nivel económico y educativo**,
- **alta tasa de nuevos turistas**, con **EEUU** como mercado principal

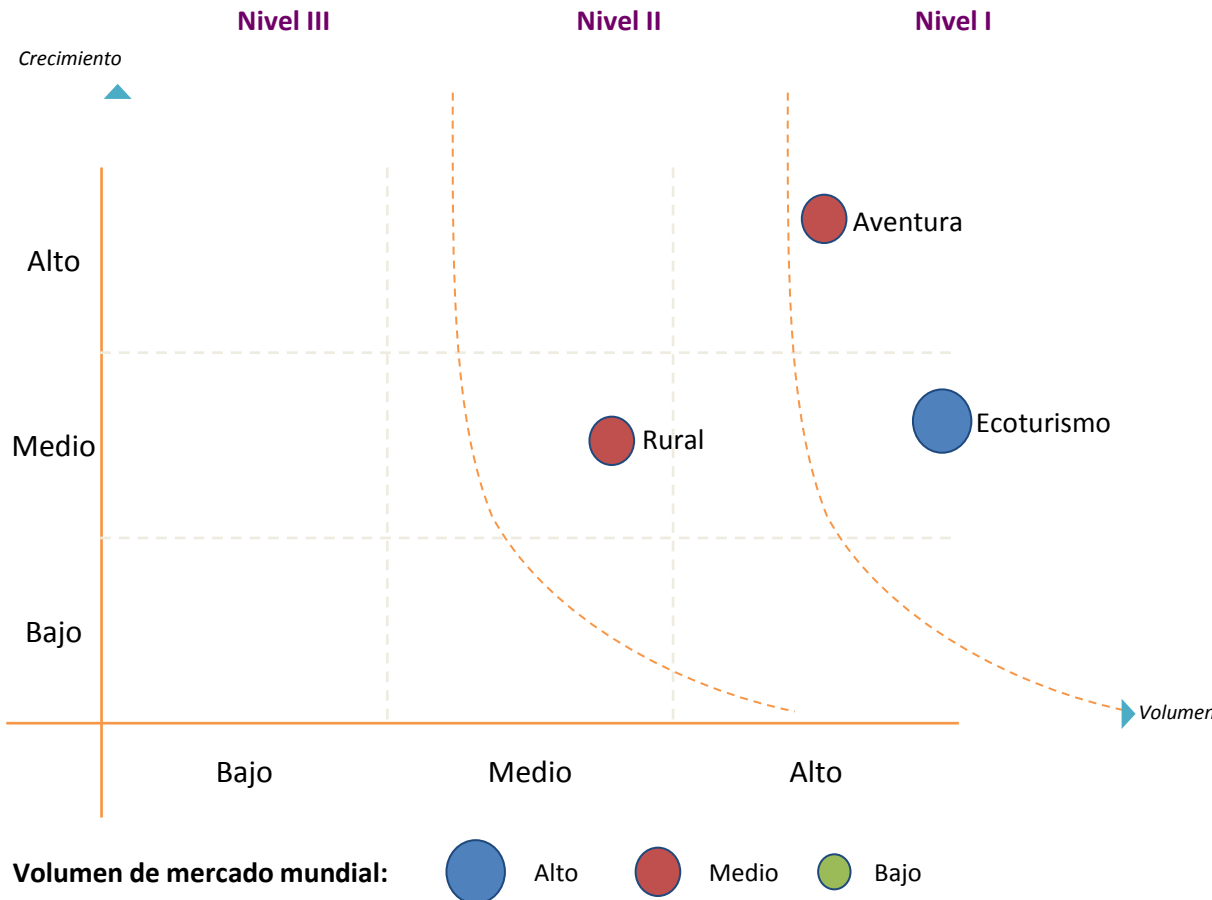
6. El Turismo Rural:

- **conceptos distintos** en Latam
- **visitantes de diferentes niveles económicos**
- **se valora** la recuperación del **mundo de “campo”**





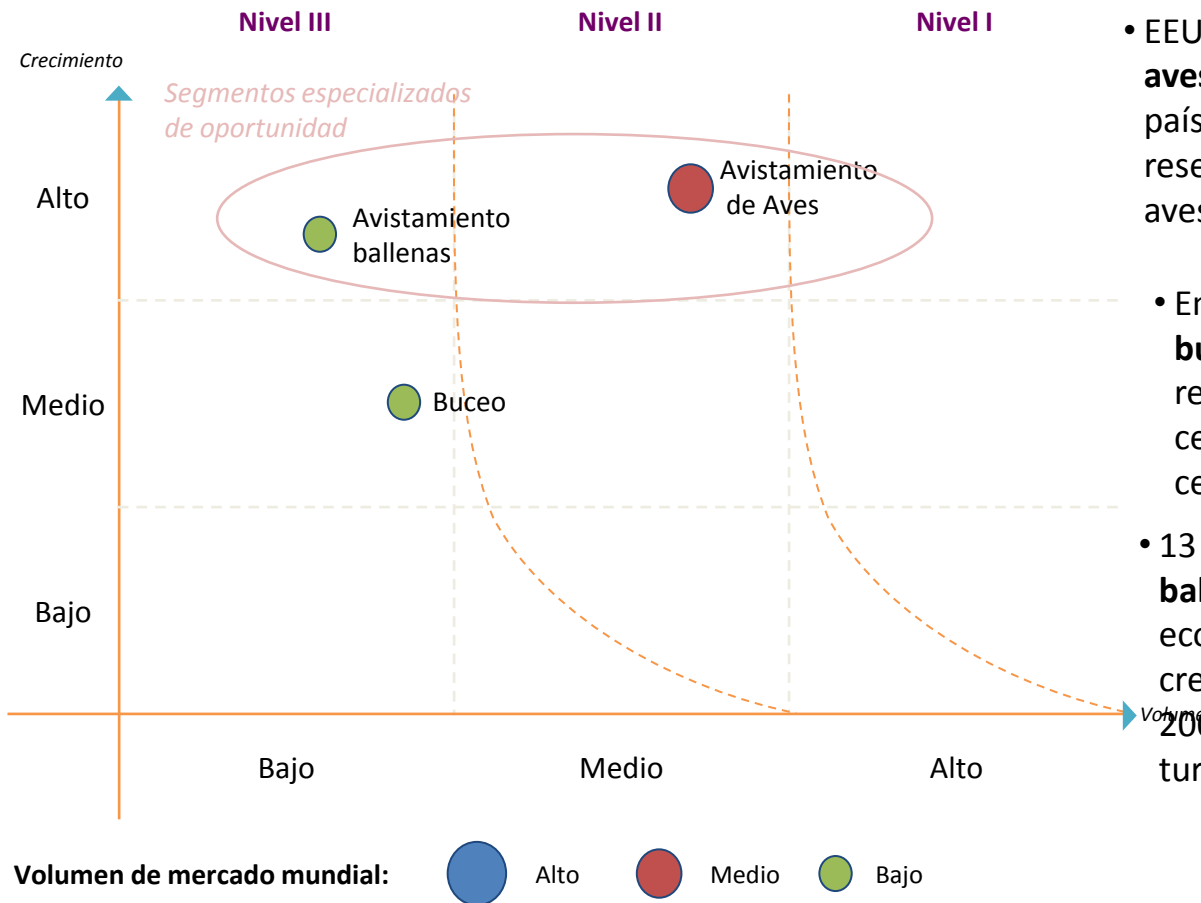
Potencialidad Subproductos Turismo de Naturaleza en el Mundo



- **64 millones de ecoturistas internacionales al año** (OMT, 2007)
- **23 millones de turistas de aventura anuales**; 89 billones valor global del mercado (ATTA, 2009); un crecimiento anual del 15 – 20% (1994 – 2004) (OMT, 2005)
- **4 millones de viajeros en España** (2007) con un gasto medio por **turista rural** durante un fin de semana de 169€; crecimiento del sector del 10 – 15% entre 1996 – 2006³

Destaca el Turismo de Aventura como el subproducto con mayor crecimiento actual a nivel mundial

Potencialidad Segmentos Especializados Turismo de Naturaleza en el Mundo



- EEUU: 44 millones de **avistadores de aves** – 9,8 millones se desplaza fuera del país (USFWS, 2009); Reino Unido: 20.000 reservas de viajes para la observación de aves / año (CBI, 2011)
- En 2007 se estimó 7,3 millones de **buceadores activos**. En el 2011, PADI registra 20 millones de buceadores certificados, alrededor de 1 millón de certificaciones al año³
- 13 millones de turistas **avistadores de ballenas** anuales con un valor económico de 1.6 billones (2003); crecimiento anual de 11,3% (1998 – 2006) en América Latina; 885.679 turistas en LATAM (2006)²

El turismo de buceo empieza a alcanzar el estado de madurez y los buceadores buscan nuevos destinos. Mientras que el avistamiento de ballenas está en introducción, especialmente en LATAM



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Turismo de Naturaleza en Colombia adopta principios de Sostenibilidad para desarrollo productivo





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Objetivos del Turismo de Naturaleza de Colombia 2027

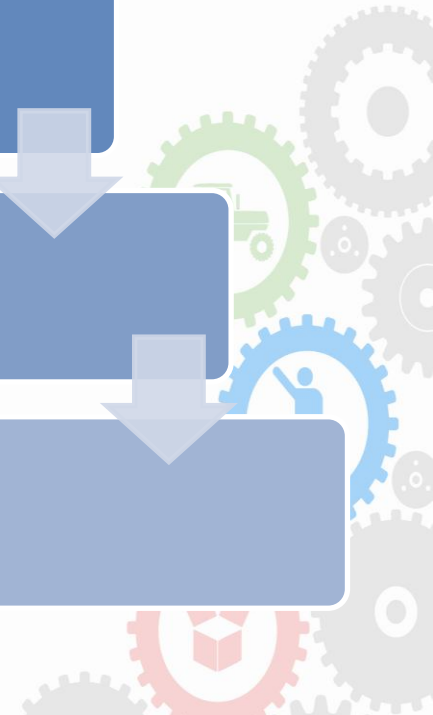
Para el desarrollo del Plan de TNC se ha tenido en cuenta las políticas del gobierno, las entidades públicas y privadas, las regiones, con sus prioridades y la situación de coyuntura

Hacer de Colombia el destino más competitivo a nivel mundial en Turismo de Naturaleza

Posicionar a Colombia como el destino más emblemático de Turismo de Naturaleza mundial

Generar beneficios socio-económicos y ambientales para el país a través del TNC

Ser un destino de oferta diferenciada, competitiva y sostenible en TNC





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Visión Plan de Negocio Turismo de Naturaleza de Colombia 2027

Colombia es el **punto de encuentro** del turismo de naturaleza,
conformado por **paisajes exuberantes**
que **albergan la mayor diversidad de aves** del mundo.

La **naturaleza prístina**, los **lugares míticos**,
los **saberes ancestrales** y la **hospitalidad de su gente**
brindan **experiencias innovadoras y sostenibles**



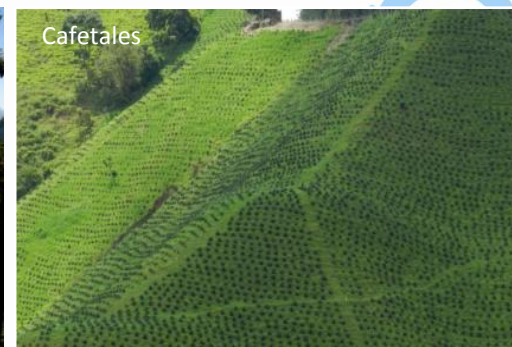
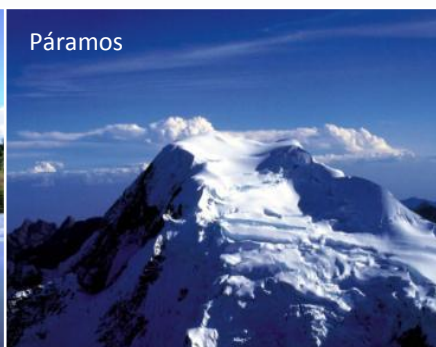
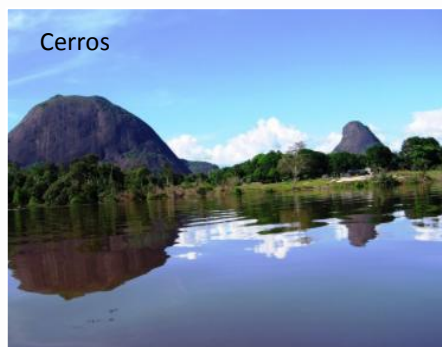
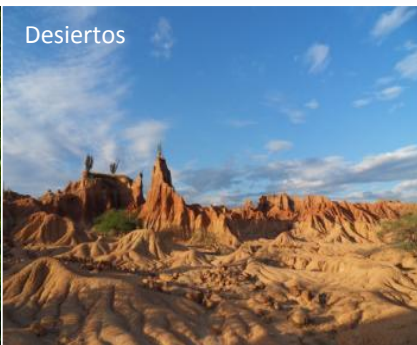


MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Objetivos y Visión 2027 del TNC

Colombia tiene el potencial de diferenciar su posicionamiento de turismo de naturaleza mezclando sus elementos físicos





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

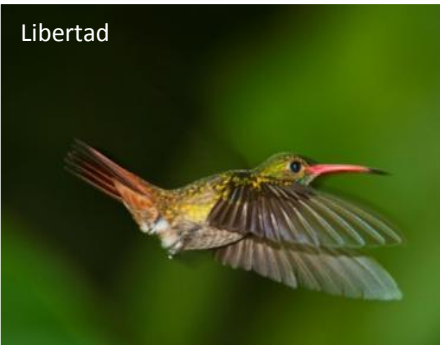
Objetivos y Visión 2027 del TNC

...conjuntamente con sus elementos emocionales y posicionarla como un destino de naturaleza exótico, de calidad y sostenible

Adrenalina



Libertad



Acogido



Auto superación



Sonrisas



Emoción



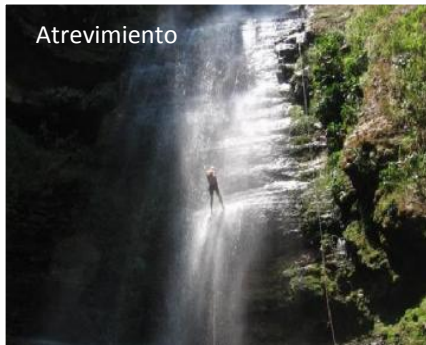
Alegría



Amistad



Atrevimiento



Admiración



Energía



Ecológico





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Estrategia de Productos Priorizados

ECOTURISMO

AVENTURA

RURAL

Prioridad 1

PNN / Zonas de
Amortiguación AP



Aves



Aguas
continentales



Eje cafetero de
Alta Calidad



Prioridad 2

Playas Prístinas



Ballenas



Buceo



Valles y Montañas



Prioridad 3

Playas de Aventura



Haciendas Bienestar



Haciendas
actividades
tradicionales





Lecciones para el éxito aprendidas de 10 destinos de referencia mundial en TN, de potencial aplicación para el TNC

1. Política nacional de conservación y ecoturismo.
2. Red efectiva de Parques Nacionales y Áreas Protegidas.
3. Participación activa de las comunidades locales.
4. Red de alojamientos temáticos.
5. Asociaciones y gremios tematizadas y proactivas.
6. Buenas prácticas de sostenibilidad, calidad y seguridad.
7. Indicadores y estudios profesionales.
8. Marca y rutas turísticas.
9. Promoción turística innovadora y altamente interactiva internacionalmente.
10. Innovación en promoción en medios masivos y freepress.



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Estrategias para los principales mercados emisores clave de Turismo de Naturaleza para Colombia

MERCADOS ESTRELLA



Reforzar y
aumentar
promoción

MERCADOS ESTABLES



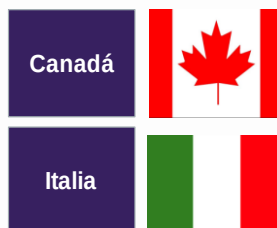
Mayor
penetración
con nichos
especializados

MERCADOS EXPANSIÓN



Desarrollo
de mercado

MERCADOS NUEVOS



Dar a
conocer





Colombia en los Índices de Competitividad Mundial

Destaca en capacitación de su capital humano, recursos turísticos naturales y en libertad económica, pero aún se debe trabajar para una mayor competitividad global

PAÍS	CAPITAL TURÍSTICO NATURAL ¹	CAPITAL HUMANO ⁴	ECONOMIC FREEDOM ²	DOING BUSINESS ³	INFRAESTRUCTURA ¹	SOSTENIBILIDAD ¹	PROMOCIÓN ¹	INNOVACIÓN ⁴
	12 ↓	65 ↓	44 ↑	42 ↑	92 ↑	3,53 ↑	76 ↑	65 ↑
	7 ↑	66 ↑	41 ↑	41 ↑	82 ↑	3,86 ↑	53 ↑	75 ↑
	10 ↑	73 ↓	54 ↓	53 ↑	61 ↑	4,23 ↑	18 ↑	79 ↑
	25 ↓	102 ↑	156 ↑	130 ↑	93 ↑	3,46 ↑	86 ↑	98 ↓
	14 ↑	128 ↓	70 ↑	35 ↓	62 ↑	4,24 ↑	67 ↑	54 ↑
	21 ↑	74 ↓	60 ↑	17 ↓	43 ↑	4,54 ↑	42 ↓	57 ↓



Indica que el país está mejor posicionado que Colombia



Indica una mejora respecto al año anterior



Indica un empeoramiento respecto al año anterior

*En todas las columnas, excepto en sostenibilidad que es lo contrario, una menor puntuación indica un mejor comportamiento.

¹Tourism & Travel Competitive Index 2011 – World Economic Forum

²Economic Freedom Index 2012 – The World Heritage Foundation / Wall Street Journal

³Doing Business Index 2012 – Banco Mundial

⁴Global Innovation Index 2011 – World Intellectual Property Organization / INSEAD Business School



Retos para el desarrollo de Turismo de Naturaleza en Colombia

Marco legal

1. **Incipiente estandarización de servicios de TNC** = operación insegura y de baja calidad
2. **Falta de implementación** de las normas en la práctica (sostenibilidad, calidad, aventura)
3. **Múltiples obstáculos para conseguir permisos** de desarrollo de infraestructura turística
4. **Obstáculos en los procesos** para desarrollo de proyectos, por ej.: sociales y ambientales.
5. No hay reglamentación y formalización en guianza para personas locales /baquianos.
Informalidad.

Fortalecimiento y promoción

1. **Imagen país frágil** para el TNC
2. **Valor agregado y diferenciación** (innovación) del producto turístico de naturaleza desaprovechados
3. **Incipiente promoción** de TN a **nivel nacional**
4. **Poco acceso del sector al mercado de TN**, y conocimiento de comercialización y promoción especializada
5. **Estancamiento** y funcionalidad desaprovechada **de alianzas PPP como las redes, asociaciones especializadas**

Capital Humano

1. **Profesionalidad reducida**, RRHH poco calificados, bajo nivel de bilingüismo en el sector
2. **Falta de “cultura de turismo”** a nivel **departamento**, desaprovechando recursos
3. **Informalidad**





Infraestructura y sostenibilidad

1. **Falta de oferta de alojamiento** de calidad orientada al TNC
2. **Deficiente infraestructura** de acceso y comunicaciones
3. **Baja** percepción y relación **calidad/precio en TNC**
4. **Problemática de acceso a créditos**
5. **Valor agregado y diferenciación** (innovación) del producto turístico de naturaleza desaprovechados
6. **Conflictos sobre turismo y Parques Nacionales, política de ecoturismo de PNN restrictiva** a nivel desarrollos
7. **Escasez de recursos** para la conservación, gestión y protección de las áreas naturales

Inteligencia competitiva

1. **Inteligencia** de mercado aún **no orientada** al desarrollo de TNC
2. **Discrepancia entre entidades oficiales**
3. **Restricciones del DANE** para que se generen otras fuentes estadísticas
4. **Metas de llegadas turísticas país a corto plazo desactualizadas**
5. **Cuenta satélite de turismo no está en funcionamiento**

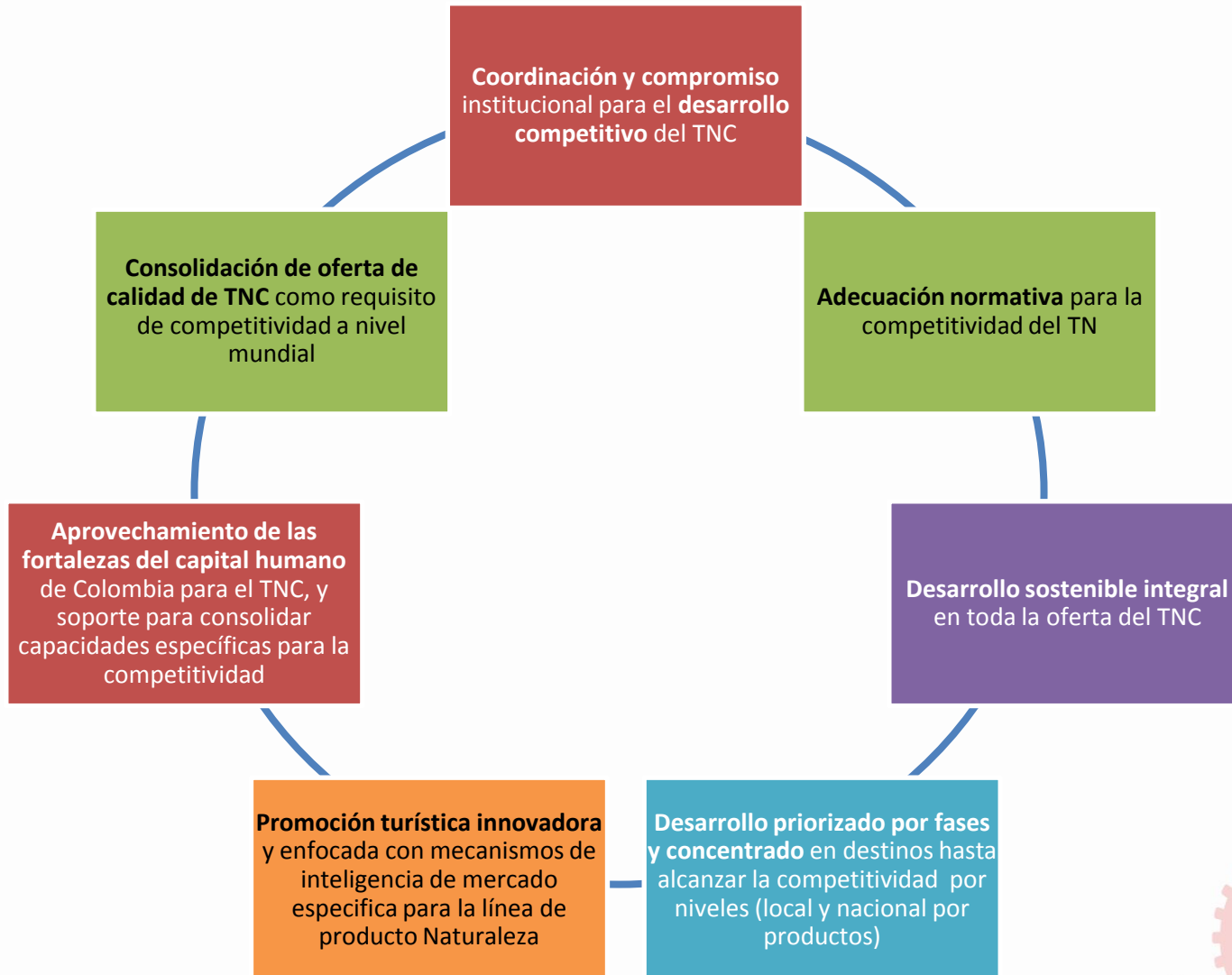




MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Líneas de compromiso para el desarrollo del Turismo de Naturaleza de Colombia 2027



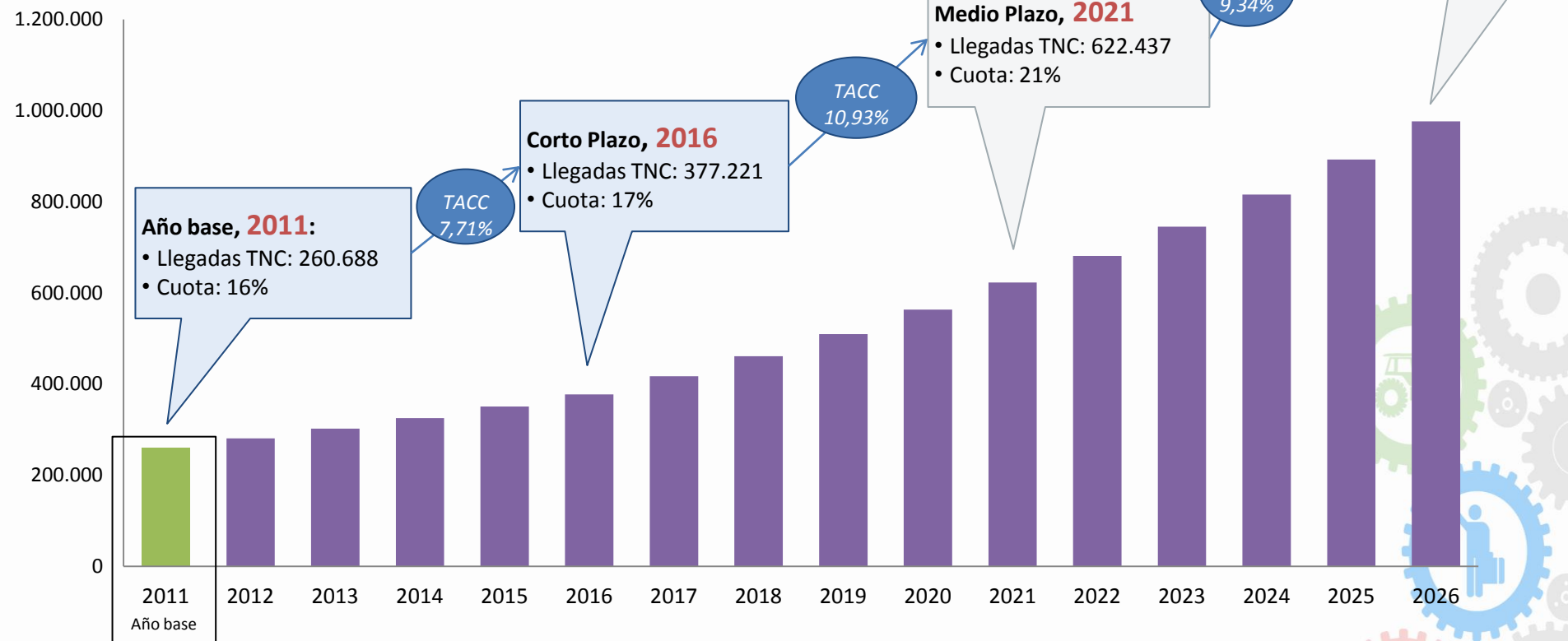


18 líneas de acción bajo los 5 ejes competitivos del PTP para estimular el desarrollo del TNC y aumentar la competitividad turística a nivel internacional



Cada programa está compuesto de múltiples proyectos y actividades de las cuales se determinan los actores implementadores y estratégicos, interdependencias, obstáculos y riesgos, cronograma de implementación y presupuesto

Las metas de llegadas para TNC plantean un desafío a corto plazo, y la generación de mecanismos de competitividad que se mantengan en el tiempo para alcanzar 976.336 turistas a largo plazo



La cuota de llegadas del TNC crece de 16% en 2011 a un 22% en 2026 sobre las llegadas internacionales totales

* Llegadas totales 2012-2026 proyección T&L (TACC 7%) según datos de Migración Colombia

** TACC: Tasa anual de crecimiento compuesto



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

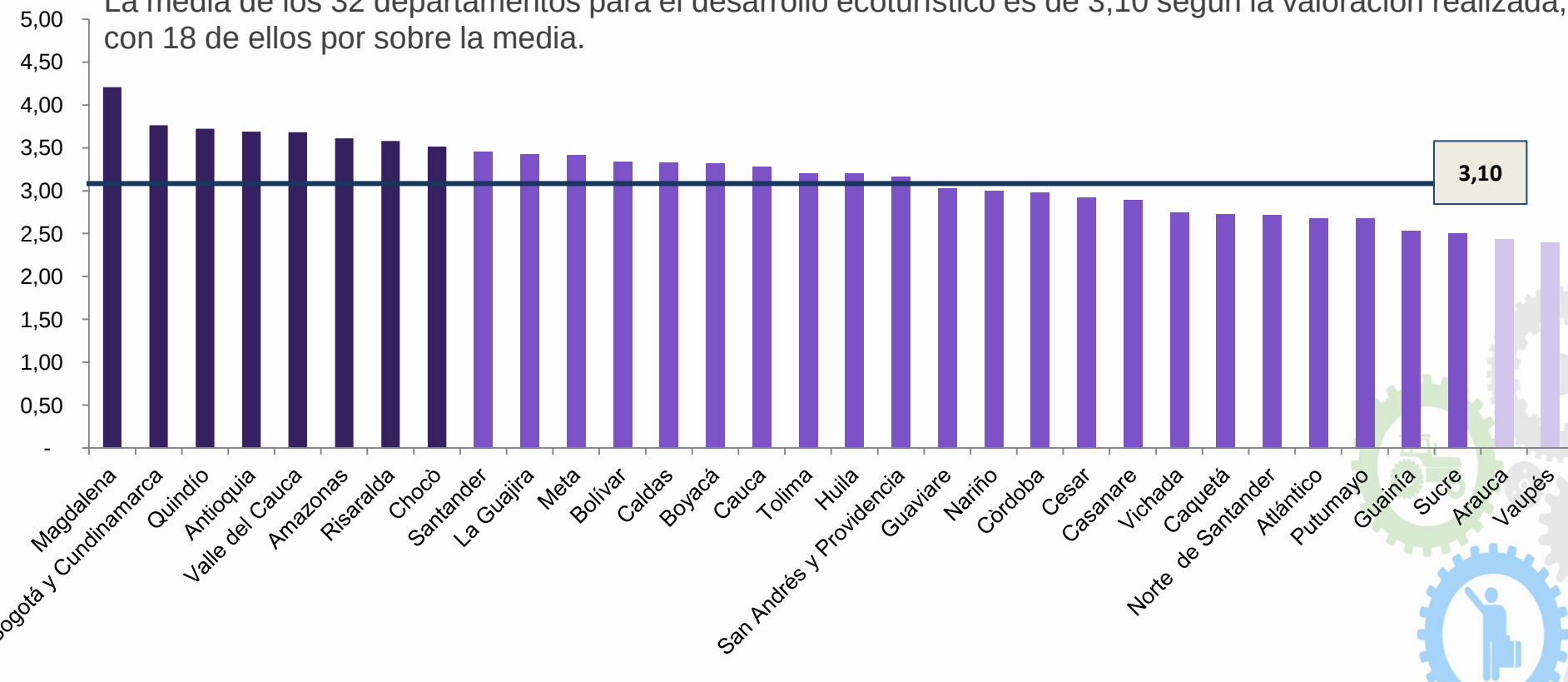
Diagnóstico Nacional





Diagnóstico Ecoturismo:

La media de los 32 departamentos para el desarrollo ecoturístico es de 3,10 según la valoración realizada, con 18 de ellos por sobre la media.

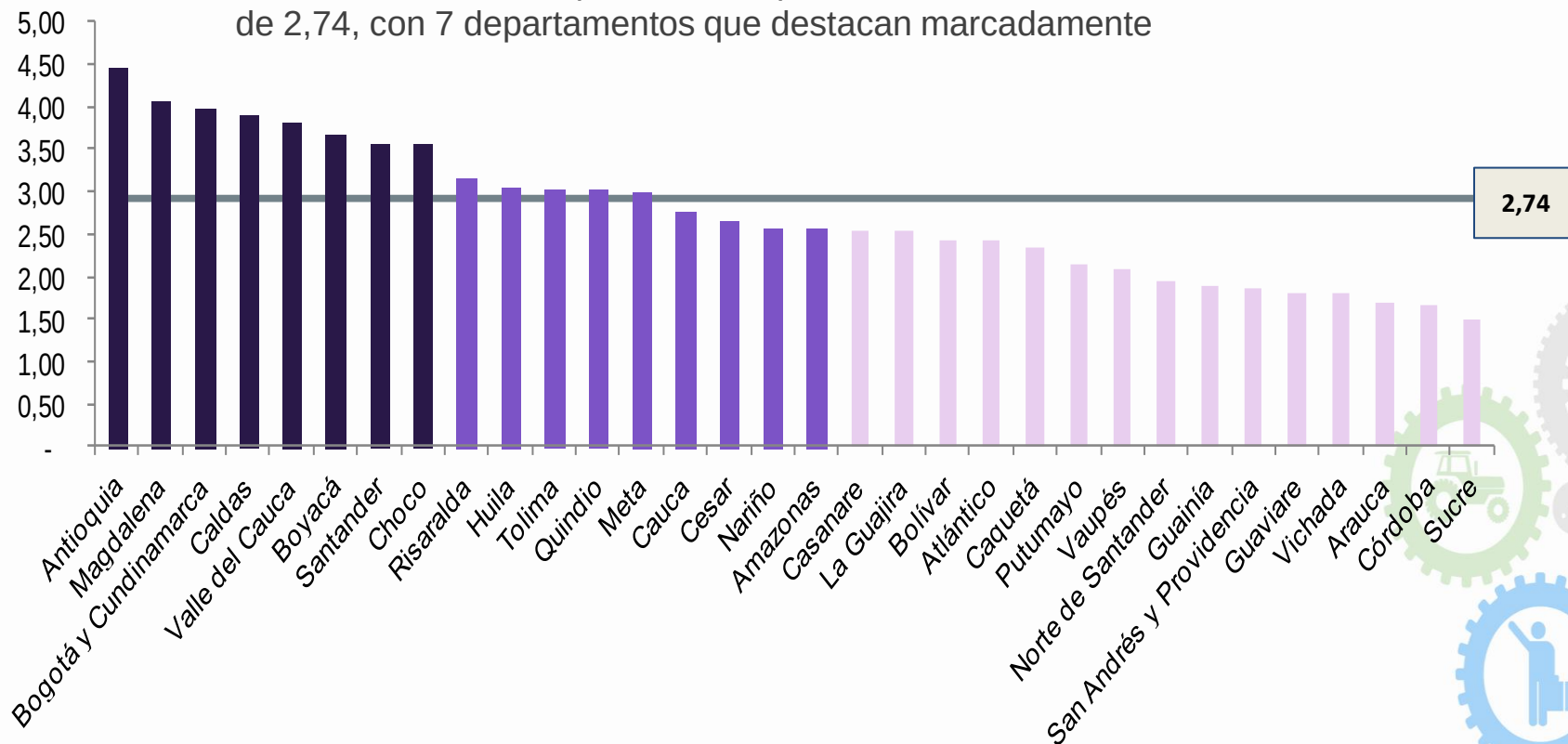


Destaca el departamento de Magdalena (4,21), seguido de Bogotá y Cundinamarca (3,76), Quindío (3,72) y el departamento de Antioquia (3,69)

Grado excelente/bueno Grado aceptable Grado regular Grado bajo

Diagnóstico Avistamiento de Aves:

La media de los 32 departamentos para el desarrollo del Avistamiento de Aves es de 2,74, con 7 departamentos que destacan marcadamente

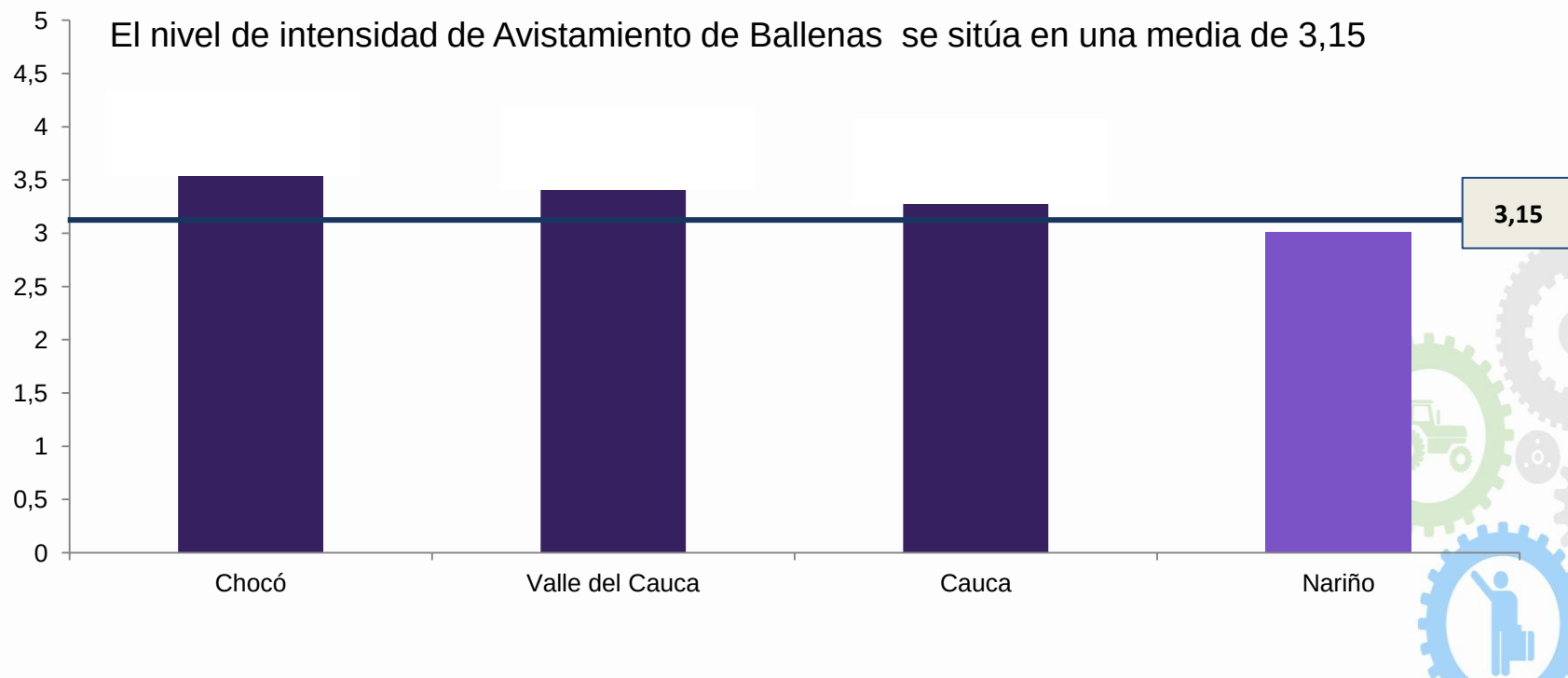


Destaca el departamento de Antioquia con un nivel muy bueno (4,44), seguido de Magdalena (4,08) y Cundinamarca (4).

Grado excelente/bueno Grado aceptable Grado regular Grado bajo



Diagnóstico Avistamiento de Ballenas:

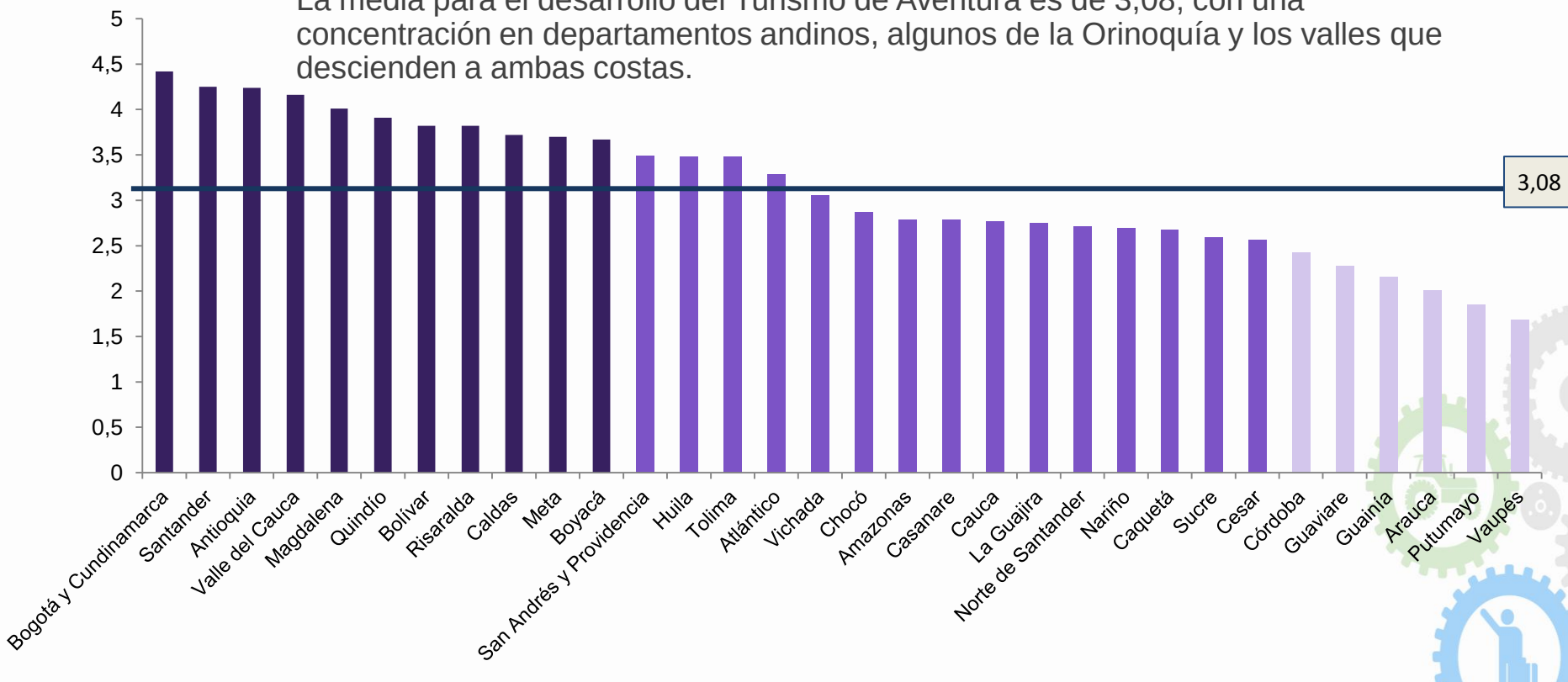


La región Pacífico cuenta con avistamiento de ballenas a un nivel aceptable. Destaca el Valle del Cauca con una intensidad cuantificable de 3,76, seguida de Choco (3,76), Cauca (3,59) y Nariño (3,01)



Diagnóstico Turismo de Aventura:

La media para el desarrollo del Turismo de Aventura es de 3,08; con una concentración en departamentos andinos, algunos de la Orinoquía y los valles que descienden a ambas costas.



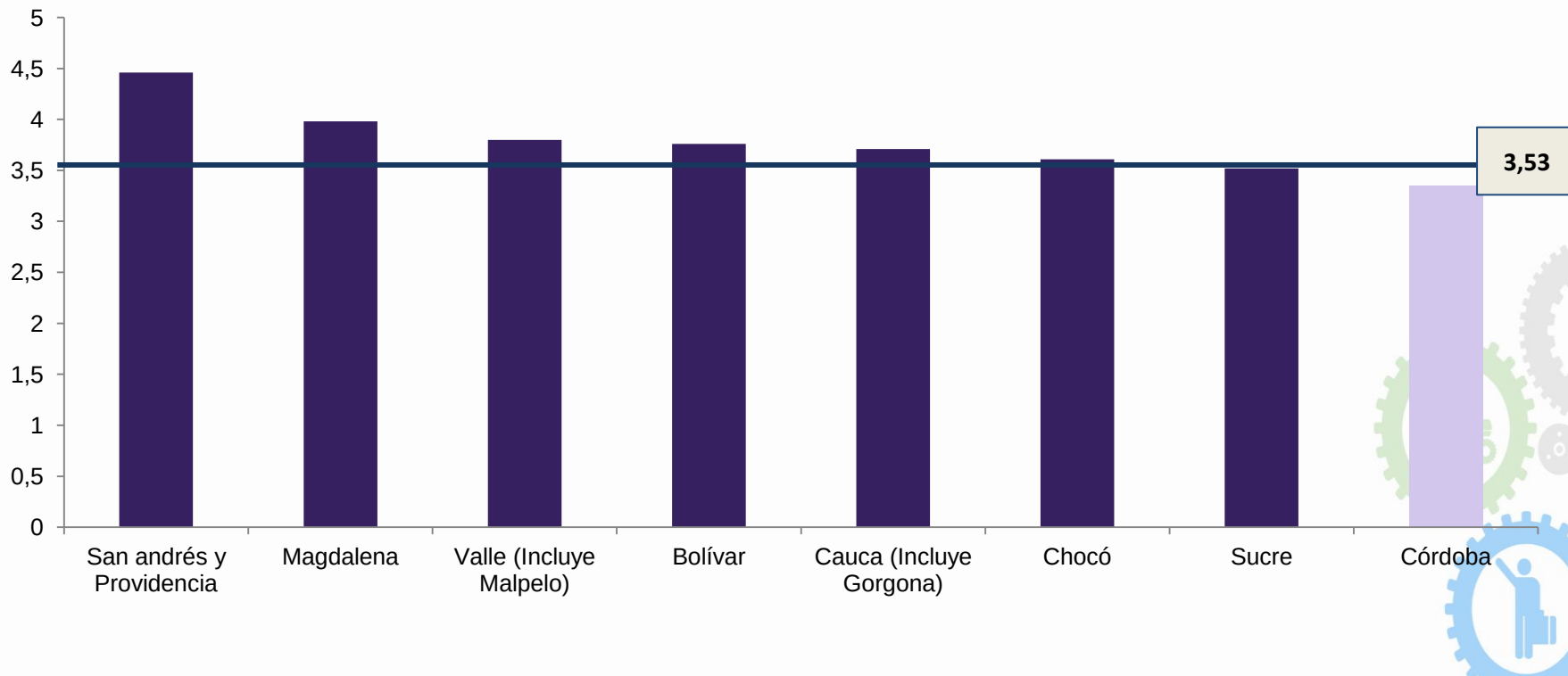
Por departamentos destacan Cundinamarca (4,42), Santander (4,25) y Antioquia (4,24)

Grado excelente/bueno Grado aceptable Grado regular Grado bajo



Diagnóstico Buceo:

La media de los 8 departamentos con actividades de Buceo es de 3,53 donde destaca San Andrés y Providencia, y Magdalena.



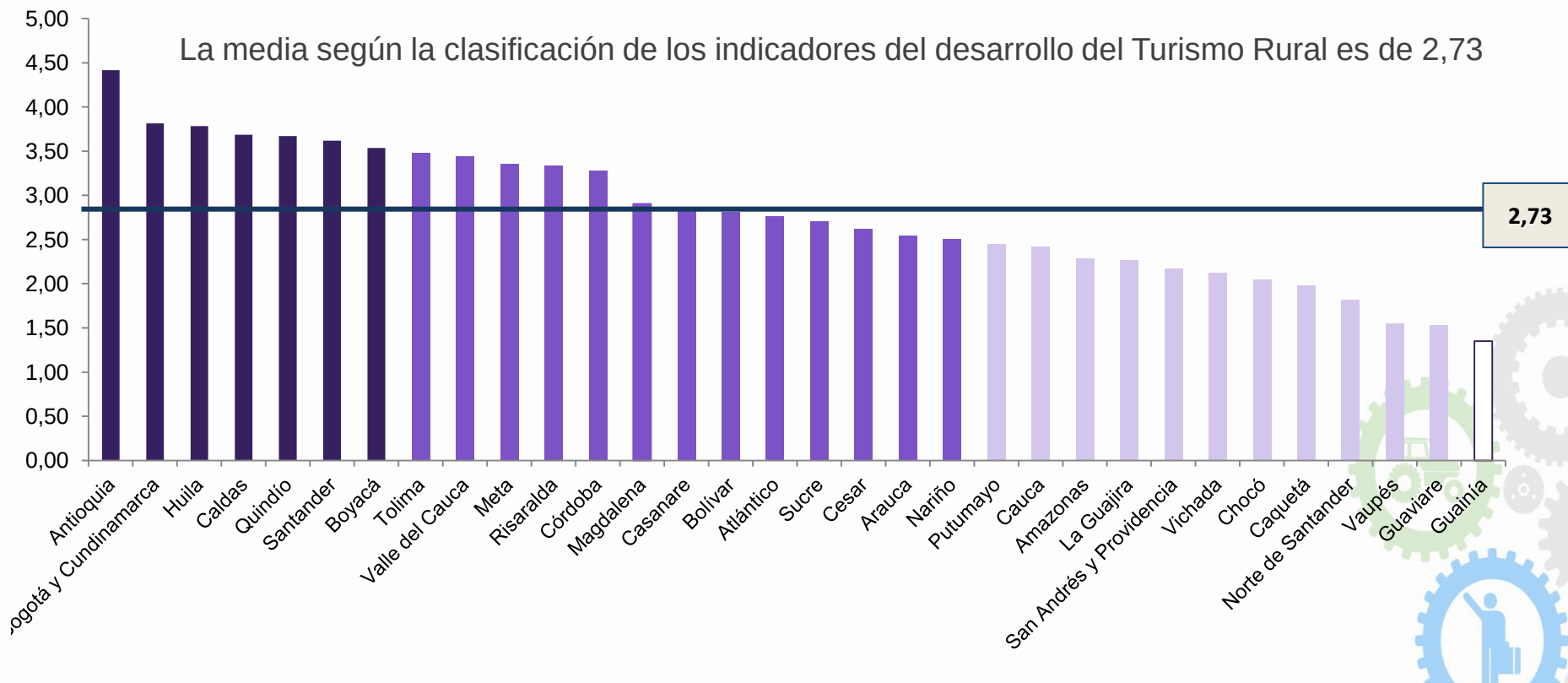
La provincia a destacar es San Andres (4,46), clasificada con nivel de excelencia

Grado excelente/bueno Grado aceptable Grado regular Grado bajo



Diagnóstico Turismo Rural:

La media según la clasificación de los indicadores del desarrollo del Turismo Rural es de 2,73



Es el producto en donde se nota más diferencia en la clasificación, con una media de 2,78 hay departamentos como Guainia (1,34) y Guaviare (1,52) que tienen una clasificación muy baja y el Departamento de Antioquia (4,4) con una clasificación muy alta

Grado excelente/bueno Grado aceptable Grado regular Grado bajo



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Enfoque Regional para Desarrollo de Producto

Tres grandes grupos de trabajo estratégico para organizar de forma priorizada el Plan de Acción de TNC a nivel regional

Estrategia de optimización agresiva para lograr competitividad a muy corto plazo

- Capitalización de los PNN - zonas de amortiguación y AP icónicos
- Recursos diferenciadores de aves endémicas
- Calidad de las playas prístinas de Colombia
- Capitalización de los recursos aspiracionales y diferenciadores

Estrategia de innovación para ampliar producto y mejorar condición competitiva a medio plazo

- Diversificación de la oferta TNC
- Diversificación a partir de haciendas agropecuarias

Estrategia de reposicionamiento, para el aprovechamiento de fortalezas actuales a corto plazo

- Mejoramiento de calidad de oferta del Eje Cafetero
- Calidad de oferta agro-turística para llevarlo a niveles mundiales

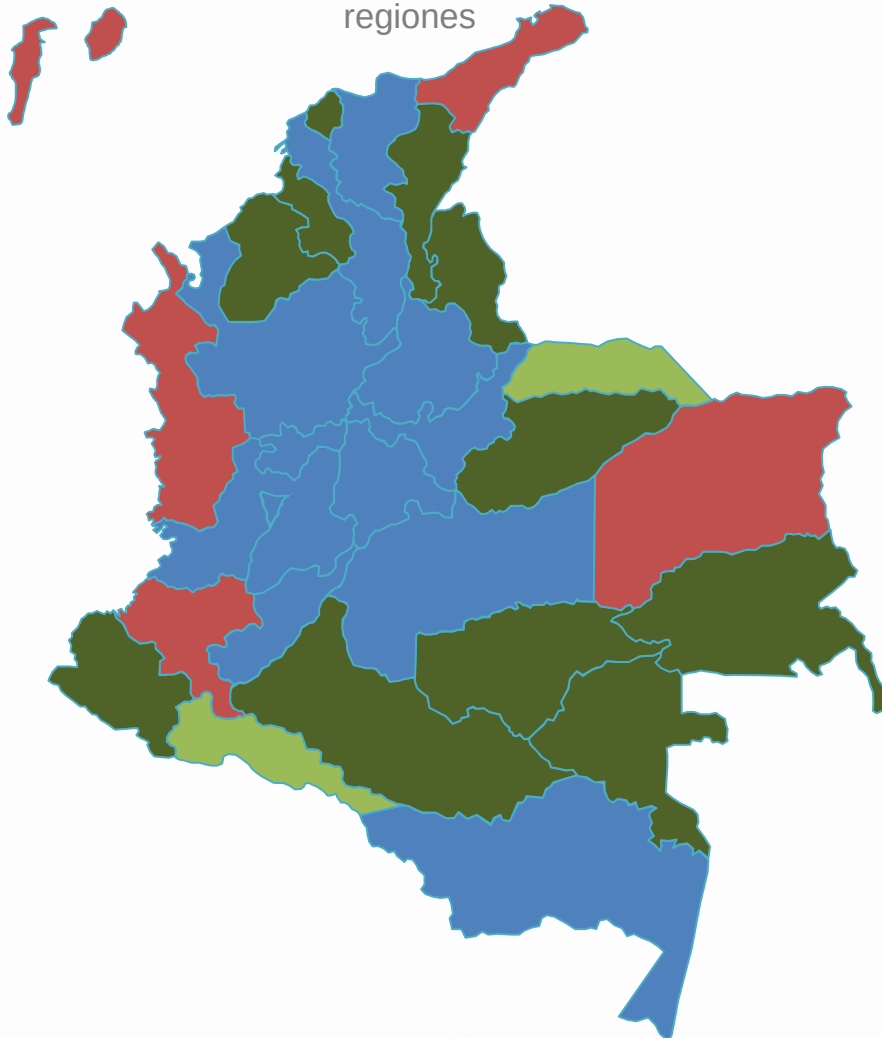


MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

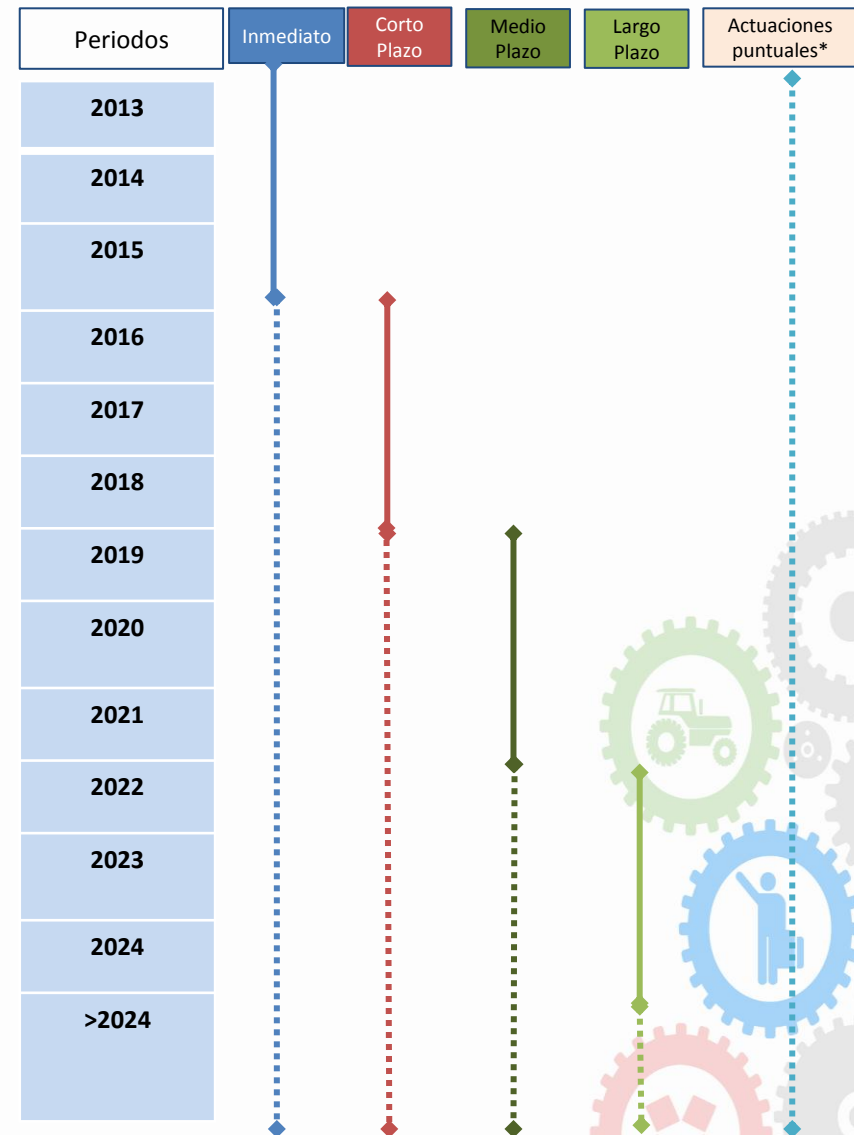
**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Enfoque Regional para Desarrollo de Producto

El cronograma de este mapa solo identifica el departamento en el primer momento que se empieza a desarrollar al menos un producto. Hay cronogramas específicos de implementación por producto en las regiones



Cronograma de Implementación



* Acciones puntuales a lo largo del tiempo de acuerdo a las oportunidades de negocio que ofrezca cada uno de los distintos departamentos

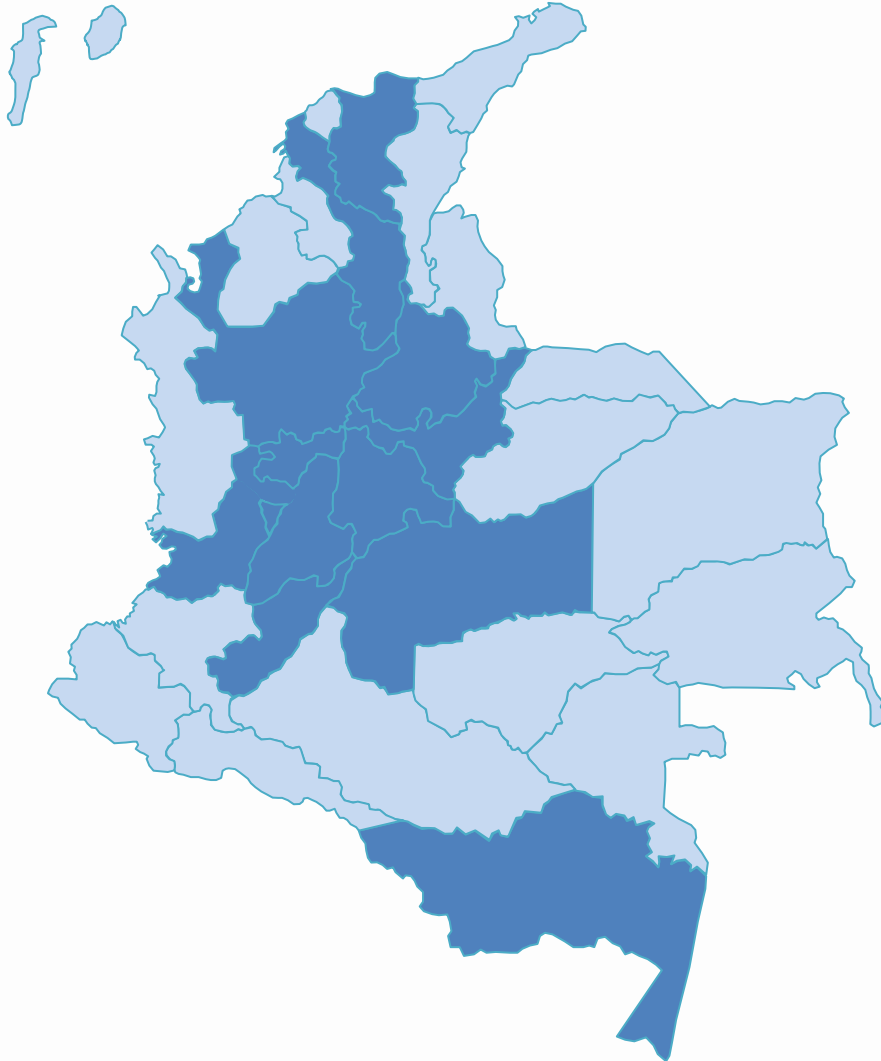


MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Enfoque Regional para Desarrollo de Producto

Priorización Inmediato Plazo (2013 – 2014)



	Producto	Departamento
Ecoturismo	PNN y AP 	Antioquia, Valle del Cauca, Amazonas, Magdalena, Cundinamarca, Meta
	Aves 	Antioquia, Magdalena, Cundinamarca, Caldas, Risaralda, Quindío
Aventura	Aguas continentales 	Antioquia, Amazonas, Magdalena, Cundinamarca, Meta, Santander, Boyacá, Huila, Tolima, Bolívar
	Buceo 	Providencia, San Andrés
Rural	Eje Cafetero 	Caldas, Risaralda, Quindío

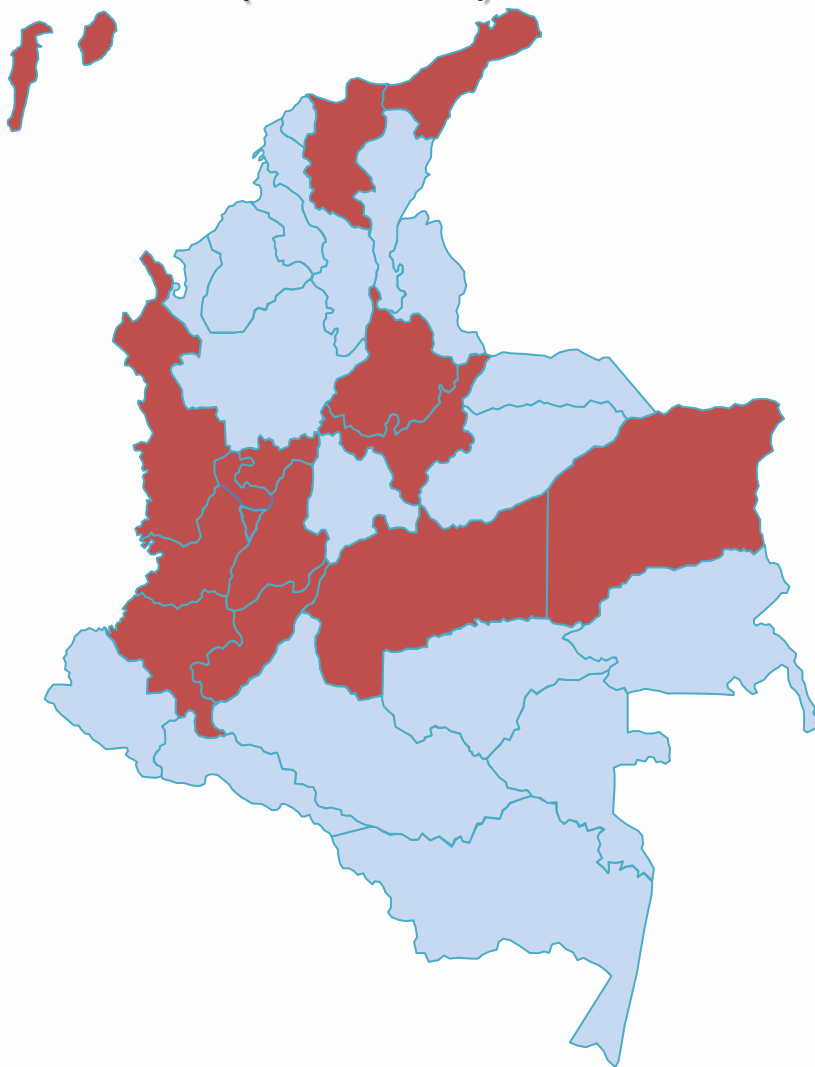


MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Enfoque Regional para Desarrollo de Producto

Corto Plazo (2016-2018): P1-D2/P2-D1



	Producto	Departamento
Ecoturismo	PNN y Zonas de Amortiguación AP 	La Guajira, Santander, Boyacá, Caldas, Risaralda, Quindío, Chocó, Cauca
	Aves 	Santander, Boyacá, Chocó, Cauca, Valle del Cauca, Tolima, Huila, Meta
	Ballenas 	Chocó
	Playas Prístinas 	La Guajira, Chocó, Providencia, Magdalena
Aventura	Aguas continentales 	Caldas, Valle del Cauca, Vichada
	Buceo 	Magdalena
	Valles y montañas 	Santander, Boyacá, Magdalena

Producto-Prioridad 1:Departamento-Prioridad 2

Producto-Prioridad 2:Departamento-Prioridad 1



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Enfoque Regional para Desarrollo de Producto

Medio Plazo (2019-2021): P1-D3/P2-D2/P3-D1



Producto-Prioridad 1:Departamento-Prioridad 3
Producto-Prioridad 2:Departamento-Prioridad 2
Producto-Prioridad 3:Departamento-Prioridad 1

	Producto	Departamento
Ecoturismo	PNN y Zonas de Amortiguación AP 	Caquetá, Guaviare, Vichada, Guainía, César, Atlántico, Norte Santander
	Aves 	Nariño, Vaupés
	Ballenas 	Valle del Cauca, Cauca
	Playas Prístinas 	Valle del Cauca, Cauca, Bolívar, Sucre, Córdoba
Aventura	Aguas continentales 	Guaviare, Guainia, Nariño, César
	Buceo 	Valle del Cauca, Cauca, Bolívar, Sucre, Córdoba, Choco caribe
	Valles y montañas 	Cundinamarca, Tolima, Huila
	Playas Aventuras 	Bolívar, La Guajira, San Andrés
Rural	Hacienda Bienestar 	Cundinamarca, Antioquia, Eje Cafetero (Caldas, Risaralda, Quindío)
	Hacienda actividades tradicionales 	Antioquia, Casanare, Meta

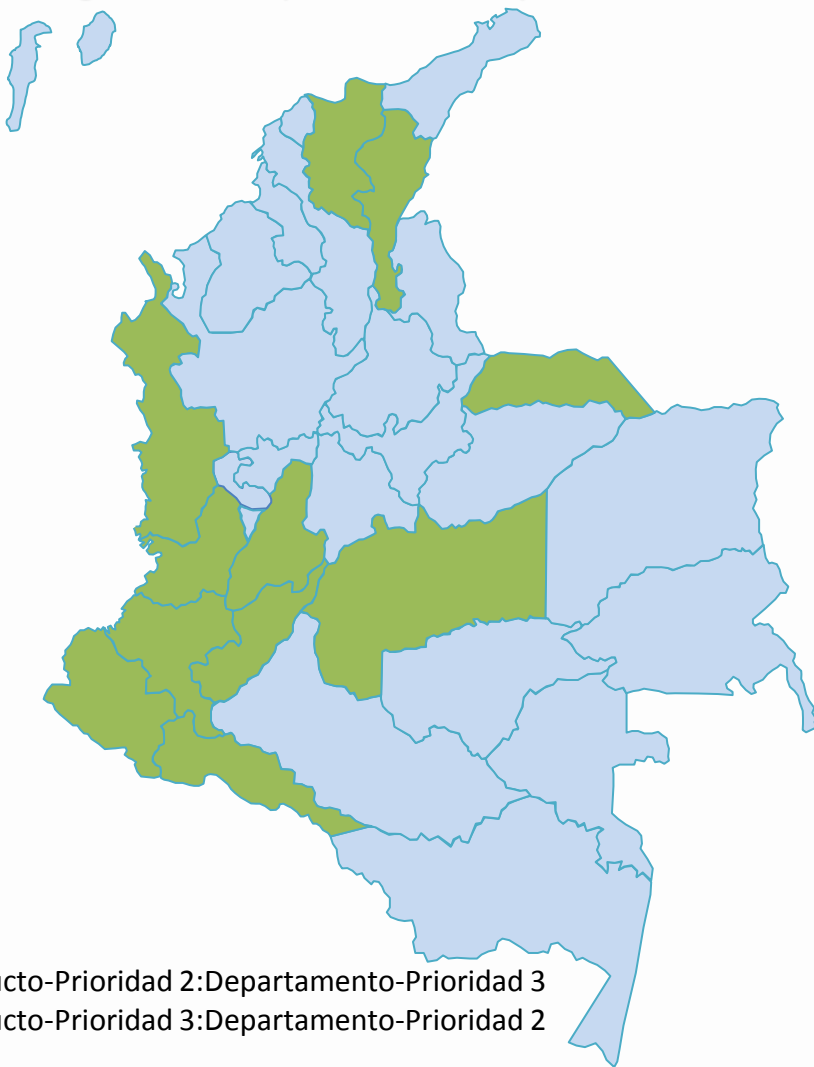


MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Enfoque Regional para Desarrollo de Producto

Largo Plazo (2022-2024): P2-D3/P3-D2



Producto-Prioridad 2:Departamento-Prioridad 3
Producto-Prioridad 3:Departamento-Prioridad 2

	Producto	Departamento
Ecoturismo	Ballenas 	Nariño
	Buceo 	Choco pacífico
Aventura	Valles y montañas 	Macizo Colombiano, César
	Playas Aventuras 	Valle del Cauca
	Hacienda Bienestar 	Valle del Cauca, Huila, Meta
Rural	Hacienda actividades tradicionales 	Arauca, Tolima, Huila, Valle del Cauca

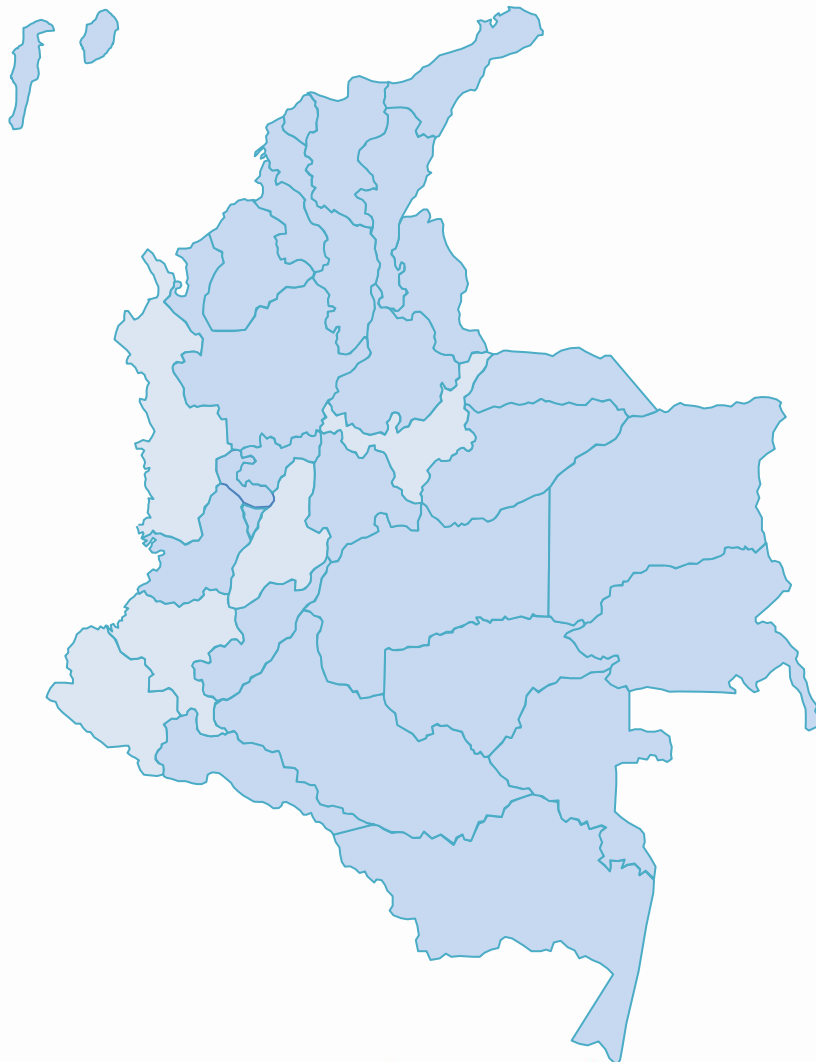


MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

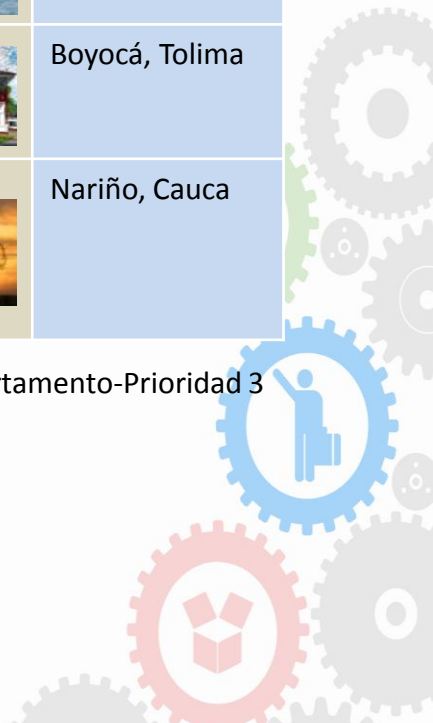
Enfoque Regional para Desarrollo de Producto

Muy largo Plazo (2025-2027): P3-D3



	Producto	Departamento
Aventura	Playas Aventuras 	Choco
	Hacienda Bienestar 	Boyocá, Tolima
Rural	Haciendas actividades tradicionales 	Nariño, Cauca

Producto-Prioridad 3:Departamento-Prioridad 3





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Rol y Oferta

- El Ecoturismo en Áreas Protegidas y Parques Nacionales Naturales como motivación principal de los visitantes internacionales
- Ofrece circuitos de interpretación y Rutas de Áreas Protegidas y Parques, de alto atractivo interpretativo
- A medio y largo plazo agregar otros segmentos especializados destacados mediante la gestión sostenible del área natural en donde se destaca (ej. Recuperación de tortugas, anfibios, orquídeas)

Desarrollo del Plan de Negocio

Calidad del Alojamiento

LUJO	ALTO	ESTÁNDAR	ECONÓMICO
	✓	✓	

Densidad de Alojamiento

- Baja Densidad

Modelo de Alojamiento

- Ecolodges Emblemáticos
- Camping
- Eco-Glamping

Infraestructura

- De alto valor de interpretación; torres de observación, puentes y pasarelas, de alto atractivo e innovación en sí mismas
- Pasarelas y senderos, punto de embarco, tarabitas
- Infraestructura de gestión ambiental (energías alternas, tratamientos de agua y desechos)

Estrategia de Productos

Ecoturismo en PNN y Zonas de Amortiguación AP



Segmentación de mercado

- Modo de viaje GRP y FIT
- Buscadores de Naturaleza
- Todos los segmentos
- Origen internacional y nacional.

Guianza

- Guías Especializados
- Guías Nativos



Rol y Oferta

- Producto con rol motivacional principal
- Ofrece rutas por ríos míticos: Orinoco, Amazonas, Magdalena, caños icónicos así como múltiples actividades de aventura en espacios de agua dulce (pesca, rafting, kayak, hidrospeed, floating, observación de cetáceos, visita a comunidades, entre otros).
- Operaciones de aventura seguras y de calidad internacional

Desarrollo del Plan de Negocio

Calidad del Alojamiento

LUJO	ALTO	ESTÁNDAR	ECONÓMICO
	✓	✓	✓

Densidad de Alojamiento

- Variable según Destino Icónico

Modelo de Alojamiento

- B&B
- Glamping
- Ecolodges emblemáticos
- Ecolodges especializados

Infraestructura

- Señalización de senderos, mapas y rutas estructuradas
- Servicio meteorológico
- Sistema de búsqueda, rescate y comunicaciones
- Infraestructura de gestión ambiental (energías alternativas, tratamientos de agua y desechos)

Segmentación de mercado

- Modo de viaje GRP Especializado y FIT
- Buscadores de Naturaleza—Espíritu Aventurero
- Adultos, Parejas y Familias
- Origen Nacional e Internacional

Guianza

- Guías Especializados
- Guías Nativos

Aventura en Aguas Continentales





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

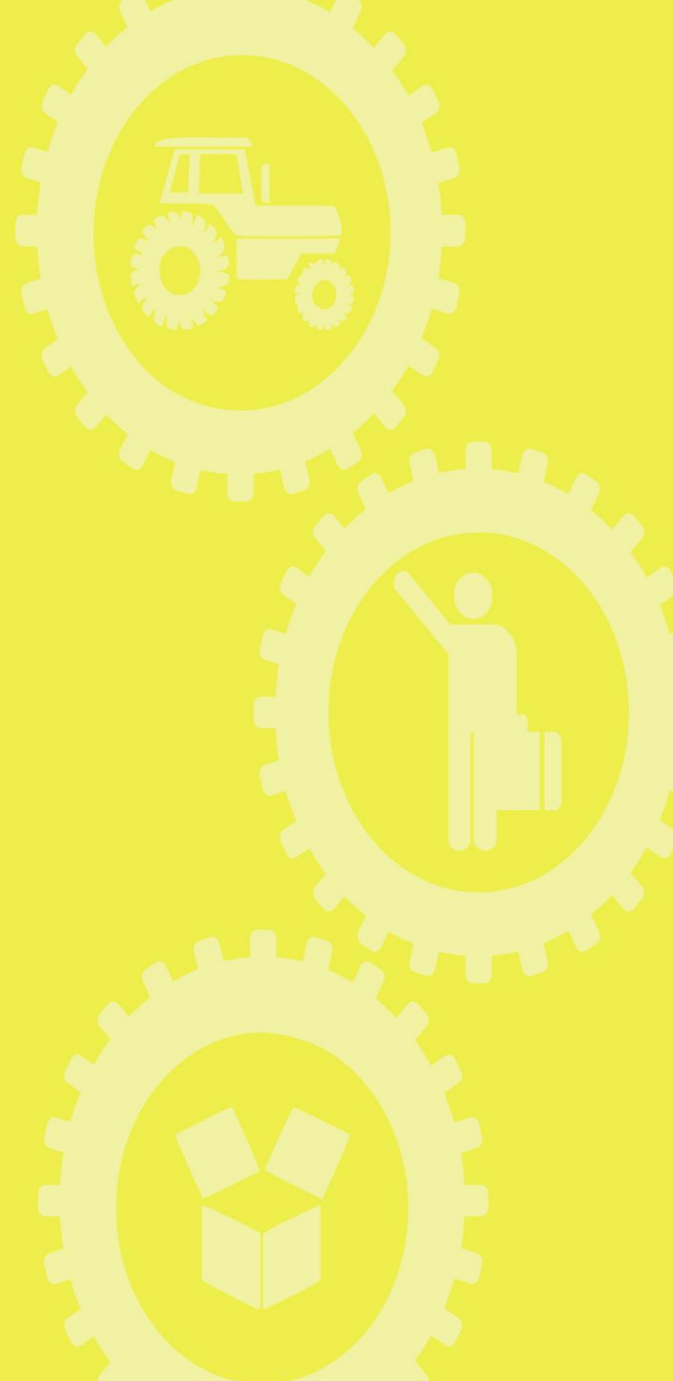
**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Proyectos Bandera para Turismo de Naturaleza



Programa de
**Transformación
Productiva**

Sectores de clase mundial





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Un TNC competitivo implica la implementación de proyectos y equipamientos que generen proyección competitiva, negocio, y dinamización local

Eco Alojamientos
(ecolodges)

Centro de
Atención al
Visitantes (CAVs)





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Proyecto Bandera - Ecolodges

¿Qué es un ecolodge?

Eco Alojamientos
(ecolodges)

Pequeño alojamiento en áreas naturales o protegidas que persigue:

- un mínimo impacto ambiental
- ser sostenibles, tanto en su construcción como en sus operaciones
- la integración en el hábitat y la comunidad en la que se encuentran
- el confort adecuado para sus huéspedes
- ser un punto de base para la interpretación y disfrute de la naturaleza





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Proyecto Bandera - Ecolodges

Para consolidar su competitividad en TN, Colombia debe enfocar su desarrollo de lodges sobre cuatro tipologías adaptadas a su oferta turística



Eco-lodge Tradicional

Pequeños alojamientos en áreas naturales o protegidas que persiguen un mínimo impacto ambiental, la sostenibilidad, la integración en el hábitat en el que se encuentran, la interpretación de la naturaleza y el confort adecuado para sus huéspedes.



Eco-lodge especializados

Es un ecolodge con una oferta turística enfocada en una actividad puntual (observación de aves; buceo; etc.)



Eco-lodge Emblemático

Ecolodge que por sus características naturales, sociales o arquitectónicas se transforma en icónico y aspiracional para el visitante



Eco-Glamping

El 'glamping' permite planificar viajes en la naturaleza con las comodidades de un hotel pero al estilo camping, cumpliendo con los estándares de sostenibilidad, y con equipos flexibles, móviles, temporales y de construcción liviana

Todas las tipologías cumplen con los principios básicos, y pueden ser el punto de partida para el desarrollo de una clasificación nacional de Ecolodges de Colombia



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Conceptualización de las tipologías de Ecolodge que se adaptan a la oferta turística de TNC de Colombia

Ecolodge Tradicional



Ecolodge Especializado



Ecolodge Emblemático



Glamping



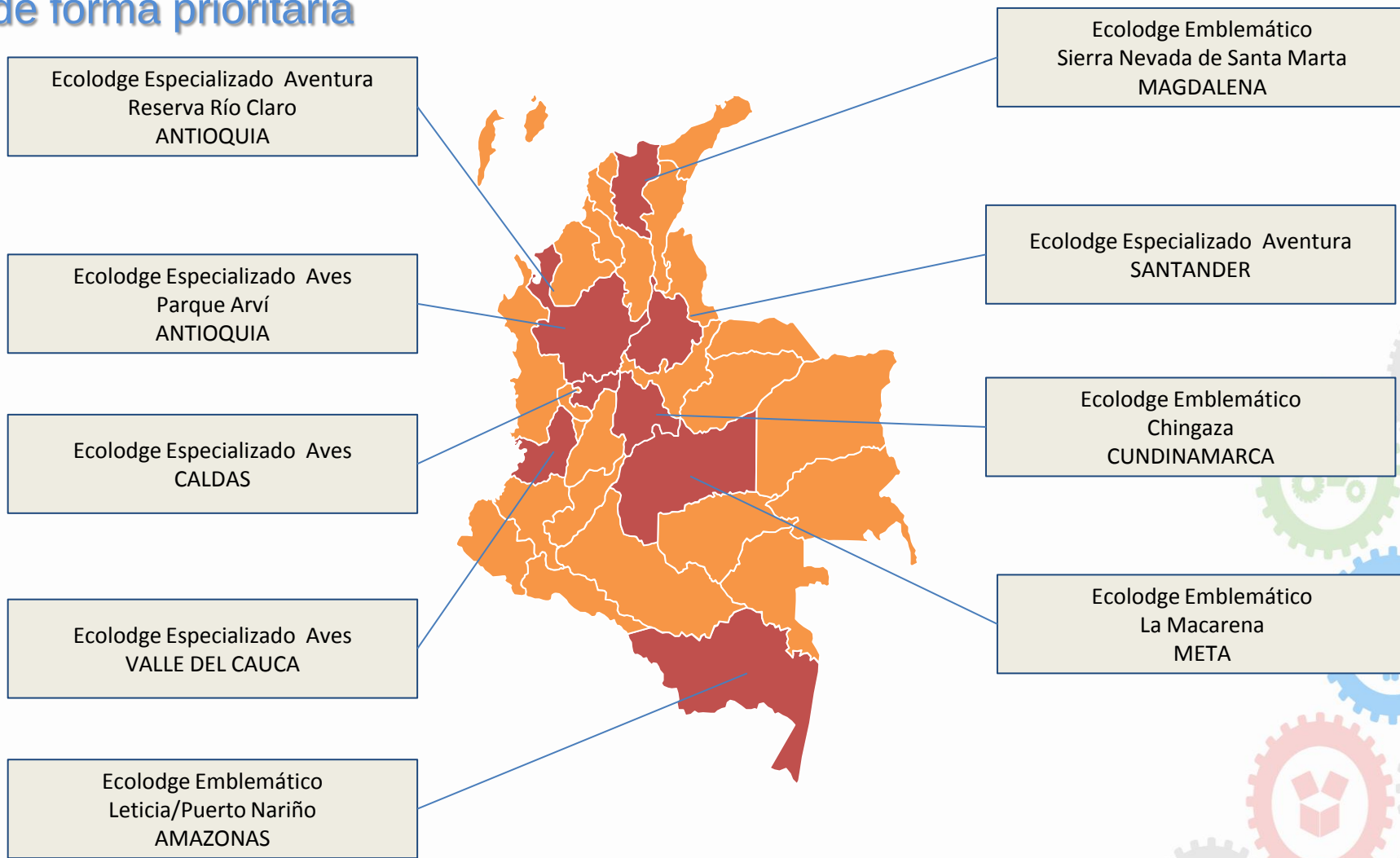
Ejemplo Características básicas conceptuales de Ecolodge

- **Concepto general:** integrado dentro del entorno natural e incorporando principales elementos de cultura.
- **Alojamiento:** la oferta alineada con la especialidad, sea en decoración (según temas, ecosistemas, etc.), el tipo constructivo local (uso de material o técnicas locales), o la actividad (habitaciones elevadas con ventanales para avistamientos)
- **Gastronomía:** Debe expresar “localidad” (recetas locales) o adecuación a la actividad (horarios de desayuno para avistadores de aves, dieta hipercalórica para montañistas, alimentación ligera de marcha, etc.)
- **Actividades recreativas:** se orientan a crear espacios o momentos de encuentro en torno a la especialización del lodge, el Ecoturismo, sea con temática local o de la actividad.
- **Actividades especializadas:** se ofrece equipos, estructuras e infraestructuras adecuadas a la especialización del Buceo, entre los que se encuentra un centro de interpretación.





Ubicación de los posibles proyectos de turismo de naturaleza a desarrollar de forma prioritaria





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

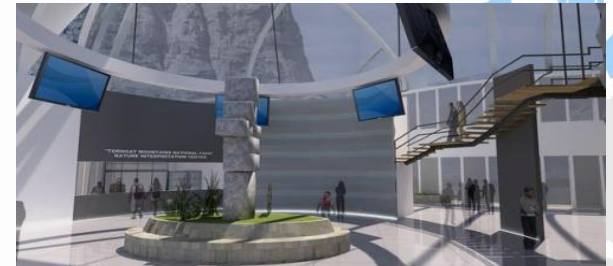
**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Proyecto Bandera – Centro de Atención a Visitantes

¿Qué es un Centro de Atención al Visitante?

Centro de
Atención al
Visitantes (CAVs)

- Espacio de primer contacto del visitante con un área natural estructurada como parque delimitado, sea un área protegida, parque nacional, parque de interpretación o parque temático de naturaleza.
- Se organiza y estructura para cumplir un triple rol:
 - ✓ de bienvenida y acogida al visitante;
 - ✓ de proveedor de servicios y atención de necesidades del visitante en un espacio concentrado;
 - ✓ de asistencia de salida y despedida de los visitantes
- Debe situarse inmediatamente al ingreso, y puede estar coordinado con otros puntos menores de atención al visitante en distintos sitios del área natural a visitar.
- Congrega diferentes servicios dirigidos al visitante para disfrutar de la experiencia completa durante todo el proceso de su visita.
- El CAV de naturaleza, por su concepción y función, debe respetar todos los principios del ecoturismo y la sostenibilidad en su construcción, gestión y operación.





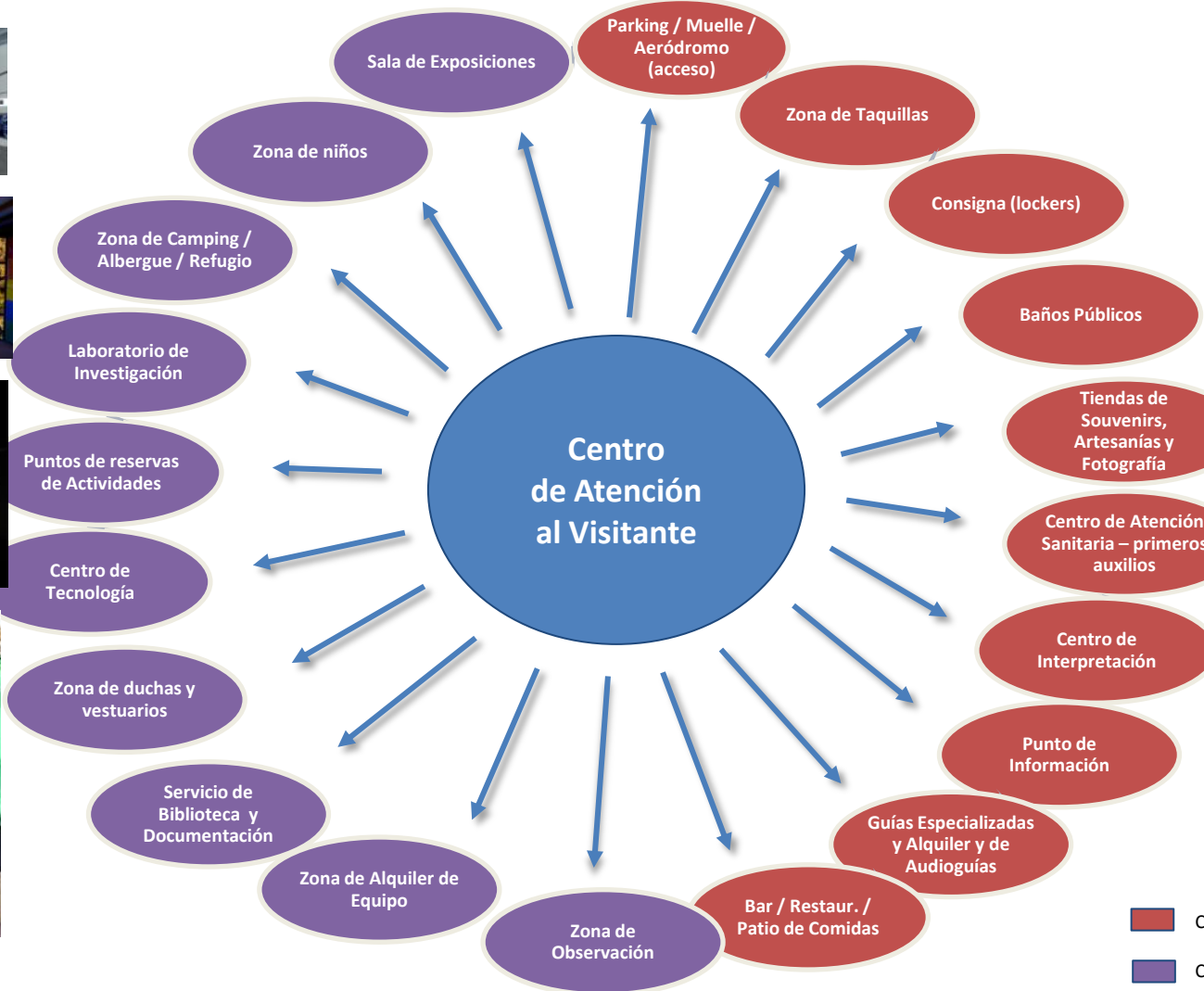
MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Centro de Atención al Visitante

El CAV está integrado por diversos componentes que enriquecen la visita de los turistas, algunos de

Componentes del Centro de Atención al Visitante



 Componentes Obligatorios

 Componentes Opcionales



Componentes del CAV – El Centro de Interpretación (CI) es un componente obligatorio y fundamental de un centro de visitantes de turismo de naturaleza, que se complementa con la labor de los guías especializados

Centro de Interpretación

- Centro tematizado e interactivo: conocer, interpretar e interiorizar aspectos fundamentales de cultura local y naturaleza.
- Áreas de interpretación de elementos, contenidos y atractivos que posteriormente se encontrarán en el área natural; y áreas con interpretación del entorno.
- Innovación: clave en desarrollo del centro, para actualización constante de contenidos interpretativos sin grandes inversiones .
- Debe estimular convenientemente el máximo número de sentidos (10 sentidos)
- Se divide en espacios / zonas / ambientes dentro de los que el visitante podrá experimentar con diferentes actividades.





Componentes del CAV - el CI permite estimular los diez sentidos del visitante, abriendo su capacidad de percepción e internalización de conceptos y experiencias de la naturaleza

SENTIDOS FÍSICOS

Oído → Sonido de pájaros, insectos, ballenas, sonido de cascadas, tormentas....

Tacto → tacto de cortezas de árboles, rocas, grosor de arena, etc.

Vista → Vídeo de especies animales, el parque visto desde el aire, vídeos de experiencias grabadas con cámaras "GoPro"...

Olfato → Olor del café y otros alimentos de las diferentes regiones, olor a hierba...

Gusto → Cata a ciegas de productos regionales, frutas, plantas



SENTIDOS EMOCIONALES

Termocepción → Experimentar las temperaturas a las que se encuentra el agua de los ríos o lagos, temperatura de plantas e insectos, etc.

Cronocepción → experimentar el paso del tiempo en la vida silvestre; etc.

Equilibrio → balanceos en la naturaleza, experiencia de escalada; etc.

Propiocepción → estimulación de las partes del cuerpo y la sensación de los músculos a partir de posturas generadas en la naturaleza

Nocicepción (o sentido del dolor)
→ experimentar empáticamente el dolor de fauna y flora por impactos del hombre; etc.



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Conceptualización del CAV

Componentes del CAV – el CI es una excelente oportunidad para que el visitante experimente de forma concentrada una gran variedad de actividades del área

**EJEMPLO DE
COMPONENTES**





El Modelo de Negocio se puede desagregar en cuatro niveles antes de llegar al visitante, donde cada uno juega un rol y tiene una relación económica relevante en el CAV



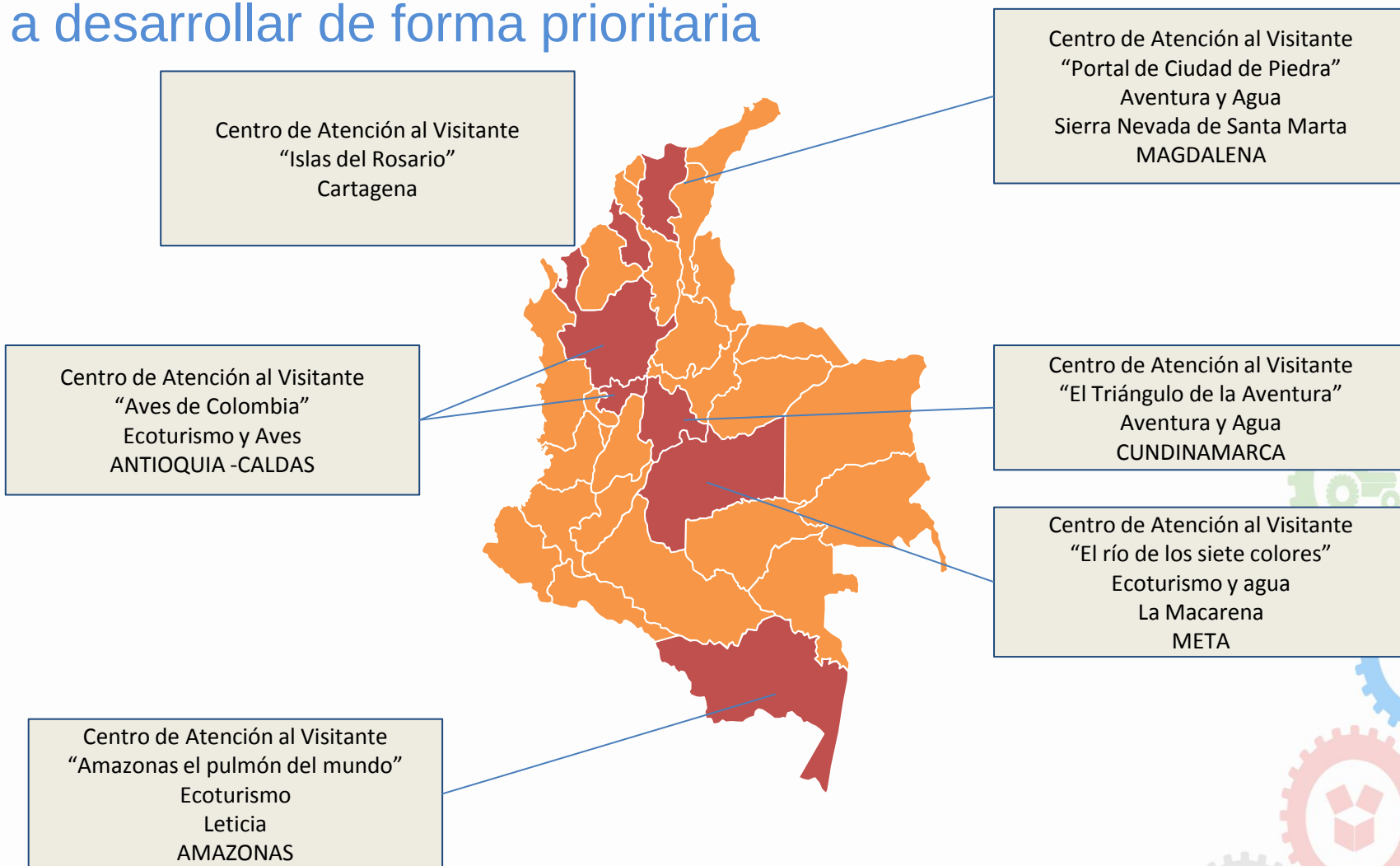


MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Proyecto Bandera – Centros de Atención al Visitante

Ubicación de los posibles proyectos de turismo de naturaleza a desarrollar de forma prioritaria





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

¿ QUE SIGUE?

PLAN DE ACCIÓN

Nacional: Ejes Competitivos

Regional: Plan de trabajo enfocado a
producto

Alianza Público - Privada

Jaime Polanco

Director Macro Sector Servicios

jaime.polanco@ptp.com.co

Constanza Olaya

Coordinador Turismo Naturaleza

constanza.olaya@ptp.com.co

Programa de Transformación Productiva

Teléfono (57) (1) 7491000

Calle 28 No. 13 A - 15 Piso 37

Bogotá - Colombia

www.ptp.com.co

@PTPColombia



MinCIT

Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**



Programa de
**Transformación
Productiva**

Sectores de clase mundial