Libertad y Orden

DNP
DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

NOTA: El presente documento es una versión preliminar, resultante de la realización de diferentes talleres y jornadas de trabajo con los actores públicos y privados del turismo y es un documento en construcción, que se somete a consulta pública como instancia final para recibir aportes, comentarios y sugerencias, cuya incorporación, tras evaluación de contenidos y ajustes metodológicos, estará a cargo del equipo técnico conformado por el DNP y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, responsable de la elaboración de la versión final del Plan Sectorial de Turismo 2014-2018.

Esperamos recibir más insumos que enriquezcan los contenidos del PST, y hacer de éste, una construcción colectiva de país.

El plazo máximo para hacer sus aportes el martes 15 de Julio de 2014 a las 18:00 horas, al correo bperez@mincit.gov.co

---

PLAN SECTORIAL DE TURISMO

2014 - 2018

"Turismo: herramienta de apoyo para la construcción de la paz en Colombia"

Bogotá D.C., marzo de 2014

PLAN SECTORIAL DE TURISMO
2014-2018

"Turismo: herramienta de apoyo para la construcción de la paz en Colombia"

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
VICEMINISTERIO DE TURISMO

Ministro de Comercio, Industria y Turismo

Viceministro de Turismo

Directora de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo

Director de Análisis Sectorial y Promoción Turística

Coordinador Grupo de Planificación y Desarrollo Sostenible del Turismo

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN

Director General

Subdirector General

Director de Desarrollo Empresarial

Subdirector de Política Industrial y Comercial

Coordinador Grupo de Regulación y Ambiente de los Negocios

Investigación y textos
Maria Elvira Riveros
Beatriz Helena Pérez Rosas

Bogotá, Colombia
2014

Documento de propuesta

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad de honda repercusión social, cultural y económica a nivel regional. En los últimos años se desplazaron por Colombia por motivos turísticos más de tres millones de visitantes por año en promedio lo que ha permitido su dinamización a nivel regional.

EL desarrollo del turismo como industria en el país comenzó a visibilizarse en la economía en la década de los setenta. Un primer antecedente fue la expedición de la ley 60 de 1968 que determinó la importancia del turismo como generador de divisas, empleo y como industria fundamental para el desarrollo económico del país.

Desde el punto de vista de la planificación, el artículo 339 de la Constitución Política de Colombia determinó a nivel nacional la obligación de elaborar un plan nacional de desarrollo y, a nivel regional, estableció que las entidades territoriales deberían elaborar y adoptar de manera concertada entre ellas y el gobierno nacional, planes de desarrollo, con el objeto de asegurar el uso eficiente de sus recursos y el desempeño adecuado de las funciones que les hayan sido asignadas por la Constitución y la ley. Igualmente en el artículo 300 se estableció que corresponde a las Asambleas Departamentales, por medio de ordenanzas, entre otras, expedir las disposiciones relacionadas con la planeación, el desarrollo económico y social, el apoyo financiero y crediticio a los municipios, el turismo, el transporte, el ambiente, las obras públicas, las vías de comunicación y el desarrollo de sus zonas de frontera.

En este mismo sentido la Ley 152 de 1994 por medio de la cual se estableció la ley Orgánica del Plan de Desarrollo, en sus principios generales consagró elementos como la autonomía de las entidades territoriales, en coordinación, concurrencia, subsidiariedad, complementariedad con la Nación y la búsqueda de desarrollo armónico de las regiones. En el desarrollo de este marco normativo en 1995 dentro el Plan Nacional de Desarrollo aprobado por la ley 188, en el artículo 20 de esta ley se estableció que las acciones que se desarrollen en el sector turismo se encaminarían a fortalecer la competitividad, de tal manera que se generen condiciones favorables para su desempeño con clara preservación de los valores sociales, culturales y ambientales del país.

Con la expedición de la Ley 300 de 1996 se determinó que el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y provincias y, debe contener los elementos que permitan fortalecer la competitividad del sector, con el objetivo de que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental. A nivel regional se estableció que corresponde a los

Departamentos, a las Regiones, al Distrito Capital, a los Distritos, Municipios y a las comunidades indígenas, la elaboración de Planes Sectoriales de Desarrollo Turístico con fundamento a lo establecido en la mencionada ley y debe seguir el mismo mecanismo establecido en el artículo 9º, numeral 1º, de la Ley 152 de 1994 para la conformación del Consejo Nacional de Planeación. En materia de planificación dispuso la armonización de las actividades turísticas con el plan sectorial de turismo, el cual debe formar parte del plan nacional de desarrollo, también estableció que la preparación del Plan Sectorial de Turismo debe seguir el procedimiento establecido en el artículo 339 de la Constitución Nacional, que se coordinará con el Departamento Nacional de Planeación y con las entidades territoriales y formará parte del Plan Nacional de Desarrollo, previa aprobación del Conpes.

De acuerdo con lo anterior, y según lo dispuesto en artículo 7 del Decreto 2785 de 2006, corresponde al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo "coordinar la elaboración del Plan Sectorial de Turismo de acuerdo con los artículos 1, 2, 16, 29, 30 y 33 de la Ley 300 de 1996 y demás normas que la modifiquen".

2. CONTEXTO

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con los desplazamientos de las personas a destinos que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio, lo que hace que genere impactos en las economías de los países receptores y emisores, en el entorno natural, en los destinos y en la población receptora. Esta diversidad de impactos hace necesario que los procesos de planificación aborden dinámicas globales de desarrollo, gestión y supervisión. (OMT, 2008, p. 1)

De acuerdo con lo anterior, desde el punto de vista social existen elementos que favorecen las condiciones para el desarrollo del turismo. Condiciones de bienestar de la población pueden dinamizar o no el turismo tanto en los mercados emisores como receptores. De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en su estudio sobre el Panorama Social de América Latina "el producto por habitante de América Latina y el Caribe creció un 4,5% en 2010, un 3,2% en 2011 y solo un 1,9% en 2012, año en que se deterioró la economía mundial", (Cepal, 2013, p. 17); no obstante lo anterior, las tasas desempleo registraron una leve disminución de 6,7% al 6,4%, las tasas de inflación en promedio registraron disminución y el poder adquisitivo de los salarios se mantuvo o aumento en la mayoría de los países, siendo Venezuela (6%), Brasil (4%), Guatemala (4%), Uruguay (4%),Chile (3%) y Panamá (3%) los de mayor crecimiento (Cepal, 2013, p. 49) lo que favorece las condiciones para que mercados como el venezolano, chileno y panameño continúen consolidándose en el panorama turístico colombiano. En lo que tiene que ver con la pobreza, en este mismo estudio se destaca la caída acumulada de la pobreza en cerca de 15,7

puntos desde 2002 lo que sumado a los anteriores indicadores, permiten prever condiciones favorables para dinamizar los flujos de viajeros en Latinoamérica, principal mercado del turismo colombiano.

En lo que tienen que ver con lo económico, las predicciones del Fondo Monetario Internacional apuntan a un crecimiento promedio superior al 3,0% de la actividad mundial, influenciada por la recuperación de las economías de los países desarrollados cuyas predicciones de crecimiento para los próximos dos años están entre el 1 y el 3 por ciento y el repunte de las exportaciones de las economías emergentes con crecimiento superiores al 4%, lo que representa una oportunidad y reto para los países receptores de turistas, para dinamizar los flujos de visitantes fortaleciendo las bases del desarrollo turístico de tal forma que faciliten el desarrollo sostenido del turismo en los próximos años. No obstante lo anterior, este organismo considera que para el caso latinoamericano, principal mercado turístico del país, es difícil que se mantenga la fuerte dinámica de crecimiento que se venía registrando en la última década.

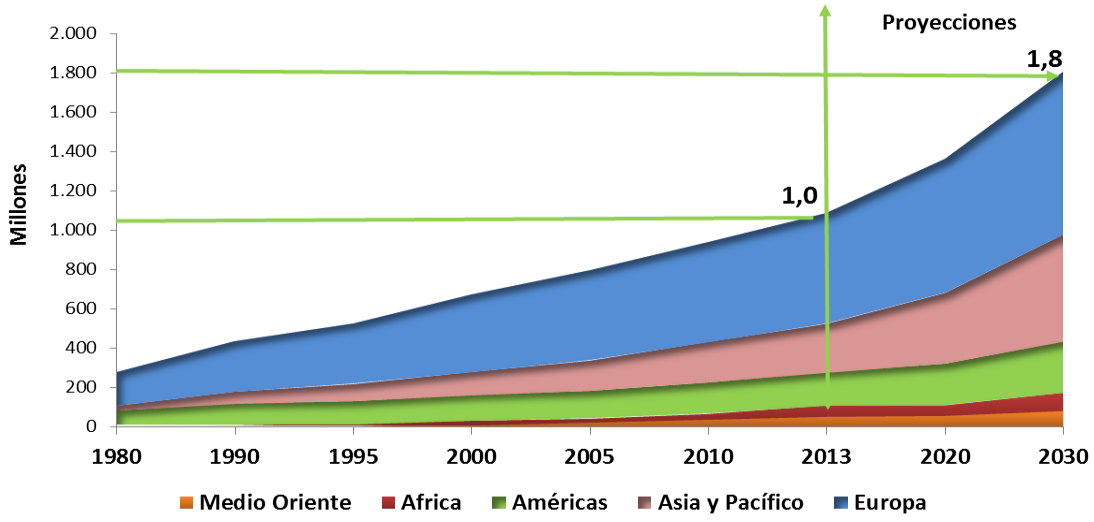
El nuevo entorno caracterizado por una globalización y apertura de mercados han llevado a una pluralidad de las sociedades con un matiz de manifestaciones culturales que desde el punto de vista turístico se constituyen en importantes oportunidades de conocimiento y vivencia, realidades que se integran a la motivación turística y que en la medida que se traduzcan en sistemas culturales pueden llegar a constituirse en importantes motivadores de la actividad turística. No obstante lo anterior, estas realidades en el plano turístico no pueden ser ajenas a los que autores como García Canclini, denomina desterritorialización de los procesos simbólicos en donde los impactos del turismo generan según el mismo autor la disolución de la conexión tradicional con determinados territorios geográficos, (García Canclini, 1990, p.264).

Desde el punto de vista turístico, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo OMT, El turismo es un sector que ha impactado favorablemente las economías de los países hasta llegar a representar cerca del 9% del PIB mundial, generando uno de cada 11 puestos de trabajo y siendo uno de los renglones más importantes del sector exportador de muchos países tanto desarrollados como en vía de desarrollo. Desde el punto de vista de su caracterización para los próximos años se prevé la universalización en su acceso, la personalización de los viajes; el aumento de las demandas por lo auténtico; la mayor exigencia por destinos y servicios sostenibles y responsables con el medio ambiente, la cultura y la calidad de vida de las comunidades receptoras; la relevancia que van a alcanzar mercados emergentes como el de oriente; la importancia de las regiones como dinamizadoras de la actividad; la tendencia a viajes más cortos pero más intensos en experiencias; el papel protagónico que alcanzaran las TIC's y las redes sociales y la consolidación de los consumos responsables.

De acuerdo con el estudio elaborado por este Organismo denominado El turismo hacia 2030 se prevé un crecimiento sostenido en las próximas dos décadas con

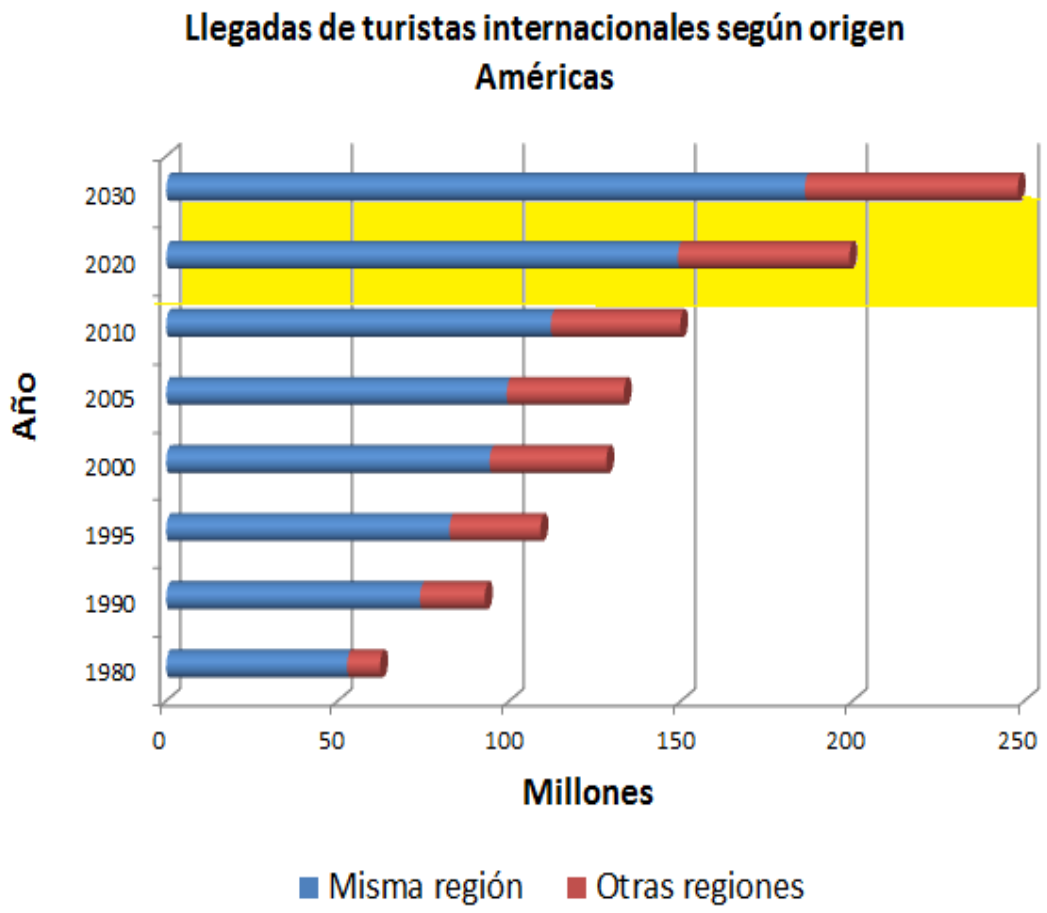
un crecimiento promedio de 3,3% por año y en donde las economías emergentes de América Latina, Asia, Europa Central y del Este, África y Medio Oriente entraran a jugar un papel protagónica en el mapa turístico mundial superando en 2030 el 50% de la cuota de mercado. Para el 2020 se espera que el número llegue a cerca de 1,4 billones, 1,5 billones en 2023 y 1,8 billones en 2030. Igualmente a partir de 2015 se espera que las llegadas internacionales a las economías emergentes superen las llegadas a las economías avanzadas.

Llegadas de turistas internacionales
1980 – 2030



Fuente: Organización Mundial del Turismo

Se prevé que el mercado de Asia y el Pacífico, tendrá un aumento en las llegadas de 331 millones en los próximos 20 años, pasando de 204 millones en 2010 a 535 millones en 2030. En Medio Oriente y África, también se espera más del doble de las llegadas en este periodo, pasando de 61 millones a 149 millones y 50 millones a 134 millones respectivamente. En Europa los cálculos apuntan a que de 475 millones de llegadas se pase a 744 millones y en las Américas de 150 millones a 248 millones. El estudio también plantea la desconcentración de los destinos dada por el incremento que las regiones están realizando para el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de las llegadas dentro de la misma región.

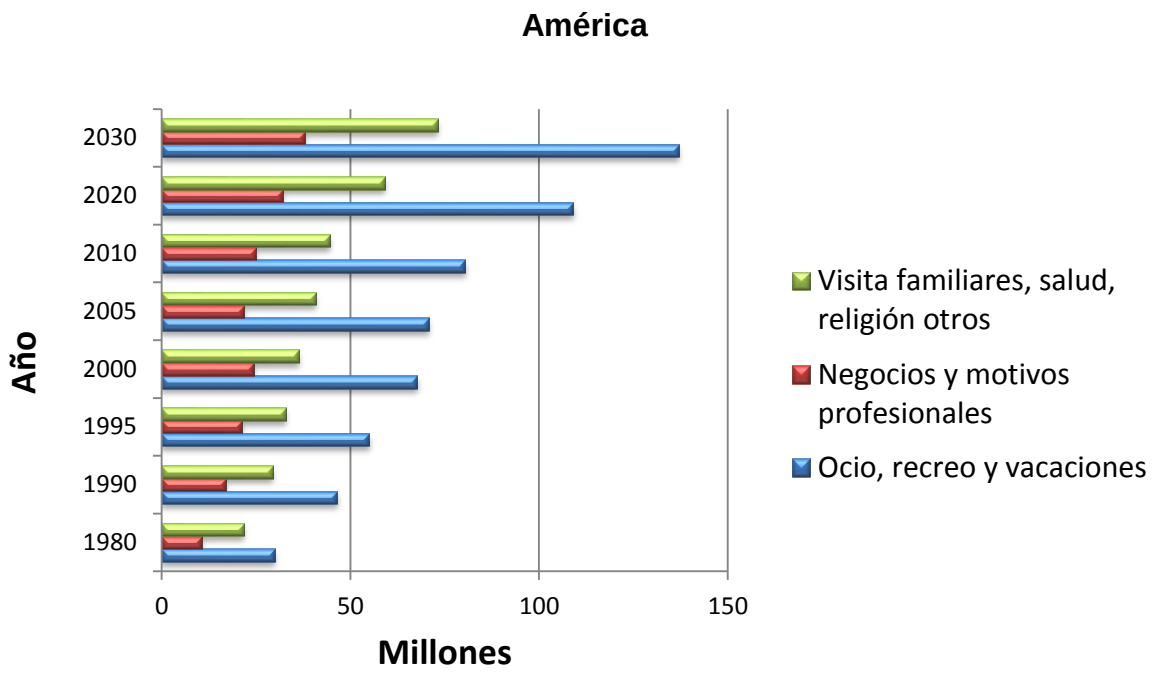


Fuente: Organización Mundial del Turismo. Cálculos Viceministerio de Turismo

Se espera que el transporte aéreo como medio de desplazamiento de los turistas tenga un ligero crecimiento en los próximos años, pasando de un promedio de 3,2% a 3,4% hasta llegar a representar en 2030 el 52% de las llegadas internacionales. En 2020, el 60% de los desplazamientos se realizarán por aire y el 40% por vías terrestres y acuáticas.

Por motivos de viaje, los relacionados con la visita a familiares y amigos, la salud y religión crecerán en promedio al 3,5% anual hasta llegar a representar en 2030 el 31% del total. Los viajes de negocio y profesionales en el mismo período se espera que representen el 15% con un crecimiento de 3,1% y los de ocio, recreo y vacaciones el 54% con crecimientos de 3,3%.

Llegadas de turistas internacionales según motivo de viaje



Fuente: Organización mundial del turismo

Un aspecto que resalta el estudio es la importancia es el desarrollo sostenible del turismo como principio de todas las actuaciones dado el impacto que este sector genera en lo social, en lo económico y en lo ambiental.

Desde el punto de vista cualitativo, la apertura de mercados, los procesos de globalización e integración han generado cambios no solo en el entorno de las

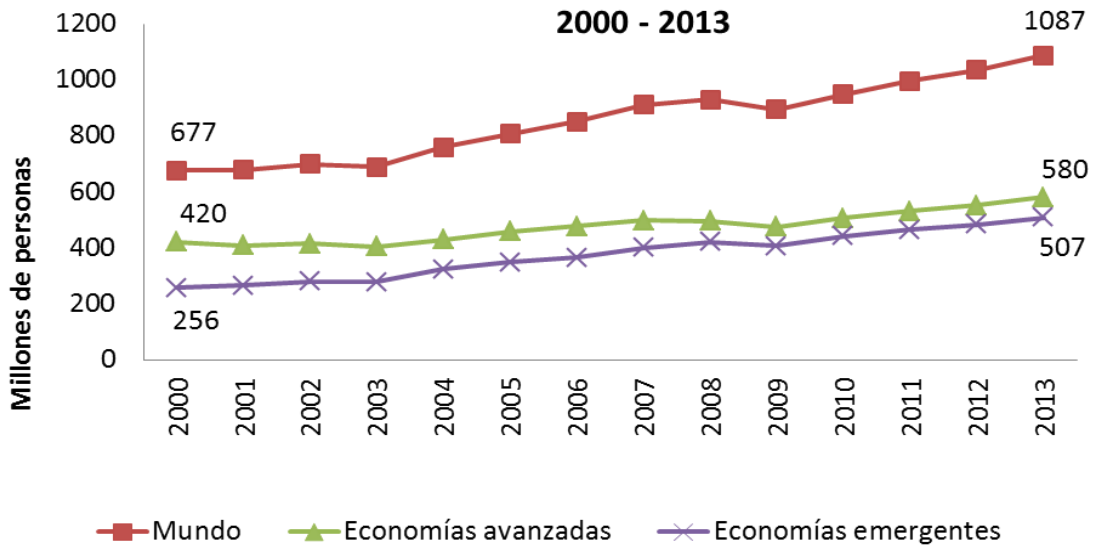
organizaciones sino también al interior de las mismas. La incorporación de las nuevas tecnologías de la información y comunicaciones en las industrias turísticas exigen cada día incorporar nuevas herramientas, métodos de trabajo y formas de dirección hasta llegar " *a orientarse hacia la prestación de un servicio integral y específico a cada cliente, poseyendo unas instalaciones con un gran contenido tecnológico y ecológico y contando con unos empleados dotados de unas competencias, ya sean específicas o transversales, que les permitan dar un trato profesional y personalizado a sus clientes optimizando tanto los recursos tangibles como los intangibles que posea la empresa.*" (Rodríguez, 2009, p. 20).

Los constantes cambios en el micro y macro entorno, en las preferencias de los consumidores exigen el fortalecimiento de la competitividad de los destinos y las empresas en donde las políticas de diseño de producto, promoción y comercialización y calidad alcanzan importante relevancia.

2.1. Panorama Internacional

De acuerdo con las cifras preliminares de la Organización Mundial del Turismo, en 2013 las llegadas de visitantes en el mundo registraron un incremento del 5% al pasar de 1035 millones en 2012 a 1087 en 2013, lo que represento 52 millones más de turistas de los cuales el 53,4% correspondió a economías avanzadas y el 46.6% a emergentes.

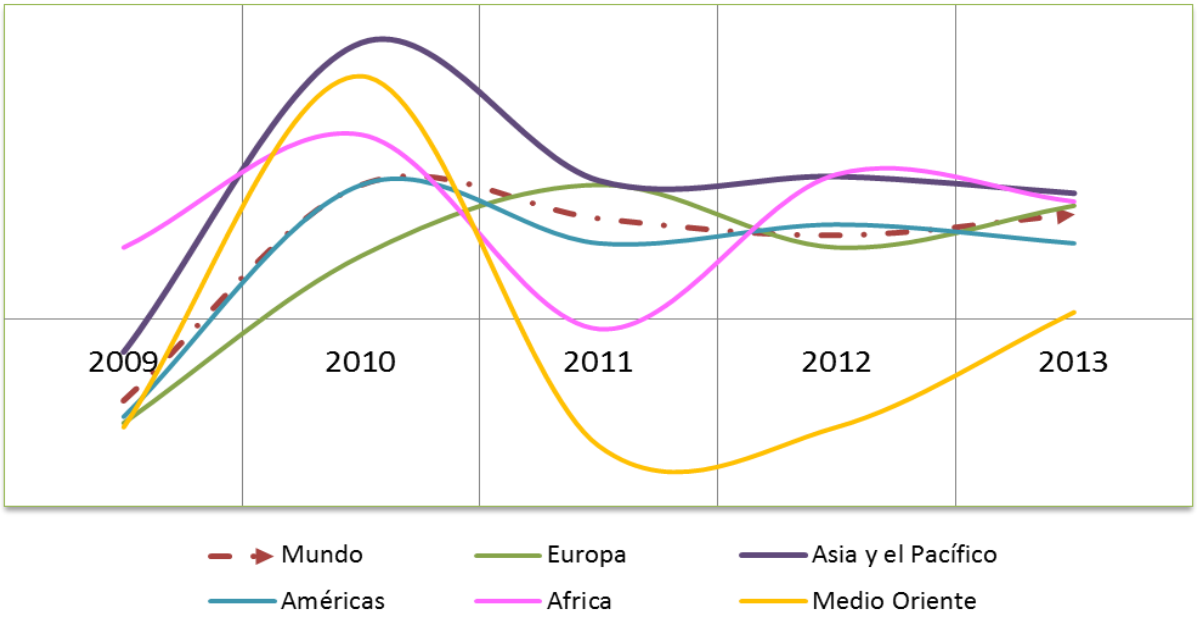
Llegadas de turistas internacionales en el mundo



Fuente: Organización Mundial del Turismo OMT. Cálculos Viceministerio de Turismo

Los destinos de Europa (5,4%), Asia y Pacífico (6,0%) y África (5,6%), registraron crecimientos por encima del promedio mientras que América (3,6%) y Medio Oriente (0,3%) estuvieron por debajo.

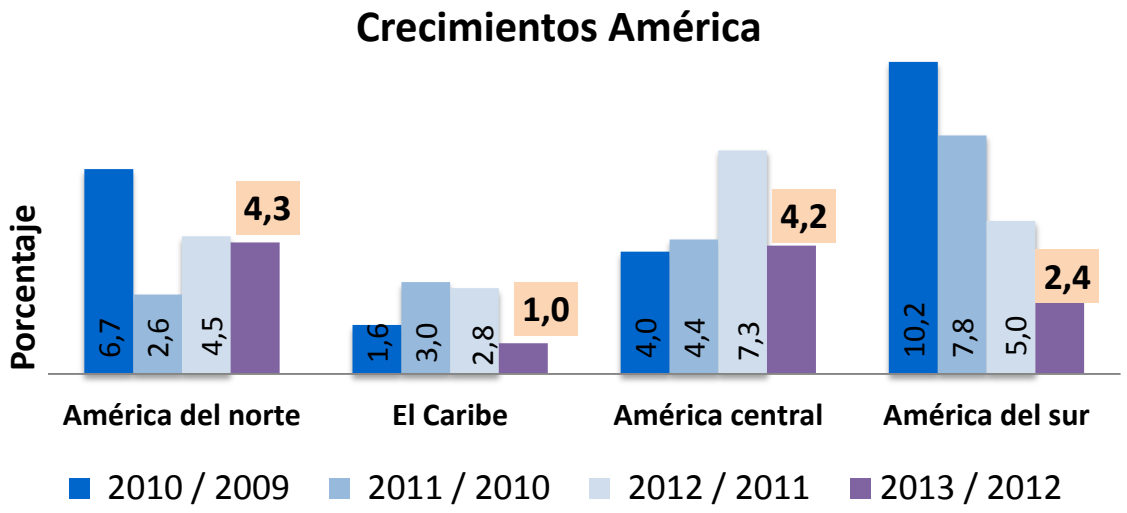
Crecimiento llegadas de turistas internacionales
2009 - 2013



Fuente: Organización Mundial del Turismo OMT

Para el período 2008-2013, el número de turistas internacionales presentó un incremento del 3,1% promedio anual, lo cual significó un cambio de 158 millones de viajeros en 2008 a 1087 millones en 2013. La tasa de crecimiento promedio anual más alta la tuvo Asia y el Pacífico con 5,4%, seguido por África (4,6%), mientras que Europa (2,3%) y Medio Oriente (2,6%) presentaron los crecimientos más bajos. En América, los mayores crecimientos en las llegadas se registraron en Suramérica (4,5%) y Centroamérica (3,2%)

Se destaca el crecimiento de Europa que alcanzó 2 puntos porcentuales más de crecimiento en 2013 y Oriente Medio con 5,5 puntos por encima del crecimiento de 2012. El continente americano sufrió una desaceleración de 0,7 puntos porcentuales en su crecimiento; siendo Suramérica (2.4%) y El Caribe (1.0%) las regiones que aportaron las cifras con menor crecimiento.



Fuente: Organización Mundial del Turismo OMT. Cálculos Viceministerio de Turismo

Por otra parte, de acuerdo con el informe 2013 del Foro Económico Mundial sobre la industria de los viajes y el turismo, este sector se constituye en un gran dinamizador de la oferta de empleo en el mundo, generando uno de cada once puestos; no obstante lo anterior, los procesos de apertura e integración de mercados a nivel mundial, exigen mayor efectividad y competitividad en los sectores productivos de los países.

Para el caso del turismo, de 140 países analizados en el estudio destaca como a pesar de las altas tasas de desempleo y las crisis económicas de varios países, el turismo ha logrado mantener un crecimiento sostenido en los últimos cuatro años. Europa se consolida como la región líder en competitividad, de los 20 primeros lugares 13 corresponden a países de esta región y los cinco primeros lugares corresponden a: Suiza (1), Alemania (2), Austria (3), España (4) y Reino Unido (5). Las fortalezas en turismo de estos países se centran en las políticas y regulaciones turísticas propias para el desarrollo del turismo; en una adecuada infraestructura y ambiente para el desarrollo de negocios y; en la existencias de capital humano competitivo y diversidad cultural y de recursos naturales.

Competitividad a nivel mundial
2013

Fuente: Indicadores de Competitividad Turística, Foro Económico Mundial

En América, Estados Unidos (6), Canadá (8), Barbados (27), Panamá (37) y México (44) son los países con mayores fortaleces competitivas en turismo. En Suramérica Brasil (51), Chile (56), Uruguay (59), Argentina (61) y Perú (73) registraron las posiciones más competitivas. Se destaca el caso de Panamá que de ocupar el puesto 56 en 2011 redujo en 19 puestos su posición en turismo al pasar al puesto 37 en 2013, posición que alcanzó gracias al fortalecimiento de su infraestructura turística y la existencia de un gran potencial de recursos naturales.

2.2. Contexto Nacional

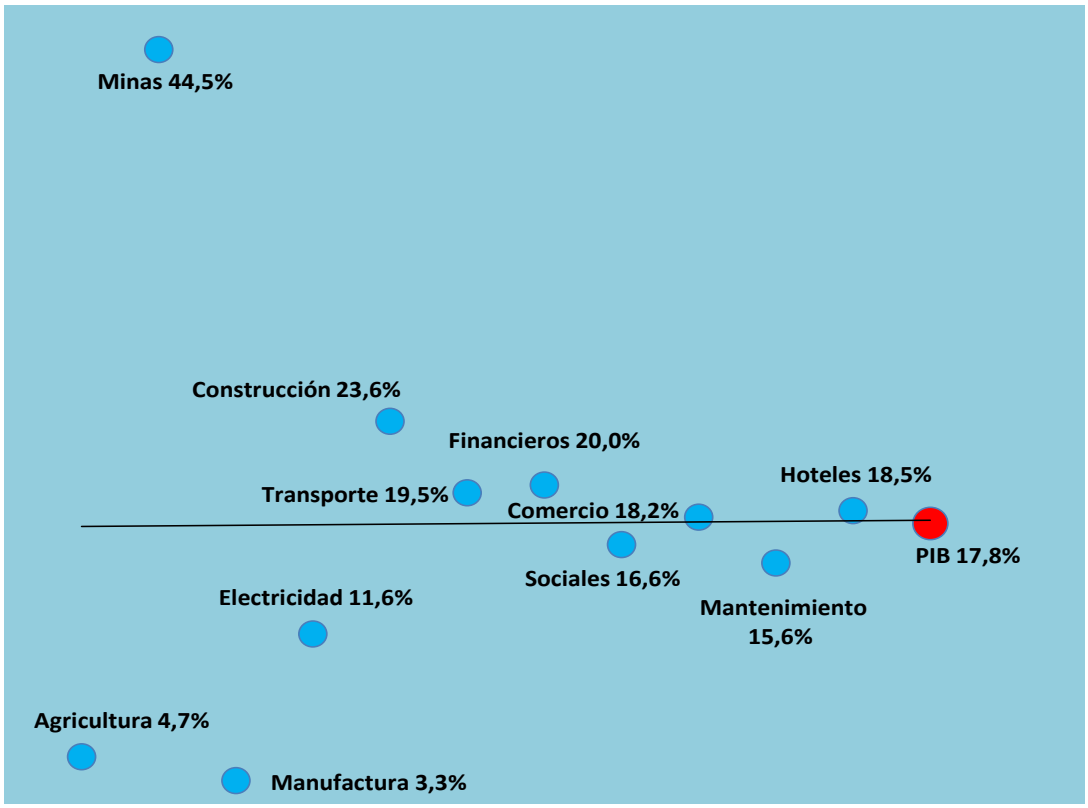
2.2.1. Indicadores del sector

El crecimiento de la economía colombiana en los últimos años se ha visto reflejado en las actividades características del turismo. La producción del sector de hoteles y restaurantes; las llegadas de viajeros no residentes; los ingresos de la cuenta de viajes de la Balanza de Pagos; la inversión extranjera del sector de comercio, hoteles y restaurantes; y el dinamismo que registra la construcción de hoteles en los últimos años viene presentando importantes crecimientos.

El Producto Interno Bruto de los servicios de hotelería y restaurantes después de minas, construcción, servicios financieros y transporte fue uno de los sectores de

mayor crecimiento de 2010 a 2013, lo que representó 0,7 puntos porcentuales por encima del total nacional.

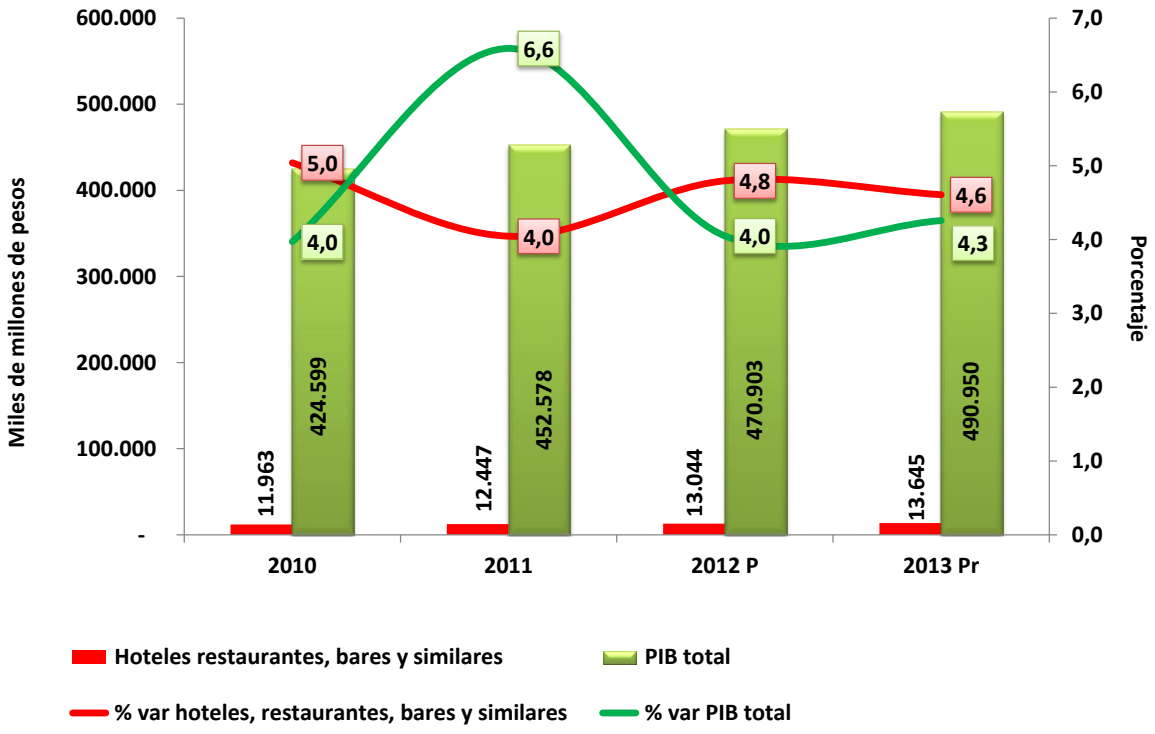
Crecimiento valor agregado según sector
2010 a 2013



Fuente: DANE. Cálculos Viceministerio de Turismo. Precios constantes. Datos marzo 2014

En 2013 el valor agregado alcanzó la cifra de $13.645 miles de millones de pesos, 4,6% superior a 2012, esto es, 0,3 puntos porcentuales más del total nacional (4,3%).

Valor agregado sector hoteles, restaurantes, bares y similares 2010 a 2013

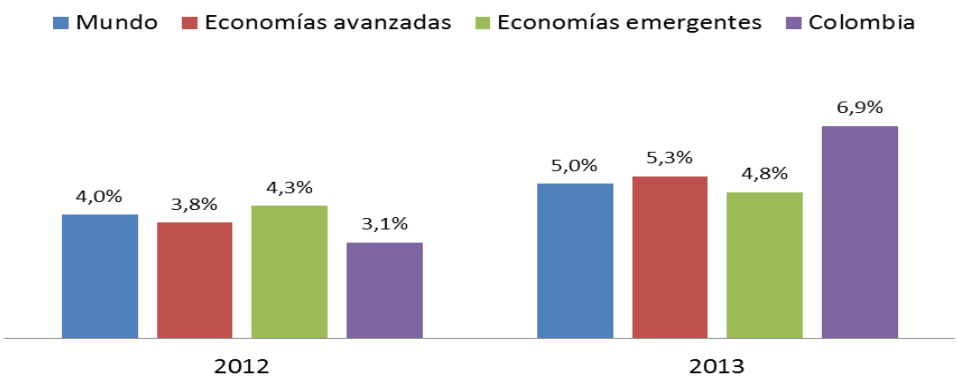


Fuente: DANE. Cálculos Viceministerio de Turismo. Precios constantes. Datos marzo 2014

Del total de llegadas a Colombia de 2010 a 2013, en promedio, el 64,8% fueron extranjeros no residentes que ingresaron por los puntos de control migratorio, el 12,3% pasajeros en cruceros y el 22,9% colombianos residentes en el exterior. En 2013 la cifra de llegadas supero los dos millones quinientos mil visitantes, destacándose el crecimiento superior al 20% en las llegadas de pasajeros en cruceros.

En 2013, Colombia registró un incremento en los flujos de llegadas de viajeros no residentes superior al promedio mundial. Mientras que de 2012 a 2013 el promedio de crecimiento en las llegadas en el mundo fue de 4,5%, en Colombia fue de 5,0%, es decir 0,5 puntos porcentuales superior al crecimiento de las economías avanzadas y emergentes.

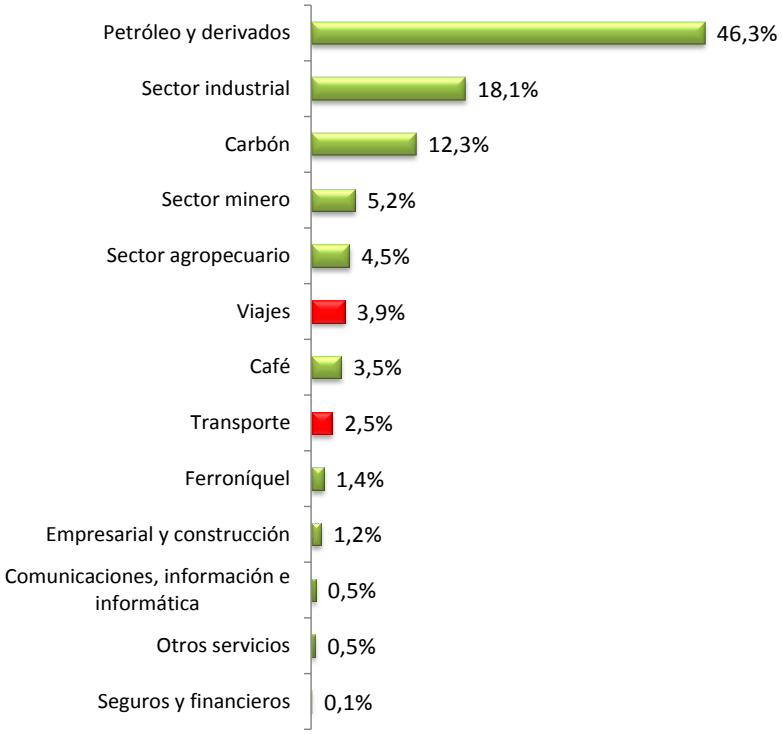
Crecimiento llegadas viajeros extranjeros 2012-2013



Fuente: Organización Mundial del Turismo, Migración Colombia. Cálculos MCIT – Viceministerio de Turismo. Datos Colombia: llegadas viajeros no residentes por puntos de control migratorio

En este mismo período del total de exportaciones de bienes y servicios del país, el 3,9% correspondió a los ingresos de los viajeros no residentes que ingresaron a Colombia con un crecimiento de 29% en relación al cuatrienio anterior.

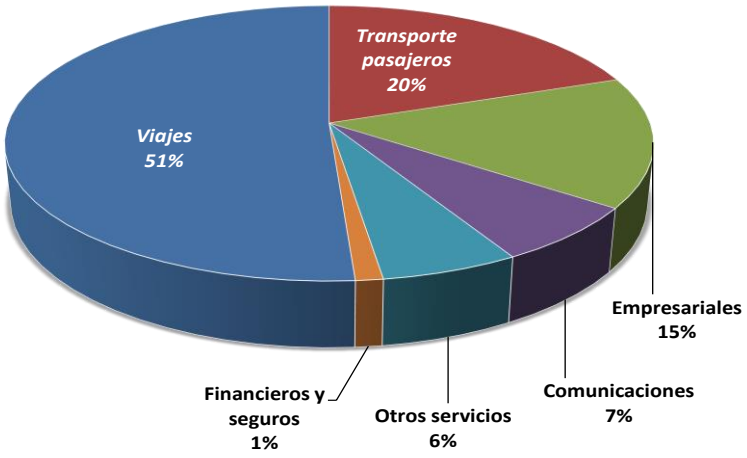
Participación exportaciones de bienes y servicios 2010 - 2013



Fuente: Banco de la República. Cálculos Viceministerio de Turismo

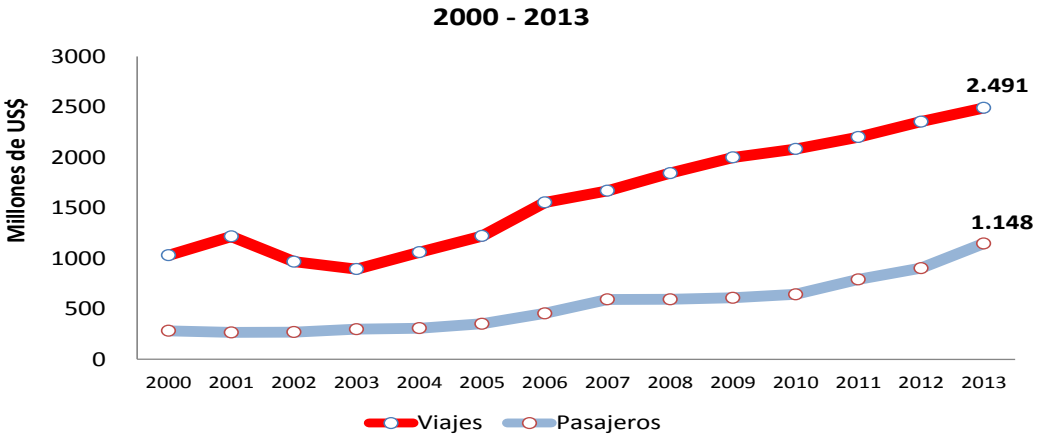
Del total de exportaciones de servicios, los ingresos de la cuenta de viajes de 2010 a 2013 representaron el 51% de las exportaciones, con un crecimiento de 29% con respecto al mismo cuatrienio anterior. En 2013 estos ingresos alcanzaron la suma de US$ 2491 millones de dólares lo que representó un crecimiento de 5,8% con respecto a 2012 (2354).

Participación exportaciones de servicios
2010 - 2013



Fuente: Banco de la República. Cálculos Viceministerio de Turismo. Transporte no incluye fletes y otros

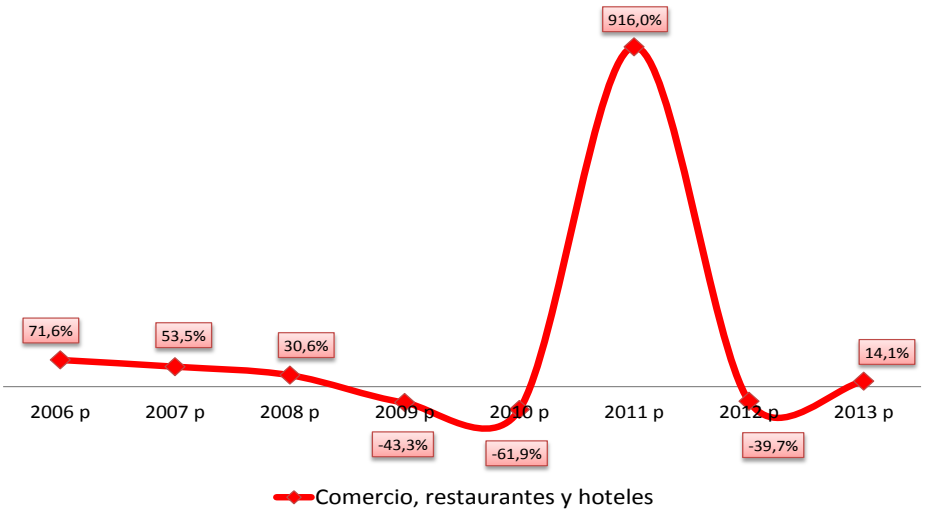
Ingreso cuenta de viajes y transporte de pasajeros, 2000-2013
(Millones de dólares)



Fuente: Banco de la República. Cálculos Viceministerio de Turismo

La inversión extranjera del sector comercio, hoteles y restaurantes igualmente ha registrado importantes incrementos en los últimos años, especialmente en 2011 cuando las inversiones registraron un crecimiento del 916%.

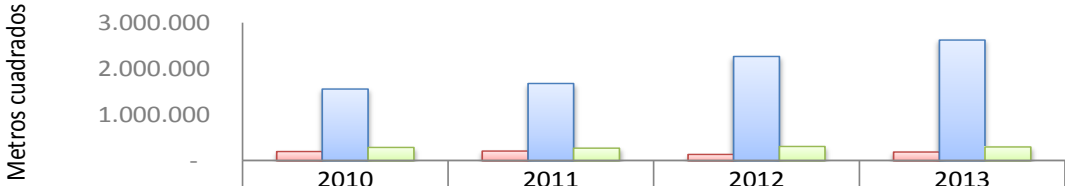
Porcentaje de variación inversión extranjera sector comercio, hoteles y restaurantes 2006 – 2013



Fuente: Banco de la República. Cálculos Viceministerio de Turismo

Un indicador que registró gran dinamismo en los últimos cuatro años fue la construcción de hoteles; cuando ingresaron al mercado 726.088 metros cuadrados de áreas culminadas con destino a hotel y se encontraban 8.116.548 más en proceso de construcción, siendo 2010 el año de mayor dinamismo con un crecimiento de 78,1%.

Construcción hoteles
2010 - 2013



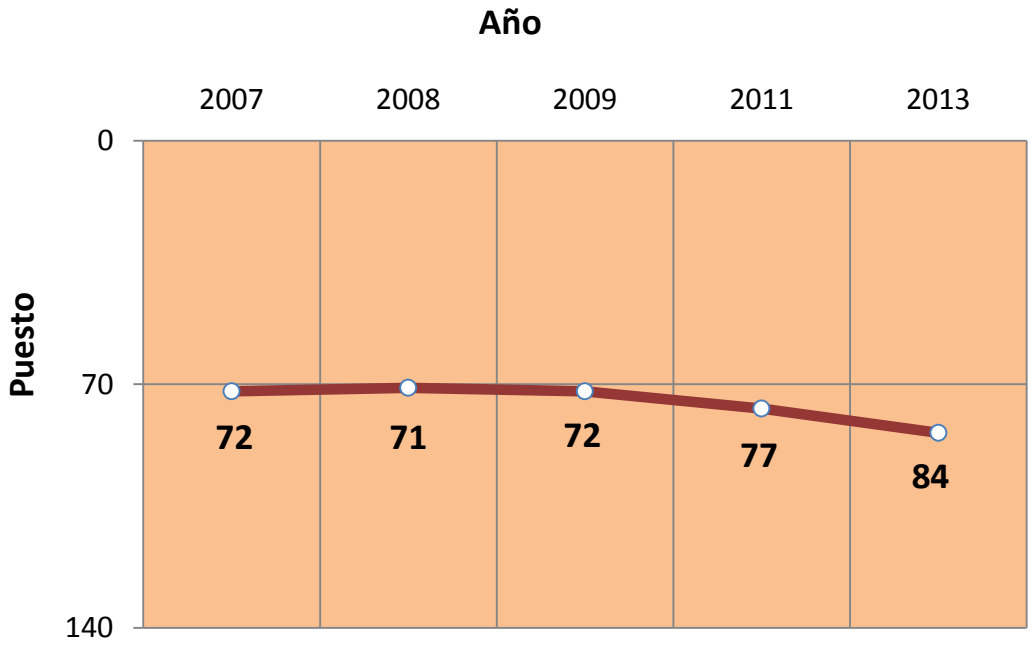
	2010	2011	2012	2013
Área culminada	196.236	205.935	135.299	188.618
Área en proceso	1.554.558	1.675.412	2.264.351	2.622.227
Área paralizada	287.125	273.554	305.690	295.290

Fuente: DANE. Cálculos Viceministerio de Turismo

Por otra parte, la creciente importancia que a nivel mundial están adquiriendo los servicios turísticos por el impacto en las economías de los países, no sólo abre nuevas oportunidades sino también exigencias para competir en mercados globalizados caracterizados por una mayor rivalidad y concurrencia de actores productivos. La consolidación del comercio internacional, el fortalecimiento de la formación del recurso humano, el desarrollo de los medios de transporte, el fortalecimiento de los marcos institucionales, entre otros, han fortalecido la posición competitiva de diversos países y han tenido directa repercusión en su desarrollo. El sector turismo no ha permanecido ajeno a estos cambios. El mejoramiento en la calidad de vida, el fortalecimiento de los sectores productivos, la reducción en los índices de empleo y la consolidación de los procesos de integración, entre otros, han facilitado la consolidación de las actividades turísticas a nivel mundial y regional.

De acuerdo con lo anterior, la competitividad turística adquiere especial relevancia para la sostenibilidad del sector en los mercados nacionales e internacionales. Según mediciones internacionales como la del Foro Económico Mundial FEM, en el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo de 2013 Colombia obtuvo una calificación de 3.9 lo que represento 0,04 puntos por debajo de la obtenida en 2011 (3,94) y un retroceso de siete puestos con relación al mismo año.

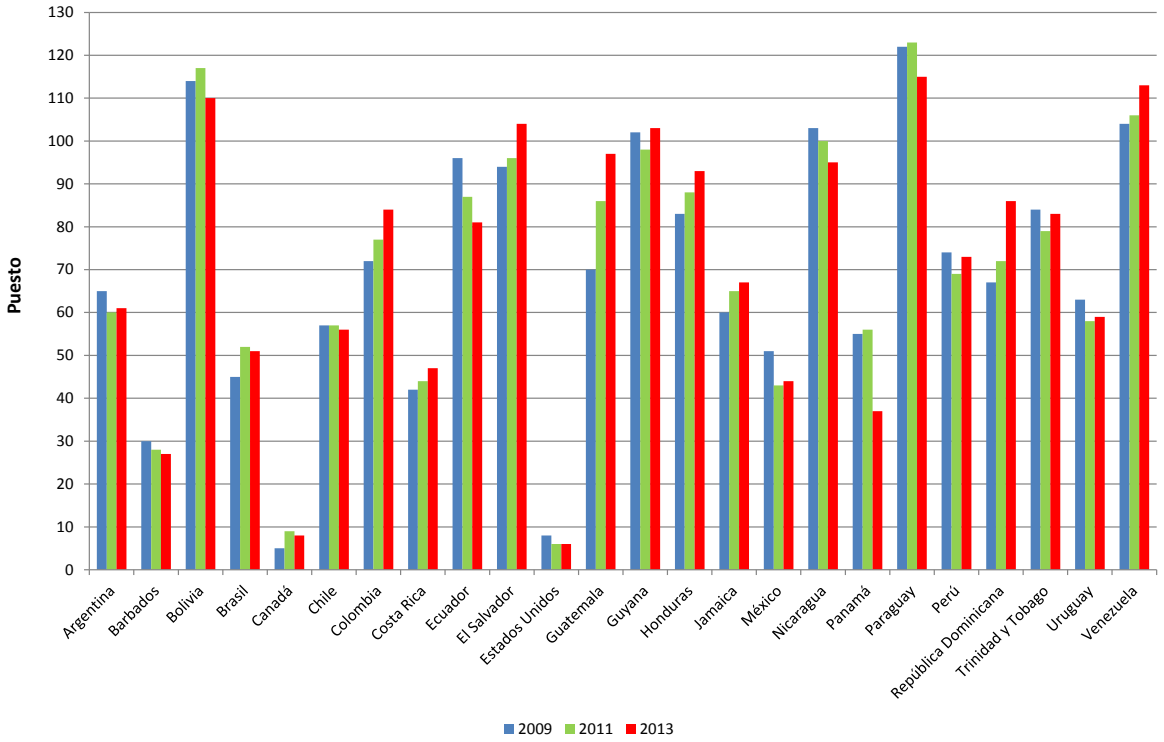
Posición competitiva de Colombia a nivel mundial
2007 – 2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo

A nivel de continente americano, en 2013 Colombia se encontraba en el puesto quince entre veinticuatro países, superado por países como Estados Unidos (6), Canadá (8), Barbados (27), Panamá (37), México (44) y Costa Rica (47), destacándose el mejoramiento de la posición competitiva de Panamá que paso del puesto 56 en 2011 al 37 en 2013, es decir, mejoró su posición en 19 puntos en dos años.

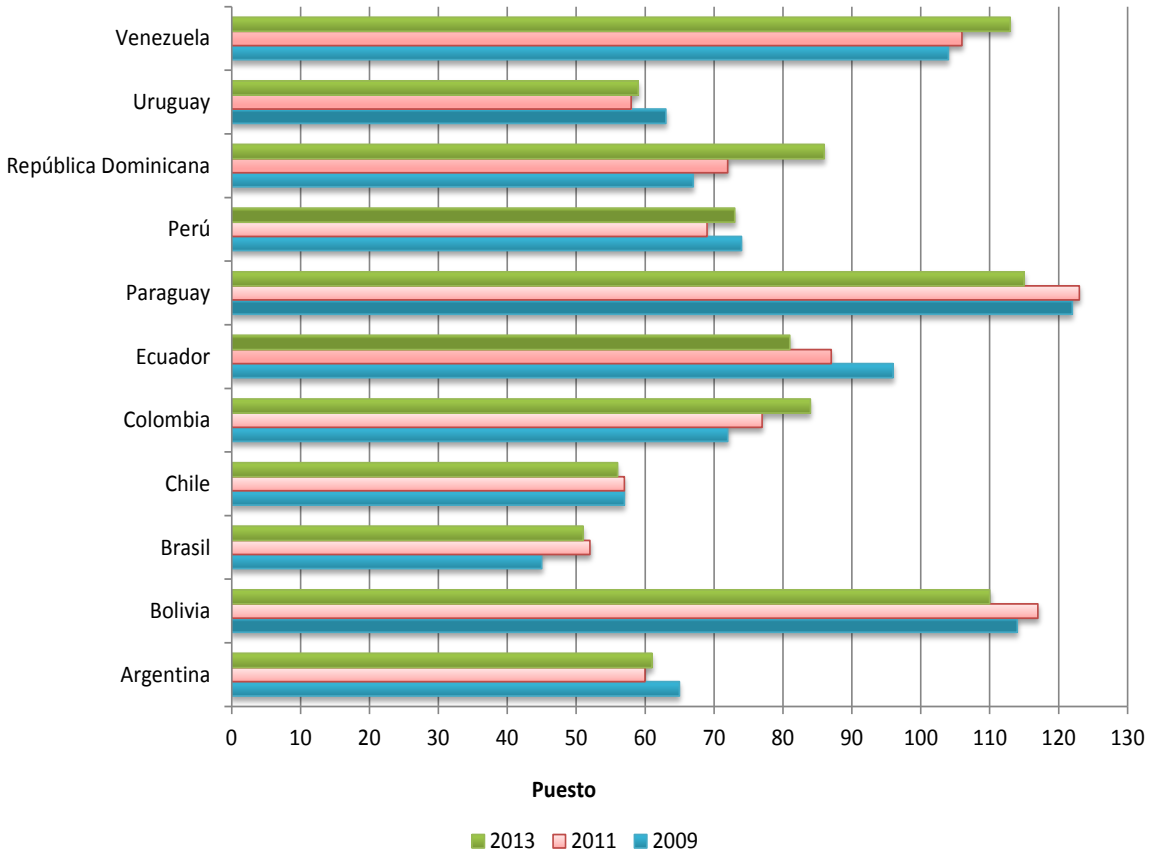
Posición competitiva Colombia en América
2009 – 2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo. No incluye Haití, Surinam y Puerto Rico

En Suramérica, en el mismo año entre diez países Colombia ocupó el puesto 7 superado por Brasil (51), Chile (56), Uruguay (59), Argentina (61), Perú (73) y Ecuador (81). Paraguay (+8), Bolivia (+7) y Ecuador (+6) fueron los países que registraron mayor recuperación en su posición competitiva.

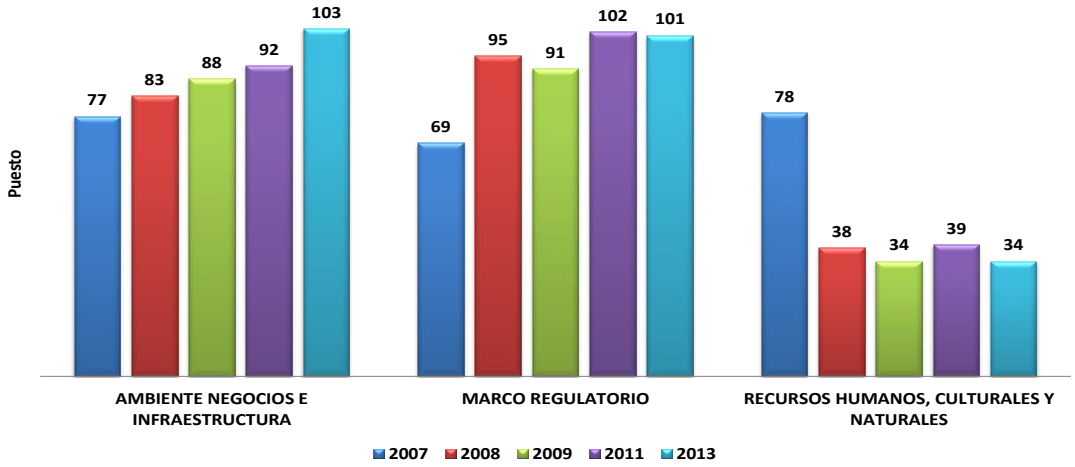
Posición competitiva Colombia en América
2009 – 2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo

Por subíndices, Colombia perdió 11 puestos en los aspectos relacionados con el ambiente de negocios y la infraestructura al pasar del puesto 92 en 2011 al 103 en 2011. En el marco regulatorio pasó del puesto 102 en 2009 al 101 en 2013 y recursos humanos, naturales y culturales mejoró 5 posiciones al pasar del puesto 39 en 2011 al 34 en 2013.

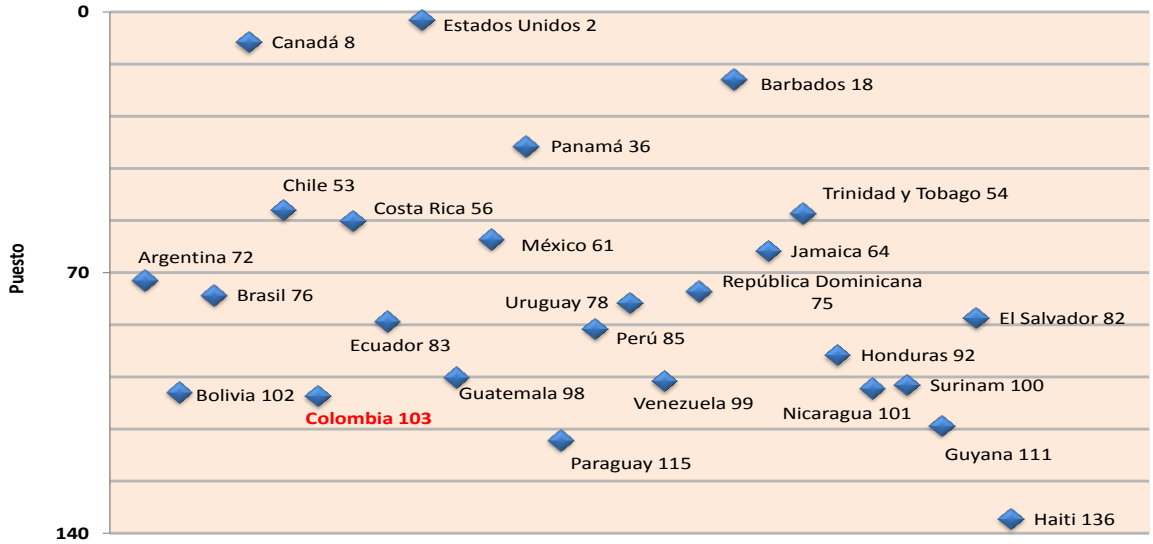
Posición competitiva Colombia según subíndices 2007 – 2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo

En relación con el ambiente de negocios e infraestructura, en América Colombia presenta una de las posiciones menos competitivas (103) sólo superada por Guyana (111), Paraguay (115) y Haití (136).

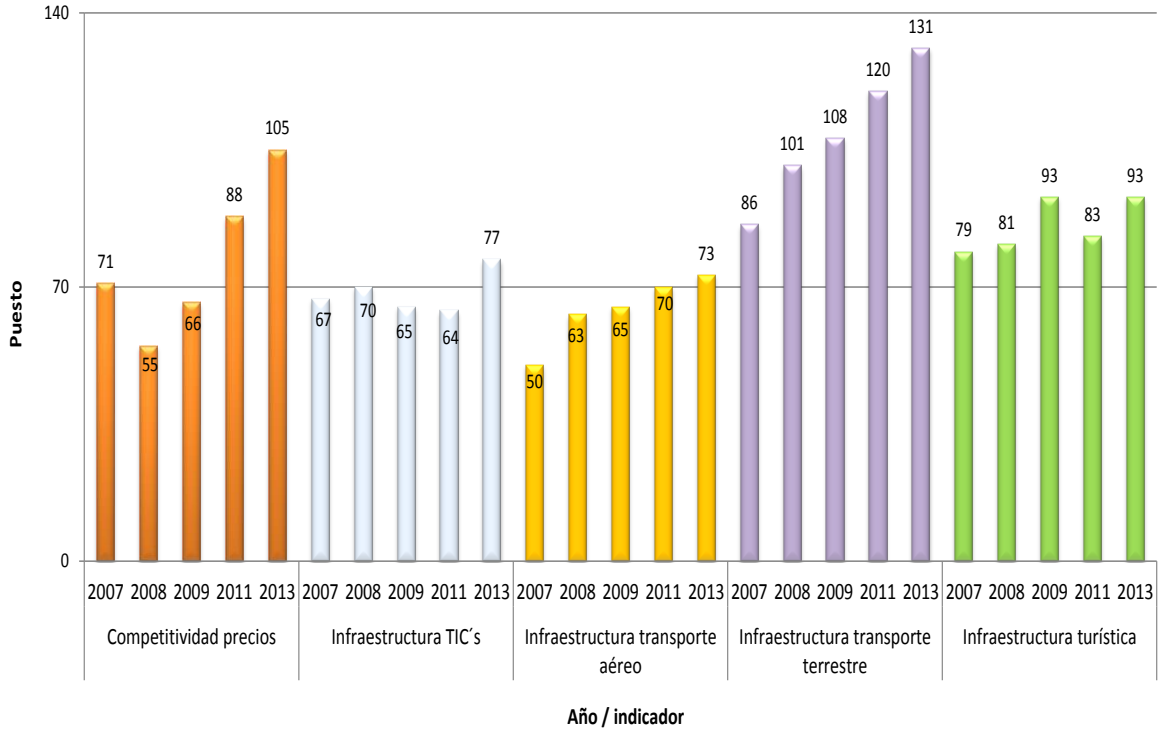
Posición competitiva Colombia según ambiente de negocios e infraestructura 2007 – 2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo. No incluye Puerto Rico

Los factores que más afectan la competitividad del país en este aspecto son la competitividad de los precios que perdió 17 posiciones de 2011 (88) a 2013 (105) y la infraestructura de las TIC´s que cedió 11 puestos de 2011 (64) a 2013 (77).

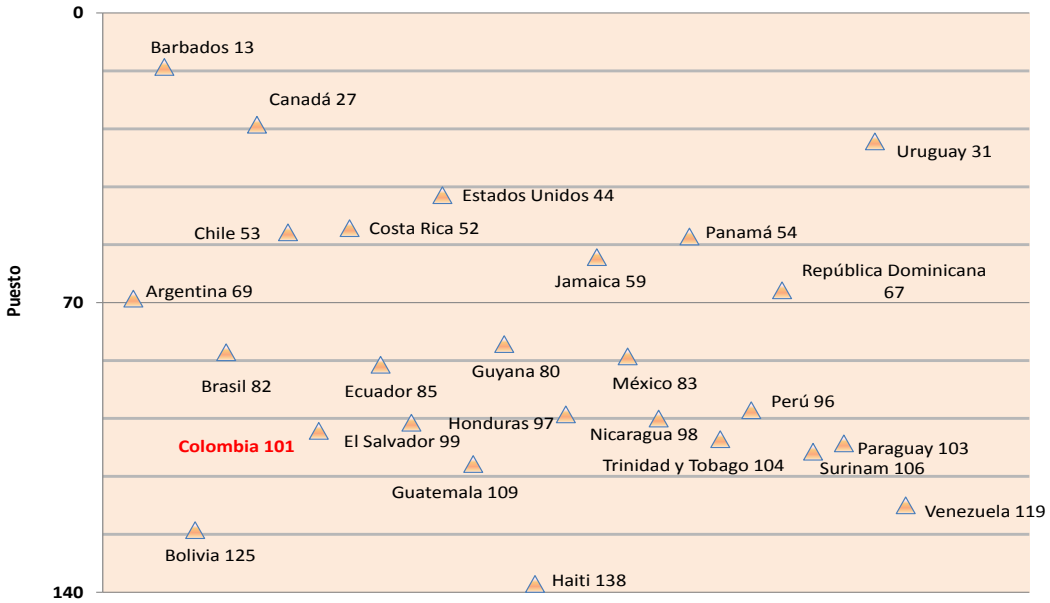
Posición competitiva Colombia según indicadores del ambiente de negocios e infraestructura 2007 – 2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo

En 2013 en relación con el marco regulatorio, en América ocupa el puesto 19 entre 26 países analizados, siendo Barbados (13), Canadá (27) y Uruguay (31) los países como mayores ventajas y Venezuela (119), Bolivia (125) y Haití (138) los menos competitivos.

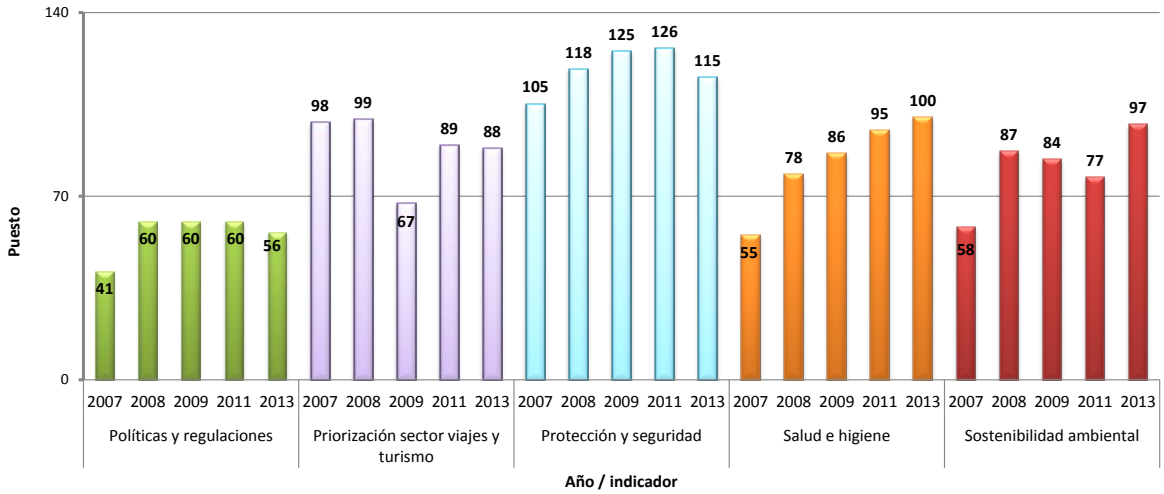
Posición competitiva Colombia según marco regulatorio 2007 – 2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo. No incluye Puerto Rico

Los factores que más afectan la competitividad en relación con el marco regulatorio son la sostenibilidad ambiental que perdió 20 posiciones de 2011 (77) a 2013 (97) y los aspectos relacionados con la salud que cedió 5 puestos de 2011 (95) a 2013 (100).

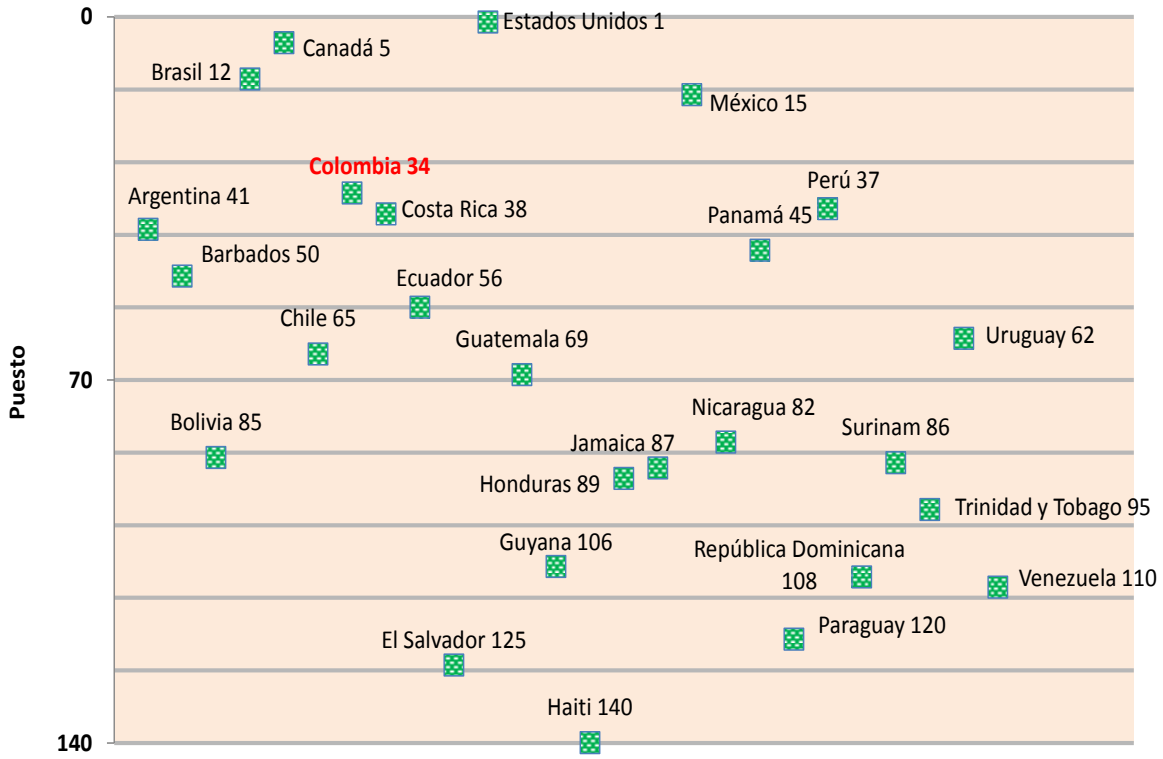
Posición competitiva Colombia según indicadores marco regulatorio 2007 – 2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo

De acuerdo con la medición del Foro Económico Mundial los recursos humanos, naturales y culturales son los que registran mejores posiciones competitivas a nivel mundial y continental ocupando la posición 34 entre 140 países, siendo superado en América solo por Estados Unidos (1), Canadá (12), Brasil (12) y México (15).

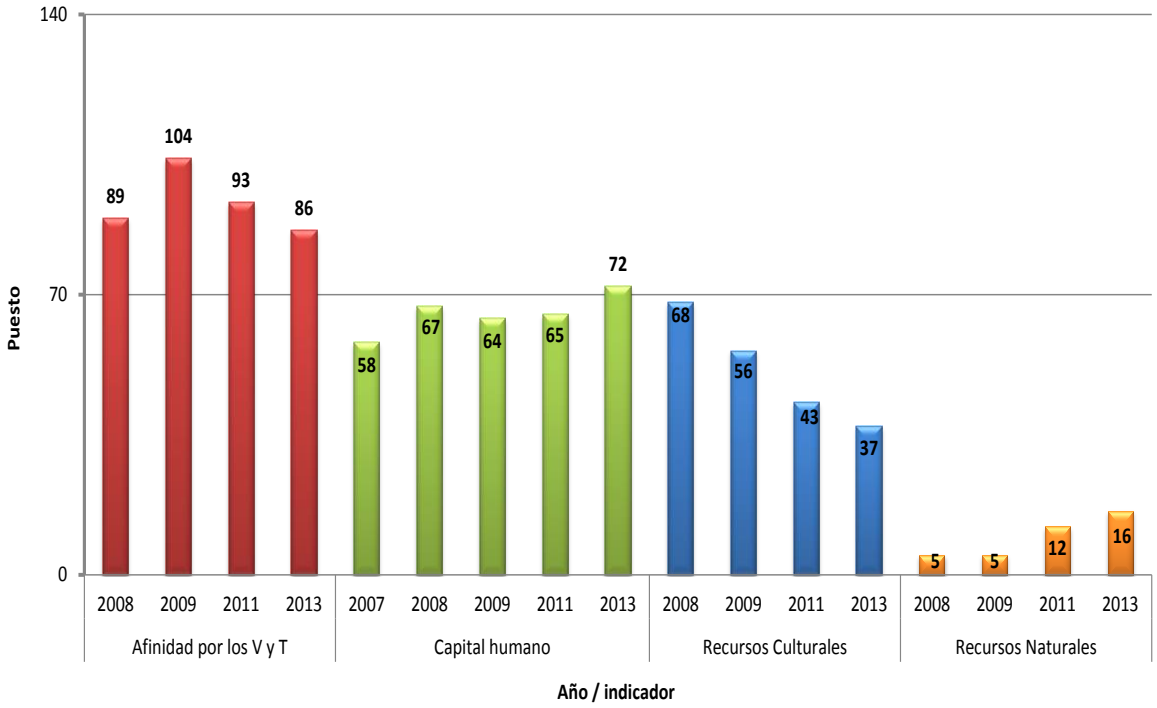
Posición competitiva Colombia según recursos humanos, naturales y culturales 2007 – 2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo

Los indicadores que perdieron posiciones en 2013 fueron el capital humano que paso del puesto 65 en 2011 al 72 en 2013 (-7) y recursos naturales que cedió 4 posiciones de 2011 (12) a 2013 (16), mientras que la afinidad por los viajes y el turismo gano 7 puestos y los recursos culturales 6.

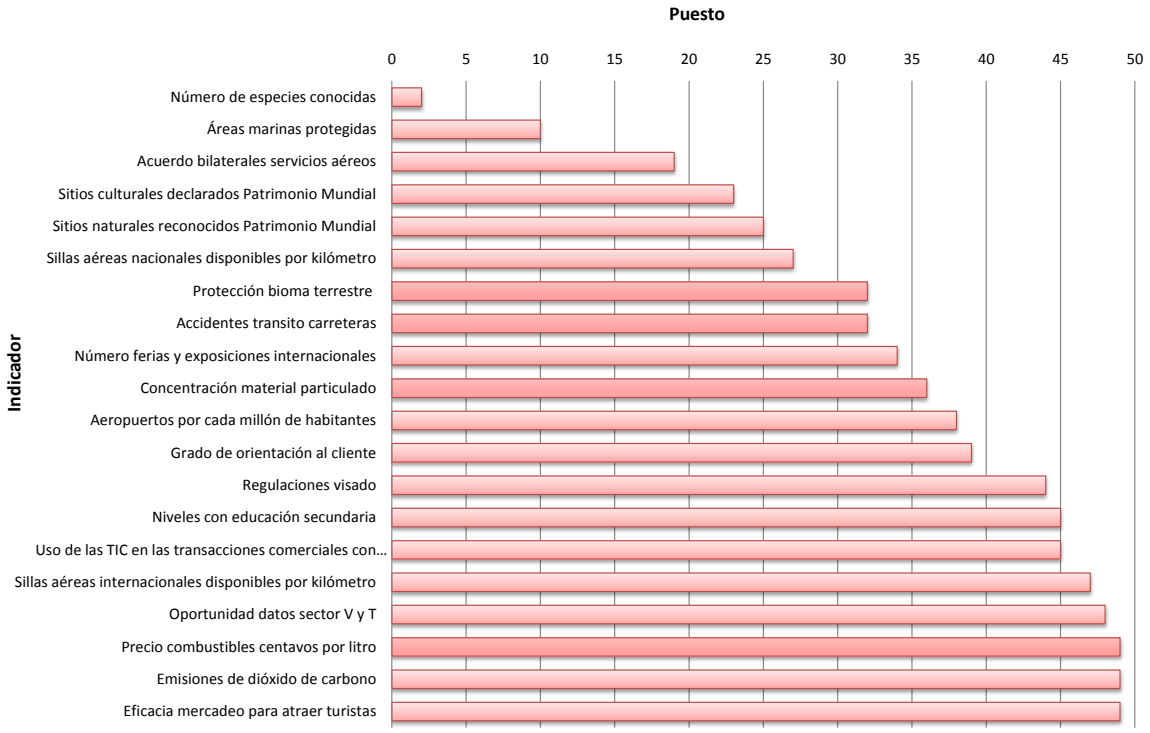
Posición competitiva Colombia según indicadores de recursos humanos, naturales y culturales 2007 – 2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo

De acuerdo con lo anterior las fortaleces de Colombia en materia de competitividad de acuerdo con la FEM se centran en la riqueza de las especies (2), en la protección de las áreas marítimas (10) y en la apertura de acuerdos aéreos (19).

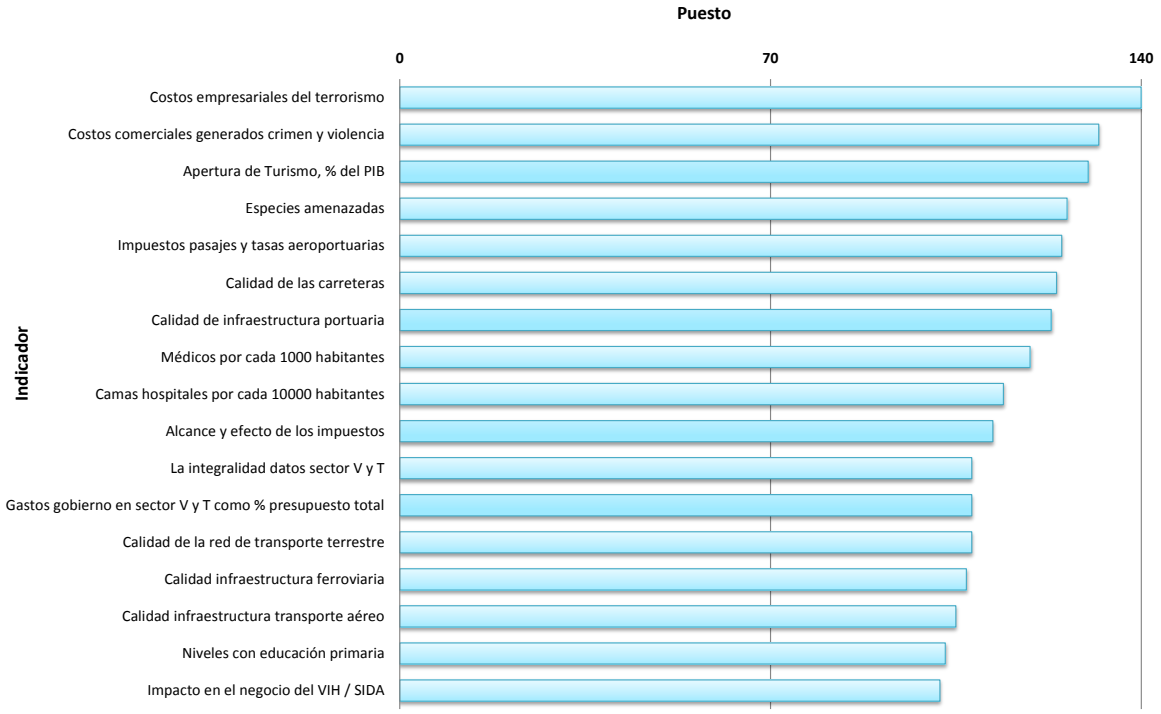
Fortalezas competitivas de Colombia
2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo

En relación con las debilidades el factor de la inseguridad se constituye en la mayor amenaza para la competitividad del turismo en el país. Los costos que generan los actos terroristas y la violencia y el crimen ubican a Colombia en los últimos lugares de competitividad. Igualmente el movimiento de divisas asociadas con el turismo internacional no está creciendo en la misma proporción a la expansión económica del país, de ahí que la apertura del turismo en relación con el PIB ubique al país en el puesto 130 entre los 140 países analizados.

Debilidades competitivas de Colombia
2013



Fuente: Foro Económico Mundial. Cálculos Viceministerio de Turismo

3. ANTECEDENTES

3.1 El Turismo en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014: Prosperidad para todos

El Plan Nacional de Desarrollo 2011-2014 "Prosperidad para todos" partió de un contexto histórico más optimista en relación con el futuro del país, con una mayor confianza en cuanto a nuestras potencialidades y una imagen más positiva en el exterior. "De ser percibidos en el mundo como un Estado fallido nos convertimos en una economía emergente, atractiva para la inversión y para el turismo." Bajo este contexto se planteó la oportunidad de "superar adversidades comunes y recientes, empinarnos por encima de la inercia, y proponer y encarrilar al país hacia la prosperidad democrática. Una circunstancia que nos permite soñar con dar ese gran salto que nos dé la entrada, en un futuro no muy lejano, al selecto club de los países desarrollados."

Para el logro de este objetivo se identificaron cuatro ejes transversales que deberían estar presentes en todas las esferas del quehacer nacional: innovación en las actividades productivas, el buen gobierno como principio rector en la ejecución de las políticas públicas, mayor relevancia internacional de Colombia en los mercados internacionales y una sociedad para la cual la sostenibilidad ambiental sea una prioridad. Con base en estos ejes transversales se estableció que el camino de la Prosperidad Democrática a la Prosperidad para Todos, debería basarse en tres pilares: un crecimiento sostenido, igualdad de oportunidades y la consolidación de la paz.

Dentro de los soportes transversales de la prosperidad democrática y dentro de los apoyos al desarrollo regional se identificó al turismo como uno de los motores de este desarrollo, formulando como lineamientos estratégicos:

Fortalecimiento de la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional: mediante la asesoría a las regiones en la creación de organizaciones públicas o público- privadas que formulen y ejecuten planes de desarrollo turístico y puedan realizar una adecuada interlocución con entidades del orden nacional, para lo cual debería crear una comisión intersectorial que articulara las iniciativas de diferentes ministerios y entidades coordinada y liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como rector de la política turística. A escala regional, se planteó que en el marco de las Comisiones Regionales de Competitividad, se promovería la creación de comités de coordinación de turismo que tendrían la responsabilidad de asegurar la articulación entre actores regionales y entre éstos y organismos del orden nacional. A nivel local se planteó, entre otras cosas, adelantar campañas eficaces

para erradicar prácticas ilegales como la explotación sexual de menores a través del turismo.

Mejoramiento de la calidad de los servicios y destinos turísticos y promover la formalización: a través de la elaboración de reglamentos técnicos para actividades de turismo de aventura donde la existencia de riesgo para la salud, la integridad y el bienestar de los usuarios justificara este tipo de medidas. Adicionalmente, se revisaría y modificará el sistema de evaluación y certificación de hoteles para proveer mejor información y transparencia a los consumidores acerca de la calidad de los servicios hoteleros. Igualmente, se planteó la necesidad de fomentar la sensibilización frente a la actividad turística, tanto para prestadores de servicios como por parte de los consumidores y la comunidad en general. Como complemento a este tipo de iniciativas, se iniciarían acciones para la formalización de las empresas prestadoras de servicios turísticos y de su empleo ofreciendo oportunidades legales para el tránsito desde la informalidad. Se promoverían altos niveles de calidad a las empresas mediante la certificación en las normas técnicas sectoriales.

Fortalecimiento de las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo: fortaleciendo las habilidades y competencias del talento humano vinculado al sector, principalmente en dos frentes. En primer lugar, los programas de formación para la prestación de servicios, estarían en línea con las necesidades del mercado nacional e internacional y se promovería que el personal vinculado dominara al menos dos idiomas. El Gobierno nacional fomentaría la certificación en competencias laborales, en dominio de idiomas, en capacitación en servicio, operación y diseño de producto. En segundo lugar, se promovería la investigación en materia de turismo, impulsada por las instituciones de educación y por el organismo rector del turismo en el país, teniendo como referente las tendencias actuales del turismo mundial.

Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo: se planteó la necesidad de continuar con los esfuerzos realizados por el Gobierno nacional en lo referente a incentivos para la construcción, remodelación y ampliación de la planta hotelera, generando las condiciones para que los incentivos actuales fueran utilizados de manera amplia por los empresarios del sector. De igual forma, se evaluaría la viabilidad de la extensión del Plan Vallejo para que pudiera ser utilizado por parte de los prestadores de servicios turísticos que realizaran exportaciones. De otra parte y como una expresión de las alianzas público-privadas, el Gobierno nacional promovería la ejecución de proyectos conjuntos donde los recursos del Presupuesto General de la Nación se pudieran complementar con recursos del Fondo de Promoción Turística con el fin de cofinanciar proyectos de infraestructura turística; para tal efecto el Gobierno facultaría a las entidades territoriales para la celebración de contratos con la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística. Adicionalmente, se buscaría la financiación de este tipo de proyectos con la participación de entidades como la Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales y el

Ministerio de Cultura y el apoyo de Fonade para el desarrollo de proyectos con alto impacto turístico.

Además, el Fondo de Promoción será la principal herramienta para que, en el ámbito de las actividades relacionadas con el turismo, se apoye el proceso de reconstrucción, reparación y adecuación de la infraestructura turística que se haya visto afectada por el fenómeno de la Niña 2010-2011, o que se encuentre ubicada en zonas de alto riesgo de inundación y/o derrumbe, mediante la priorización *de proyectos elegibles para la financiación por parte del Fondo.*

Para mejorar la conectividad aérea en el país, se gestionaría la ampliación de la oferta de rutas y frecuencias aéreas internacionales, mediante la declaratoria de "cielos abiertos" con países de interés para Colombia y se impulsaría la creación de empresas de transporte aéreo, flexibilizando las exigencias de constitución.

Finalmente, el Gobierno nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, previa reglamentación y previo acuerdo con el municipio o distrito respectivo, declararía zonas de desarrollo turístico prioritario incluyendo zonas de playa, prestándoles apoyo para que se convirtieran en polos generadores de demanda turística.

Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional: generando las condiciones que mantengan los incentivos para los inversionistas nacionales, así como el diseño de programas que hagan atractivo al sector para la inversión extranjera directa. En particular, se trabajaría en el ajuste normativo necesario para que el incentivo tributario al ecoturismo tuviera una dinámica tan importante como el incentivo a la inversión hotelera.

Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados: para explotar adecuadamente el potencial del turismo de sol y playa, se trabajaría en el control de la erosión de playas con recursos de regalías y el ordenamiento de las mismas mediante una reglamentación que dictaría el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con la participación de la autoridad local, el Ministerio del Medio Ambiente y la Dirección Marítima. Con el fin de coordinar acciones de las entidades relacionadas con la conservación, gestión y control de playas, el Gobierno nacional expediría una política de ordenamiento que aborde de manera integral la problemática existente.

Con el fin de aprovechar las oportunidades que ofrece el turismo náutico dada nuestra especial ubicación por fuera del área de huracanes y un mercado potencial de dos millones de yates y veleros que circulan por el Caribe, se continuará con la implementación de acciones en el marco del Documento CONPES 3110 de 2001, a partir del cual se han venido desarrollando acciones de promoción del sector y atracción de turistas por este concepto. Estas acciones se complementarán con otras medidas para fortalecer las ventajas competitivas de este sector. Entre estas, se destaca la identificación de los sitios más atractivos en

ambos océanos para el desarrollo de marinas, bases náuticas y complejos turísticos complementarios, teniendo en cuenta los atractivos turísticos de la región, las características propias de las bahías en cuanto a clima, profundidad y régimen de vientos. Estas iniciativas estarán enfocadas a beneficiar a la población costera y fortalecer el ejercicio de la soberanía marítima. También el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, incluiría el turismo de naturaleza en el Programa de Transformación Productiva para que fuera objeto de apoyo y asistencia técnica. Adicionalmente, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo promocionará dentro del sector turístico las ventajas de adecuar la infraestructura turística para personas con discapacidad, desarrollando así la cultura del turismo accesible en Colombia.

Finalmente, como apoyo al desarrollo turístico de las regiones el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo asesoraría a los departamentos en la formulación de planes de desarrollo turístico y haría seguimiento a los compromisos consignados en los Convenios de Competitividad Turística vinculando los proyectos de cofinanciación del Fondo de Promoción Turística y los apoyados por Proexport a las regiones al avance de dichos Convenios y a la inclusión del turismo en los Planes de Ordenamiento Territorial.

Enfocar las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados del turismo: mediante el incremento de la investigación de mercados, que permitan definir aquellos con mayor potencial para posicionar al país internacionalmente. Adicionalmente, se fortalecería el sistema de información turística para la toma de decisiones, de tal forma que disminuyera la dispersión actual de las estadísticas y centralizara la información regional. En este sentido, se resaltaría la importancia del Registro Nacional de Turismo como instrumento de medición y control.

3.2 Plan Sectorial de Turismo 2010-2014: Colombia, Destino de Clase Mundial

El objetivo del Plan Sectorial de Turismo fue hacer de Colombia un destino turístico de clase mundial mediante el mejoramiento de la competitividad regional y atendiendo los principios del desarrollo sostenible, planteando para el logro de este objetivo siete estrategias:

a) Buen Gobierno

b) Infraestructura Turística

c) Conectividad

d) Productividad Empresarial

e) Competitividad de los destinos y productos

f) Promoción y Mercadeo

g) Estudios e Investigaciones

3.3 Resultados de la planeación sectorial

Buen Gobierno

Con el fin de armonizar las políticas del sector y frente al compromiso de crear una comisión intersectorial que articulara las iniciativas de diferentes ministerios y entidades coordinadas con la expedición de la Ley 1558 de 2012 se fortaleció el marco institucional del turismo en el país. Se creó el Consejo Superior de Turismo como órgano de coordinación entre los entes estatales con el propósito de armonizar el ejercicio de sus competencias con la política turística dictada por el Ministerio y, el Consejo Consultivo de la Industria Turística, como órgano consultivo y asesor del Gobierno en materia de turismo.

A nivel regional el Ministerio elaboró el documento "Modelo de asociación público – privado para entidades territoriales turísticas" que sirvió de base para las asesorías que se realizaron en los departamentos de Cauca, Cesar, Guajira, Vichada, Santander y las ciudades de Cali y Santa Marta.

Así mismo, el Gobierno Nacional reglamentó el funcionamiento de los Comités Locales para la Organización de las Playas, creado por el artículo 12 de la Ley 1558 de 2012, cuya función es la de establecer franjas en las zonas de playas destinadas al baño, al descanso, a la recreación, a las ventas de bienes de consumo por parte de los turistas y a la prestación de otros servicios relacionados con las actividades de aprovechamiento del tiempo libre que desarrollen los usuarios de las playas. Estos comités están conformados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la DIMAR y las alcaldías distritales y municipales donde existan playas aptas para la realización de dichas actividades y deberán cumplir las funciones que les asignó el Decreto 1766 de 2013 en orden a contar con playas competitivas.

En cumplimiento de la Ley 1336 de 2009, el Viceministerio de Turismo con recursos del Fondo Nacional de Turismo y en coordinación con el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar -ICBF, Ministerio de Trabajo, Migración Colombia y la Policía Nacional en materia de formación implementó el curso virtual "Todos unidos contra la ESCNNA" que permitió la certificado de más de dos mil personas, de las cuales el 80% son prestadores de servicios turísticos.

En relación con los programas de sensibilización se realizaron talleres en diferentes destinos turísticos sensibilizando más de dos mil quinientas personas, igualmente se realizaron más de 80 visitas a destinos turísticos por solicitud de las regiones o como parte de la programación del plan. También se realizó en la ciudad de Villavicencio un evento internacional interinstitucional de prevención de la ESCNNA en el contexto de viajes y turismo con el objeto de socializar la experiencia de Colombia frente a la prevención de la ESCNNA y conocer experiencias de otros países alrededor de esta actividad ilegal. En este mismo sentido se fortalecieron las acciones tendientes a la promoción del turismo responsable que previene la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en viajes y turismo e invita a denunciar los hechos relacionados con éste delito.

En coordinación con el sector privado se construyó un Plan de Acción en materia de Responsabilidad Social Empresarial, que busca fortalecer las acciones relacionadas con temas ambientales, prácticas laborales como la nueva normatividad de contratación con cooperativas, privacidad y protección de la información e identidad y la responsabilidad social frente al cliente extranjero.

En cumplimiento del Plan Nacional de Desarrollo y con el ánimo de proporcionar toda la información y capacitación necesaria a las comunidades indígenas, que les permita identificar proyectos de desarrollo turístico, se realizaron talleres de capacitación en materia de sensibilización en turismo comunitario y presentación de proyectos en los Cabildos indígenas Inga y Kamza del Valle del Sibundoy – Putumayo, comunidades Yaguas- Ticunas y Cocamas de Puerto Nariño - Amazonas; y en la comunidad Embera del Río Chorí en Nuquí –Chocó, en el resguardo Senú de Córdoba y Sucre, con los indígenas del cabildo Inga de Santiago, Sibundoy (Putumayo), y con la comunidad Coco Nuevo, pueblo indígena Curripaco (Guainía).

Con el fin de fortalecer el turismo de salud se inició un trabajo de coordinación con las Secretarías de Salud, haciendo énfasis en la necesidad de ejercer estrictamente las labores de inspección, vigilancia y control de los prestadores de este servicio, con el fin de mantener los estándares de calidad requeridos internacionalmente y asegurar un servicio de clase mundial.

Infraestructura Turística

En materia de infraestructura turística se impulsaron 143 proyectos de infraestructura turística entre estudios, diseños y obras y 92 Iniciativas sumando

de esta manera 235 proyectos**.** Se destaca el fortalecimiento de la articulación interinstitucional en el desarrollo de los proyectos con entidades como FONADE, Ministerio de Cultura, Parques Naturales Nacionales, ANI, ANLA, entre otros. Igualmente la creación del creación de un Fondo de Inversión Turística y la creación por parte de BANCOLDEX de líneas de crédito para turismo.

En relación con el turismo de salud, se inauguraron cuatro zonas francas de servicios de salud.

Con el fin de fortalecer el turismo en grupos especiales de la población se desarrollaron a nivel nacional obras de infraestructura en comunidades indígenas en los departamentos de Chocó, Cesar, La Guajira, Putumayo y Vaupés; y en las comunidades afrocolombianas en los departamentos de Chocó y Bolívar.

Conectividad

Con el fin de mejorar la conectividad aérea se crearon los Comités de Rutas Aéreas en los departamentos de Huila, La Guajira, Amazonas, Guainía, Santander, Norte de Santander, Vaupés, Risaralda y las ciudades de Cartagena y Rionegro los cuales tienen como objetivo impulsar el sector turístico fomentando la creación de nuevas rutas aéreas nacionales e internacionales, lo que ayudará a mejorar la conectividad aérea, aumentar el empleo en el sector y avanzar hacia la meta de llegar a los 4 millones de viajeros al cierre del 2014.

En relación con la declaratoria de “Cielos Abiertos”, de acuerdo con lo reportado por la Aeronáutica Civil, se revisaron más de 20 convenios bilaterales, destacándose las acciones realizadas con Uruguay, El Salvador, República Dominicana, Panamá y Aruba. También se protocolizó el acuerdo de Cielos Abiertos con Estados Unidos mediante la Ley 1600 de 2012.

En coordinación con las aerolíneas se apoyaron más de 30 nuevas rutas a través de acciones como fam trips, press trips, pauta publicitaria, eventos de lanzamiento y ruedas de prensa, entre otros. Lo que permitió la reapertura de rutas como Frankfurt-Bogotá-Frankfurt, Bogotá -Brasilia, Bogotá -Sao Paulo, Bogotá -Quito, Cartagena -New York, San Juan –Bogotá y Fort Lauderdale –Medellín.

Productividad Empresarial

Teniendo en cuenta la importancia de integrar como propuesta de desarrollo conjunto sostenible y responsable, las cadenas productivas de los sectores

turismo y artesanías, procurando la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales y por el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos con el apoyo de Artesanías de Colombia, está realizaron las guías turísticas artesanales de los municipios pertenecientes a la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia y apoyo al diseño de producto turístico sostenible del paisaje Cultural Cafetero.

Competitividad de los destinos y productos

Con el fin de dar respuesta a los requerimientos de los consumidores, a las demandas del mercado mundial y ante el compromiso de trabajar en la elaboración de reglamentos técnicos para actividades de turismo de aventura donde la existencia de riesgo para la salud, la integridad y el bienestar de los usuarios justifica este tipo de medidas, se estableció la obligatoriedad de la certificación para los prestadores de servicios turísticos que presten servicios relacionadas con las actividades del denominado turismo de aventura y aquellos que cuentan con normas de sostenibilidad como alojamiento y hospedaje, gastronomía, agencias de viajes, transporte turístico, operadores de congresos y sedes para congresos.

Adicionalmente, con recursos del Fondo Nacional de Turismo se apoyó la asesoría y certificación de la NTS-USNA 007 Norma Sanitaria de Manipulación de Alimentos en 17 restaurantes del clúster de la Candelaria de Bogotá y la certificación de 50 Agencias de Viajes en normas técnicas sectoriales para agencias de viajes.

En materia de destinos se certificó en Calidad Turística el municipio de Puerto Nariño- Amazonas, en la Norma Técnica NTS-TS-001-1, “Destinos Turísticos de Colombia, Requisitos de Sostenibilidad”, destino que ha tenido seguimientos anuales, de conformidad con el sistema de certificación colombiana. y se otorgó la Marca de Calidad Turística al Centro Histórico de Cartagena de Indias.

Así mismo, se certificó la playa conocida como “Playa La Aguada” ubicada en la Ensenada de Utría, del Parque Nacional Natural Utría, bajo el esquema de certificación internacional -Servicert del organismo de certificación SGS. Por su parte, la Corporación Parque Arvi, en el Corregimiento de Santa Elena – Medellín, recientemente en febrero de 2014, también logró obtener por parte de la Certificadora Acert, la certificación en la norma NTS TS - 001 -01:2006.

Hay que destacar las acciones dirigidas a incentivar a los prestadores de servicios turísticos a manejar buenas prácticas de sostenibilidad. Así, se creó el Premio Nacional de Turismo Sostenible, cuyo propósito es promover y reconocer las mejores prácticas sostenibles de turismo en Colombia, para posicionar a Colombia como un destino líder en turismo sostenible en la región y en el mundo. Estos

premios reconocen y fomentan las mejores prácticas en turismo sostenible y están abiertos a empresas de turismo, pequeñas y grandes, colombianas o extranjeras debidamente establecidas en todo el país.

Los Premios de Turismo Sostenible de Colombia reconocen el excelente liderazgo y compromiso con los principios de turismo sostenible y las prácticas en las siguientes cuatro (4) categorías de premiación:

- Mejor en turismo verde: Este premio reconoce al prestador de servicios turísticos que en su operación haya puesto en práctica la reducción, reutilización y reciclaje; para manejar y conservar energía, agua y desechos; para minimizar las huellas de carbono a través de procedimientos de operación ambientalmente amigables. También incluye educar a la comunidad y los visitantes, en prácticas amigables con el medio ambiente.
- Mejor en acciones para la conservación de la naturaleza, los ecosistemas y las especies: este premio reconoce las mejores prácticas que contribuyen con la protección y conservación del patrimonio natural, incluyendo la protección de la vida silvestre, expandiendo y restaurando el hábitat natural y apoyando la conservación de la biodiversidad. También incluye la educación y sensibilización de los visitantes sobre la conservación de la naturaleza.
- Mejor en acciones para la conservación del patrimonio cultural: Este premio reconoce las mejores prácticas que contribuyen a la protección de la riqueza y la diversidad cultural del patrimonio colombiano.
- Mejor en acciones para el beneficio de las comunidades locales: Este premio reconoce las mejores prácticas para proporcionar beneficios directos y tangibles para la población local, los grupos étnicos definidos por la Constitución Política de Colombia y las comunidades receptoras en los destinos donde operan. Esto incluye la creación de capacitaciones y formación para convertirse en parte de la economía del turismo, el apoyo para el desarrollo comunitario y las oportunidades para que las comunidades locales se conviertan en socios y accionistas en el capital social y la prosperidad del desarrollo turístico, incluyendo el desarrollo de sus propios negocios.

En materia de capacitación y formación turística se creó el Comité de Capacitación y Formación, mediante Resoluciones No. 2349 de 2011 y 0593 de 2012, con el fin de promover la investigación en materia de turismo, teniendo como referente las tendencias actuales del turismo mundial. Igualmente el Fondo Nacional de Turismo apoyó 46 proyectos para capacitar a los empleados del sector turismo por valor de más de 15 mil millones de pesos.

En materia de discapacidad, cumpliendo con el propósito social que debe tener el sector, se realizó un importante proyecto de capacitación y formación a la Policía de Turismo, con el objeto de que aprendieran el lenguaje de señas, para poder tener mejor comunicación con los turistas con discapacidad auditiva y vocal.

Con el fin de integrar a los sectores de la población de menores ingresos a la actividad turística el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo definió un programa de incentivos mediante el otorgamiento de becas para que estudiantes de estratos 1 y 2 con excelencia académica para que adelanten estudios de

pregrado en turismo en el nivel universitario, tecnológico y técnico. Igualmente estableció un Programa de Becas de Posgrado orientado a los programas académicos de las instituciones de educación superior cuya oferta educativa apoye el desarrollo del sector en la gestión de los destinos nacionales y de las empresas relacionadas.

Se formuló el Plan Nacional de Bilingüismo que tiene como objetivo general impulsar estrategias y programas desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que aporten competencias en el manejo de idiomas extranjeros, especialmente en inglés, al personal vinculado en forma directa e indirecta en la prestación de servicios al turista, del cual se beneficiaron en promedio 2.300 personas vinculadas al sector turismo.

A nivel de educación básica, se fortaleció el programa de Colegios Amigos del Turismo, beneficiando a más de cien mil estudiantes de 108 instituciones que cuentan con una Plataforma interactiva implementada para su desarrollo y se realizaron tres encuentros Nacionales de Colegios Amigos del Turismo.

Promoción y Mercadeo

Con el ánimo de posicionar a Colombia como destino de turismo de naturaleza, reconocido por el desarrollo de productos y servicios altamente competitivos y sostenibles, que permitan preservar los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras, se formuló una política pública y un plan de acción de turismo de naturaleza para que este sector sea de clase mundial.

En relación con el Programa de Transformación Productiva, se planteó como objetivos hacer de Colombia el destino más competitivo y emblemático a nivel mundial para el Turismo de Naturaleza, con oferta diferenciada y sostenible que permitiera generar beneficios socio-económicos y ambientales para Colombia.

Respecto al desarrollo de producto con enfoque regional, el Plan de Negocio identificó 11 segmentos de mercado a los que el país le apuesta para posicionarse a nivel mundial en este sector. Estos segmentos de mercado fueron determinados por 3 grandes líneas de producto: Ecoturismo, Turismo de Aventura y Turismo Rural.

En relación con el tema de turismo de reuniones a través de Proexport ha venido promocionando a Colombia como destino de Congresos, Convenciones, Viajes de incentivo y Golf, lográndose la captación de más de cien eventos para los próximos cuatro años.

En cuanto al turismo náutico se realizó un estudio con el objetivo de determinar la potencialidad del Turismo Náutico en la Costa Caribe y Pacifica y diseñar un Plan de Actuación que favorezca el desarrollo de este tipo de turismo tanto en su

vertiente recreativa como deportiva. Dicho estudio dio como resultado “El Plan Nacional de Turismo Náutico de Colombia” el cual determinó cinco (5) planes maestros de marinas, con el fin de tener una oferta para interés del sector privado. Estas son: dos alternativas en Cartagena; en Sapzurro, en el Chocó Caribe; en San Andrés; en Bahía Solano; y en Tumaco.

Adicionalmente, fue publicada y socializada la Primera Guía Náutica Turística de Colombia que contiene la cartografía de navegación con los lugares más importantes y las notas y observaciones más relevantes para los navegantes recreativos y deportivos nacionales y extranjeros; fueron levantadas 74 cartas batimétricas por el Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas - CIOH de la DIMAR, en los departamentos de Bolívar, Magdalena , Chocó, San Andrés, Atlántico, Sucre, Córdoba, La Guajira , Valle del Cauca y Nariño.

Por otra parte, para el desarrollo del Turismo Náutico Fluvial se suscribió un convenio entre Cormagdalena y el Fondo Nacional de Turismo - Fontur por valor de $380.000.000, con el fin de hacer un estudio en el alto Magdalena (Cundinamarca, Huila y Tolima y en Mompox).

En relación con el turismo cultural el Ministerio, de Comercio, Industria y Turismo con el apoyo de Artesanías de Colombia avanzó en la ejecución de acciones tendientes a propiciar la participación del sector artesanal en las diferentes estrategias de turismo para lo cual se comenzó un trabajo de investigación, estructuración de rutas urbanas, diseño e impresión de la guías turísticas artesanales de los municipios pertenecientes a la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia. Con el fin de diversificar la oferta turística de Colombia, fomentar el desarrollo sostenible, la apropiación del patrimonio y la participación de la comunidad en el desarrollo de los municipios que reúnen mayor valor histórico y a la vez turístico en el país, se creó la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia donde se incluyó a Aguadas, Barichara, Ciénaga, El Jardín, Girón, Guaduas, Honda, La Playa de Belén, Lorica, Mompóx, Monguí, Salamina, Santa Fe de Antioquia, Villa de Leyva, Guadalajara de Buga y Jericó.

En relación con la promoción turística nacional se realizaron diferentes acciones de promoción y mercadeo, orientadas al fortalecimiento de la demanda turística, destacándose la Campaña Nacional de Turismo “Para todo lo que quieras vivir, la respuesta es Colombia” que busca motivar a los colombianos a elegir el país como su destino durante las vacaciones, fines de semana y temporadas turísticas.

Otras herramientas generadas para promover el movimiento de pasajeros a nivel nacional son: Publicación de la Guía Colombia que incorpora información de destinos y productos a nivel nacional; emisión de un programa de televisión de 52 capítulos de los diferentes destinos turísticos de Colombia, por el Canal Uno; la publicación de 32 guías turísticas departamentales en versión impresa y digital en page flip; desarrollo de mapas temáticos de Turismo de Naturaleza, Pueblos Patrimonio y Salud y Bienestar al igual que un calendario nacional de ferias y

fiestas; publicación de guías especializadas en avistamiento de ballenas y turismo religioso, entre otros.

Por otra parte, se adelantó una estrategia de promoción digital de los destinos turísticos de Colombia a través de la incorporación de 1526 atractivos turísticos sobre la plataforma de Google Maps que incluyó los 32 departamentos, que además de poder ser consultada por la web, cuenta con una aplicación móvil para IOS (iPhone, iPad), Smartphone, Android y Blackberry. La plataforma fue actualizada con los elementos gráficos de la nueva marca país y la nueva campaña nacional y complementada con la información de Red de Puntos de Información Turística. El desarrollo tecnológico esta soportado en Sistemas Operativos IOS, Windows y Android para dispositivos móviles (tablets y Smartphone).

En cuanto a las acciones de mercadeo, se realizaron 23 Ruedas de Negocios "Turismo Negocia" con la participación de 2.301 vendedores y 1.226 compradores concretando un total de 21.882 citas de negocios, en las ciudades de Bogotá, Pereira, Arauca, Providencia, Bucaramanga, Florencia, Guadalajara de Buga, Riohacha, Manizales, Coveñas, Leticia, Santa Marta, Popayán, San Andrés, Pasto, Armenia, Tumaco, Cúcuta, Cali, Villa de Leyva y Medellín.

Adicionalmente, a través del Fondo Nacional de Turismo se realizó una inversión de $30.400 millones para el apoyo a la promoción de los destinos por medio de eventos de las regiones como el Festival de cine en Bogotá, Vitrina Turística de Anato, Festival de la Cumbia, Carnaval de Blancos y Negros, el Festival de Cine en Cartagena, Reinado del Bambuco, Festival de la Confraternidad Amazónica, Fiesta del Mar de Santa Marta, Carnaval de Barranquilla, Feria de Manizales, Semana Santa de Popayán, Reinado Nacional del Turismo en Girardot, Alimentarte Food Festival, el Festival Francisco el Hombre en Riohacha, Festival de Música de Cartagena, Festival Nacional de la Cumbia José Benito Barros Palomino, Festival Internacional de Yurupary de Oro, Festival Internacional del Bolero, Festival de la Ballena Jorobada o Yubarta, entre otros. Igualmente a través de esa inversión se apoyó la realización de campañas de promoción turística, segmentadas y orientadas a nichos y regiones específicas, como por ejemplo promoción de Pereira, Bahía Solano, Buenaventura, Mitú, Santa Marta, Guaviare, Amazonas, Vaupés, Vichada, Cauca, Choco, entre otros.

Luego de un proceso de concertación con la antigua Subcomisión Operativa y de relaciones Internacionales – de la Comisión Consultiva de Alto Nivel de Comunidades Negras, y la posterior reactivación de negociaciones con la hoy Mesa Nacional de Comercio, Industria y Turismo de las Comunidades Negras, Afrocolombianas, Palenqueras y Raizales, desde el MINCIT y el Fondo Nacional de Turismo- FONTUR, para el cumplimiento de los acuerdo con este grupo étnico, en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, se acordó el acompañamiento para la formulación de los proyectos de competitividad, mercadeo y promoción turística.

Por solicitud de los representantes de las comunidades negras, para la ejecución de los recursos asignados a las comunidades negras ($450.000.000 para cada año) se gestionó la elaboración de un convenio entre FONTUR – Fondo Nacional de Turismo la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, convenio ya suscrito. El propósito es aunar esfuerzos de cooperación para el desarrollo de proyectos turísticos asociativos y solidarios bajo esquemas empresariales de la economía solidaria a través de la identificación, selección y acompañamiento de iniciativas de negocios turísticos y de esta manera mejorar las condiciones de vida de la población Negra, Afrocolombiana, Palenquera y Raizal.

El propósito es aunar esfuerzos de cooperación para el desarrollo de proyectos turísticos asociativos y solidarios bajo esquemas empresariales de la economía solidaria a través de la identificación, selección y acompañamiento de iniciativas de negocio turísticos y de esta manera mejorar las condiciones de vida de la población Negra, Afrocolombiana, Palenquera y Raizal, de conformidad con las consideraciones anteriores.

De este convenio se deriva un proceso de contratación con Adel Pacífico para la capacitación y socialización de proyectos turísticos por las líneas de Promoción – Mercado y Competitividad.

De otra parte, En cumplimiento del Plan Nacional de Desarrollo y con el ánimo de proporcionar toda la información y capacitación necesaria a las comunidades indígenas, que les permita identificar proyectos de desarrollo turístico, durante el 2012 se realizaron tres talleres de capacitación en materia de sensibilización en turismo comunitario y presentación de proyectos (Cabildos indígenas Inga y Kamza del Valle del Sibundoy –Putumayo, comunidades Yaguas- Ticunas y Cocamas de Puerto Nariño -Amazonas; y en la comunidad Embera del Río Chorí en Nuquí –Chocó). Dichos talleres se programaron y se realizaron en concertación con una persona delegada por las autoridades indígenas.

Durante el 2013 se realizaron talleres de capacitación con los indígenas del resguardo Senú de Còrdoba y Sucre, con los indígenas del cabildo Inga de Santiago, Sibundoy (Putumayo) y con la comunidad Coco Nuevo, pueblo indígena Curripaco (Guainía).

Siguiendo los lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia, se ejecutaron proyectos en beneficio de comunidades indígenas, con la activa participación de su población, con el objeto de brindarles una alternativa de desarrollo local a través del turismo, tales como: “Diseño Y Elaboración del Producto Turístico Municipio de Puerto Nariño” (Amazonas, Participación de Los Indígenas Yaguas, Ticunas y Cocamas); Diseño y elaboración del producto turístico en la Comunidad Tambo Wassi (Cabildo Inga de Santiago, Putumayo) y Diseño y elaboración del producto turístico en la Comunidad Indígena Embera-Río Chorí (zona rural de Nuquí).

Estudios e Investigaciones

En coordinación con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE se fortaleció el sistema de estadísticas básicas de turismo, implementando la encuesta de viajeros internacionales, la encuesta de gasto interno en turismo, el censo de hoteles, la encuesta ambiental de hoteles y se formuló el Plan Estadístico Sectorial.

En materia de promoción turística se elaboró el estudio de experiencias turísticas únicas que analizó 100 sitios que brindan experiencias inolvidables a los turistas de las cuales se seleccionaron 25 experiencias turísticas únicas, entre ellas: Ciudad Perdida y PNN Tayrona "Subir a la montaña costera más alta del mundo y en busca de vestigios arqueológicos haciendo trekking suave" y Caño Cristales "Apreciar los colores del rio más hermoso del mundo", San Agustín "Trasladarse a una civilización perdida en Los Andes", entre otras.

Con el fin de caracterizar el turismo nacional se realizó una investigación nacional de mercado que identificó las principales ciudades que demandan turismo, así como su principal oferta y características como: motivo de viaje, medios de transporte en la que se desplazan los turistas, perfil del turista, entre otras. En relación con la red de pueblos patrimonio se realizó un estudio de conectividad y accesibilidad de los pueblos que pertenecen a la red. En materia de discapacidad se elaboró un estudio para identificar la oferta turística para las personas con esta condición y se elaboró un estudio técnico sectorial de la guianza turística en Colombia

A nivel internacional se identificaron los mercados potenciales para Colombia y las principales características de los viajeros extranjeros.

A través del Fondo Nacional de Turismo apoyó el programa de fortalecimiento empresarial hotelero para mipymes, la consolidación de un sistema de indicadores de oferta y demanda de servicios turísticos de la ciudad de Ibagué, un estudio de la oferta hotelera paralela en Bogotá, la creación del portal de estadísticas hoteleras colombianas y un estudio sobre la oferta y la demanda del sector hotelero en Bogotá.

También se fortaleció el Centro de Información Turística - CITUR en contenido estadístico y se trabajó en las regiones en la creación y fortalecimiento de sus Sistemas de Información Turística

(OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS PRELIMINARES RESULTANTES DEL PROCESO DE COSNTRUCCIÓN COLECTIVA CON ACTORES DEL SERTOC, A FECHA 12 DE JUNIO DE 2014 - PST 2014-2018)

OBJETIVO GENERAL

"Avanzar en el posicionamiento de Colombia como destino turístico de talla mundial, reconocido por su oferta biodiversa, étnica y única, representada en productos y servicios altamente competitivos, que se desarrollan bajo parámetros de sostenibilidad y sustentabilidad y que se promocionan al interior del país y en el mundo, potenciando más regiones, en la era del post-conflicto".

EJES TRANSVERSALES

El plan sectorial de Turismo, identifica tres ejes transversales al desarrollo de las estrategias planteadas, cuya esencia debe permear en forma amplia y permanente, las distintas acciones, con el fin de garantizar un desarrollo armónico del objetivo general trazado.

Estos ejes son:

- **Conectividad competitiva**

Colombia como destino de clase mundial, tiene como propósito fundamental, potencializar los recursos turísticos que posee el país teniendo en cuenta el uso sostenible de los mismos, fomentando la calidad de los destinos, haciendo participes a los actores del sector en las cadenas productivas, generando proyectos de infraestructura estratégica y propiciando espacios de participación de orden gubernamental para el fortalecimiento de la planificación turística.

Por tal motivo, un factor influyente en el sector hace referencia a la conectividad de destinos, en donde, la adecuación y mejoramiento de la infraestructura aeroportuaria y marítima permite mayores conexiones de orden nacional e internacional promoviendo a su vez el acceso a los territorios, lo que facilita por ende mayores ingresos de divisas al país, de una parte, y de otra, la mayor redistribución del ingreso, llegando incluso, a los lugares más apartados del país. Ciudades como Bogotá, Armenia, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, San Andrés entre otras siete más son consideradas polos de desarrollo en materia aérea debido al incremento en los últimos años en su afluencia de pasajeros, en donde su mayor demanda está focalizada en Centro América, Estados Unidos y el Corredor Andino con más de 78.000 pasajeros que se movilizan semanalmente. ((FONTUR 2011).

En este orden, la conectividad competitiva se constituye en un eje transversal fundamental, para la potenciación de los destinos turísticos, teniendo en cuenta de que de ella depende la efectividad de todas las estrategias de desarrollo de destinos y productos turísticos con enormes potenciales de atracción de visitantes. Así, el Gobierno Nacional deberá seguir trabajando de manera articulada entre las instituciones competentes para el desarrollo de infraestructuras portuarias y tecnologías de la información y la comunicación, en los destinos que hoy aún poseen debilidades en conectividad, pero con grandes potenciales paisajísticos y culturales.

- **Turismo sostenible y responsable**

Si bien es cierto que la industria turística ocupa un gran escalafón en materia de competitividad y en la economía del país, esta permite además una mayor interacción comercial intrarregional lo que conduce a un incremento de productividad en los destinos, promueve la generación de empleo, mejoramiento en la calidad de vida y el fortalecimiento de las cadenas de valor. No obstante, este sector debe desarrollarse bajo parámetros de sostenibilidad, que Colombia ha acogido a través de la Unidad Sectorial de Normalización en Turismo Sostenible.

De igual forma, la Política de Turismo de Naturaleza, cuyo objetivo busca "Posicionar a Colombia como destino de turismo de naturaleza, reconocido por el desarrollo de productos y servicios altamente competitivos y sostenibles, que permitan preservar los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras", plantea esa responsabilidad del sector frente al uso sostenible de los recursos.

La importancia del turismo sostenible ha sido reconocida desde la normatividad, por lo cual con la reciente ley de turismo, 1558 de 2012 se establece a través del artículo 5, la obligatoriedad para los prestadores de servicios turísticos, del cumplimiento de las normas técnicas sectoriales de turismo sostenible. En el entendido, de que este es un proceso en el que muchos prestadores deberán empezar a trabajar fuertemente para el logro de la certificación, el Gobierno Nacional ha creado estímulos como el Premio Nacional de Turismo Sostenible, el cual ya institucionalizado deberá seguirse realizando, en aras de propiciar en el sector el uso de buenas prácticas.

Por ello, la planificación turística se enfrenta al reto de la generación de productos diferenciadores e innovadores en las regiones en donde la dinamización de estos, conduzcan a un beneficio económico en las comunidades receptoras permitiendo a las mismas transmitir sus costumbres, tradiciones y enseñanzas. El equilibrio ambiental, económico y social de un destino se logra teniendo en cuenta la implementación de diversas acciones encaminadas a la mitigación de los daños ambientales y culturales que el turismo pueda ocasionar. Así, la gestión de los destinos colombianos deberá contemplar estrategias como: como planes de

preservación, estudios de impacto ambiental y el uso responsable de los recursos, generación de indicadores de sostenibilidad ambiental, creación de manuales de buenas prácticas, estudios de capacidad de carga, campañas de sensibilización, entre otras acciones.

Es menester generar una cultura turística que desde la nación haga comprender que el paradigma de los indicadores de éxito turístico fundamentado exclusivamente en el número de visitantes, deben varias; hay que cualificar mercados para lugares con ecosistemas frágiles, para que el turismo masivo no genere impactos negativos y por ende, lleguen menos visitante y turistas, contribuyendo con la preservación de los ecosistemas y la biodiversidad, y que esos visitantes y turistas sean generadores de medio y alto gasto que beneficio el destino en forma integral.

En este sentido, el Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, se acoge a las directrices de gestión sostenible, promulgadas por la Organización Mundial del Turismo- OMT, son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible y sustentable, debe:

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales, contribuyendo al entendimiento y a las tolerancias interculturales.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, contribuyendo a la reducción de la pobreza.
- El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles." (OMT, 2004)

- **Colombia: Turismo en la era del post-conflicto**

La inclusión del turismo como un camino para la transformación de los espacios de guerra en territorios de paz, pueden ser hoy una realidad gracias a las diferentes iniciativas que evocan la consolidación de esta en el país, el gran impacto positivo que se tiene en la culturas y sobre todo en aquellos destinos que han sido víctimas del conflicto armado como lo han sido las zonas del Putumayo, Meta, Magdalena y la Zona del Darien, son un claro ejemplo de las oportunidades que posee el país para el desarrollo del ecoturismo como uno de los ejes fundamentales para promover la competitividad y potencializar este mercado.

Por su parte, el presidente del Instituto Internacional para la Paz a través del Turismo (IIPT) Louis D'amore afirma que «La industria del turismo juega un papel vital en la preservación del medio ambiente, en la conservación del patrimonio cultural intangible y en la creación de una cultura de respeto y paz que elimine el problema del miedo al "otro"». En este sentido, el rol que posee el sector en la construcción de un destino que garantice la seguridad del viajero, promueva la continuidad de las culturas y se disminuyan los índices de pobreza, potenciando la participación de las comunidades receptoras en el desarrollo turístico será un gran ejemplo de embajador de paz en el mundo.

ESTRATEGIAS A DESARROLLAR

1. Impulsar el desarrollo y consolidación de destinos y productos turísticos competitivos y sostenibles.

2. Lograr el posicionamiento de Colombia a nivel internacional y nacional a través de una efectiva e innovadora promoción turística.

3. Aumentar las inversiones en proyectos turísticos con capitales nacionales y extranjeros, que favorezcan el desarrollo empresarial y la generación de emprendimientos exitosos en las comunidades del sector turístico.

4. Propiciar una cultura de la excelencia en la prestación de servicios y el desarrollo de destinos y productos turísticos.

5. Obtener un turismo de talla mundial sostenible, caracterizado por la competitividad de las empresas y la cualificación del capital humano.

6. Generar una oferta turística incluyente, que permita el acceso de todos los colombianos al turismo, y propicie el emprendimiento turístico de las comunidades.

7. Lograr una gestión pública del turismo eficiente, que permita alianzas con el sector privado para el desarrollo competitivo del sector.

I. FORTALECIMIENTO DE DESTINOS Y PRODUCTOS.

El crecimiento constante del turismo, que ha experimentado Colombia en da cuenta de la necesidad, de continuar los esfuerzos en materia de fortalecimiento y consolidación de la oferta turística. Para ello, es necesario pensar en la aplicación de nuevas metodologías, criterios de planificación y gestión de los destinos turísticos, acordes con las tendencias globales, y bajo la cooperación público-privada de todos los agentes que participan de forma directa e indirecta del sector, de manera que logre integrar y desarrollar una visión estratégica del modelo turístico y refuerce la capacidad innovadora, no sólo en el desarrollo de nuevos productos y destinos, sino también en la búsqueda de mejores calificativos para la oferta ya existente.

Bajo este propósito, las acciones deben concentrarse en la planificación de los destinos, y también de los productos turísticos como dinamizadores de los territorios turísticos, partiendo de las metas planteadas en los Planes de Desarrollo Turísticos Departamentales, las visiones turísticas municipales y de territorios étnicos, así como de instrumentos tales como: los Convenios de Competitividad Turística, que imprimen responsabilidad de gestión a los actores públicos y privados. Es menester fortalecer la figura de los Convenios de Competitividad Turística como la instancia público-privada que resuelve y da curso a los temas regionales en materia turística.

De igual forma, para el país es clave seguir avanzando en la diversificación y especialización de la oferta, a través del desarrollo de productos competitivos, bajo un aprovechamiento óptimo y responsable de los recursos naturales y culturales.

Pero el reto de ofrecer unos destinos y productos de talla mundial, dependerá en gran medida de la creación y el mantenimiento de una infraestructura turística y de soporte adecuado, eficiente y sostenible, que bajo el concepto de competitividad, resulte armónica, integrada y coherente como estructura funcional de soporte al desarrollo de destinos y productos.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: Impulsar el desarrollo y consolidación de destinos y productos turísticos competitivos y sostenibles.

Estrategias:

1. Fortalecer los mecanismos propiciados desde el Gobierno Nacional, para el desarrollo competitivo del turismo en las regiones.

   Implementación:

- ✓ Plan de trabajo conjunto entre el Gobierno Nacional y las regiones (convenios de competitividad o herramienta de articulación), bajo un esquema de alianza público- privada, que garantice el cumplimiento técnico de la hoja de ruta planteada.
- ✓ Plan de trabajo conjunto con los Ministerios competentes, para el perfeccionamiento de la figura de Zona de Desarrollo Turístico Prioritario, y que realmente se convierta en mecanismo de aplicación en las regiones del país.

2. Diversificar y especializar la oferta turística a través del desarrollo de productos competitivos, que contemplen un aprovechamiento óptimo y responsable de los recursos naturales.
   Colombia se concentrará en el desarrollo de los siguientes productos turísticos: turismo de naturaleza, cultural, de aventura, de sol y playa, náuticos, de congresos, eventos e incentivos, y de salud y bienestar.

   Implementación:

- ✓ Generación de alianzas público privadas para la inversión en investigación e innovación en el diseño de productos turísticos.
- ✓ Diseño de un proyecto de capacitación de profesionales para el desarrollo de productos turísticos de nicho.
- ✓ Programa de difusión y generación de mecanismos de cofinanciación, financiación y microcréditos para el desarrollo de productos y destinos.

3. Generar infraestructuras turísticas y de soportes para el turismo eficientes y sostenibles, teniendo en cuenta las necesidades identificadas en las regiones.

Implementación:

- ✓ Elaboración de un estudio o mapa del estado de las infraestructuras turísticas y de soporte para el turismo a nivel nacional, para establecer prioridades en materia de inversión y gestión.
- ✓ Creación de una red nacional de puntos y mecanismos de información turística.
- ✓ Proyecto de restablecimiento de la navegabilidad por el Rio Magdalena.
- ✓ Gestión para la generación de aeropuertos de segundo nivel para incrementar la capacidad de acogida de los destinos emergentes.

II. PROMOCIÓN TURÍSTICA.

Es a todas luces evidente que Colombia ha logrado mantener un aumento constante en el flujo de turistas extranjeros y en el número de viajeros nacionales que deciden hacer turismo en el país, la tarea por capturar nuevos segmentos del mercado internacional de mayor gasto que impacten directamente en la generación de mayor riqueza, debe continuar en el entendido que una efectiva promoción, impacta positivamente en la atracción de nuevos visitantes y el mantenimiento de la demanda existente.

El mercado turístico internacional es cada vez más competitivo, por ello Colombia tiene el reto de continuar generando valor en sus estrategias de marketing, avanzar en los conceptos que transmitan a los colombianos y al resto del mundo, a través de mensajes claros, valores sociales, culturales y ambientales.

Hoy, Colombia es reconocida a nivel mundial como uno de los destinos turísticos que mayores y eficientes esfuerzos ha hecho para lograr captar mercados turísticos del mundo hacia el país. Peor como se mencionó, la competencia e grande y cada vez más destinos en el mundo hacen grandes apuestas por el turismo. Hay que fortalecer la promoción y el marketing internacional, no solo en contenidos y estrategias, sino en términos financieros; la comparación con la inversión en promoción que están haciendo otros competidores de la región, sin contar el resto del mundo, nos pone en desventaja. EL turismo ha traído enormes beneficios económicos y oportunidades sociales para el país. Es imperativo contar con más recursos para hacer frente a este gran reto, si Colombia quiere continuar por la senda del turismo como motor de desarrollo y hoy tercer renglón de exportaciones del país.

Asimismo, es necesario seguir propiciando el turismo interno, “más Colombianos, viajando por Colombia”, pero generando una cultura turística de doble vía, tanto

para viajeros como ciudadanos receptores, acerca de la importancia del turismo como motor de desarrollo económico del país.

La inversión de recursos para una eficaz Inteligencia de Mercados, será determinante en el éxito de la promoción turística de los próximos cuatro años, con el objeto de tener una mayor certeza de cuál es nuestra demanda potencial y trabajar en busca de ella.

Objetivo estratégico: Lograr el posicionamiento de Colombia a nivel internacional y nacional a través de una efectiva e innovadora promoción turística.

Estrategias:

1. Lograr más recursos financieros destinados a la promoción internacional, para lograr llegar al nivel de los más cercanos competidores de la región.

Implementación:

- ✓ Convocatoria a otras instancias del Gobierno Nacional y empresa privada, para que se sumen a la causa común que lidera Proexport, para multiplicar las opciones de promoción del país.

2. Desarrollar la estrategia de promoción turística de Colombia, basada en nuestros valores, sociales, culturales y ambientales.

Implementación:

- ✓ Plan estratégico de promoción y marketing turístico, que busque el posicionamiento de Colombia, con la oferta de productos turísticos consolidados.
- ✓ Inclusión en la estrategia de promoción turística del país, un programa de gestión para minimizar la estacionalidad en el turismo.
- ✓ Programa de asesoría técnica a la promoción y comercialización turística para mejorar la gestión de venta de los destinos y productos turísticos.
- ✓ Inversión en estudios de inteligencia de mercado, con el objeto de captar mercados actuales y emergentes.
- ✓ Diseño e incorporación de nuevos contenidos en la campaña de promoción turística nacional, con el propósito de seguir aumentando en número de “colombianos viajando por Colombia, para lo cual será importante armonizar los mensajes entre Proexport, marca país y FONTUR. Se debe buscar minimizar la cantidad de mensajes, con lo que se maximizan los recursos invertidos.
- ✓

3. Apoyar las iniciativas de posicionamiento de la Imagen del País en el Exterior.

Implementación:

- ✓ Diseño de un plan de trabajo para de incluir la Marca País Colombia entre los 25 primeros países del Country Brand Index (Índice de Países con Marca País), en la dimensión de Turismo.
- ✓ Inclusión de algunos lugares con presencia reiterada en los consejos de viaje- Travel Warnings y cuya condición de seguridad no amerita la generación de una advertencia, en las campañas de promoción del país.
- ✓ Diseño y difusión de protocolos de comunicación de crisis, que permita determinar con ¿Qué tipo de noticias y cómo haya que transmitirlas? Y ¿Cómo contraponer una mala noticia?

III. ESTIMULOS A LA INVERSIÓN EN TURISMO.

La industria turística atraviesa su mejor momento, en los últimos años se ha mantenido como el tercer renglón de exportaciones del país, y el primero dentro del sector servicios, con una entrada de divisas que al finalizar el 2013, ascendió a US$2182 millones.

Así, es el turismo uno de los sectores con mayores oportunidades de desarrollo, generador de empleo y posibilidades de nuevos emprendimientos, pero con grandes necesidades de innovación, generación de nuevas tecnologías, infraestructuras y diversificación de su oferta en general, por lo cual resulta imprescindible fortalecer y crear estímulos desde el Gobierno Nacional, que permitan la atracción de inversiones de capitales nacionales y extranjeros.

Colombia, un destino para la inversión, presenta en el sector la posibilidad de abrir nuevos subsectores en una economía que constantemente se encuentra en crecimiento, por sus destinos turísticos que están siendo reconocidos mundialmente y permiten vivir experiencias únicas, porque cada vez más empresas multinacionales están llegando al país apostando a estimular la hotelería, por su ubicación estratégica y conectividad aérea favorable, además de muchas otras razones que ponen al territorio nacional en la mira para la implementación de megaproyectos de infraestructura y fomentar sus múltiples polos de desarrollo.

OBJETIVO ESTRATEGICO: Aumentar las inversiones en proyectos turísticos con capitales nacionales y extranjeros, que favorezcan el desarrollo empresarial y la generación de emprendimientos exitosos en las comunidades del sector turístico.

1. Propiciar el desarrollo de nuevas inversiones para todos los eslabones de la cadena productiva del turismo.

Implementación:

- ✓ Programa de promoción y facilitación para la atracción de la Inversión Extranjera Directa para desarrollar macro proyectos de impacto.
- ✓ Programa de promoción y facilitación a las inversiones con capitales nacionales, que contemple nuevos mecanismos de financiación y cofinanciación de proyectos, incentivos tributarios.
- ✓ Plan de promoción en Responsabilidad Social Empresarial, en materia de transferencia de conocimiento, generación de negocios inclusivos, protección del medio ambiente y creación de Redes de Ángeles Inversionistas para el desarrollo empresarial del sector turístico, que también involucra la participación de las comunidades.

2. Propiciar la generación de proyectos de impacto para el desarrollo empresarial del sector turístico.

Implementación:

- ✓ Revisión del actual sistema de evaluación de financiación de proyectos, en función de criterios de impacto, tiempo y costo, que permita establecer prioridades fundamentadas técnicamente.
- ✓ Creación de un programa de asistencia técnica en metodología de identificación formulación, evaluación, seguimiento de proyectos de desarrollo turístico.
- ✓ Creación de un mecanismo de seguimiento de proyectos, que considere también recursos adicionales para ejecución material si fuere necesario.
- ✓ Generación de guías para la divulgación de los incentivos tributarios creados por ley, tales como las exenciones al impuesto a la renta en hotelería, prestación de servicios ecoturísticos, y nuevos servicios turísticos en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

IV. CALIDAD Y SEGURIDAD TURÍSTICA INTEGRAL

Si bien Colombia, se reconoce por tener un exitoso modelo de normalización concertada, voluntaria y especializada para el sector turístico, es necesario seguir

concentrando esfuerzos en aumentar cada vez más los estándares de calidad turística, que otorgue una mejor es una valoración de la oferta respecto a otros países, principalmente los de la región, en la mediciones de competitividad de los destinos a nivel internacional.

Desde el Gobierno Nacional, la misión es fomentar un turismo de calidad que responda a las preferencias y demandas del mercado mundial y cumpla con los estándares deseables para aumentar el consumo turístico, que se enmarcan en las dimensiones del desarrollo sostenible del turismo. Es necesario reforzar las actividades encaminadas a reforzar los procesos de normalización y de promoción de la certificación de prestadores de servicios y destinos turísticos, así como hacia el fortalecimiento de La Marca de Calidad Turística y la adopción de buenas prácticas en la prestación de servicios turísticos.

Otros aspectos como la seguridad integral en la prestación de servicios turísticos, que incluye aspectos de higiene, salubridad y protocolos para el desarrollo de actividades de riesgo; y la formalización del sector, deberán ser tenidos en cuenta en busca de consolidar el reto competitivo de tener un destino de talla mundial.

Objetivo estratégico: Propiciar una cultura de la excelencia en la prestación de servicios y el desarrollo de destinos y productos turísticos.

Implementación:

1. Mejorar los niveles de calidad en la prestación de los servicios y destinos turísticos.

- ✓ Diseño de una Campaña de Sensibilización en Calidad Turística para la Oferta y Demanda.
- ✓ Promoción de los procesos de normalización y certificación a través de las Unidades Sectoriales de Normalización, con el objeto de argumentar sus beneficios reales, que son percibidos por el sector como una fiscalización adicional.
- ✓ Diseño de Campaña de promoción y fomento de la Marca de Calidad Turística.
- ✓ Difusión de manuales prácticos con los requisitos mínimos de normas de turismo de aventura y turismo sostenible, que son de carácter obligatorio, para los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con las ley 1558 de 2012.
- ✓ Plan de sensibilización a las autoridades locales, para el ejercicio del control en la aplicación de las normas.
- ✓ Plan de apoyo a la formalización del sector en todos los niveles.

2. Propiciar en los consumidores/turistas una cultura de exigencia de la calidad en la prestación de servicios turísticos.
   - ✓ Creación de campañas de promoción de la calidad entre los consumidores.
   - ✓ Programa de fortalecimiento de las acciones de protección al turista, en coordinación con la Superintendencia de Industria y Comercio.
   - ✓ Concertación de una estrategia para la reducción de los costos de consultoría y certificación, mediante desarrollos a escala.

3. Fortalecer las acciones dirigidas al mantenimiento de estándares de seguridad integral en la prestación de servicios y destinos turísticos.
   - ✓ Aplicación de sanciones y medidas obligatorias en materia de higiene, seguridad e información desde las autoridades locales.
   - ✓ Implementación de un Plan de trabajo de seguridad turística integral, en articulación con los Ministerios de Salud, Ambiente, Interior, Defensa y las autoridades locales.
   - ✓ Gestión para generar una imagen más amable para el turista, en los uniformes utilizados por la policía de turismo.
   - ✓ Difusión e implementación de los Protocolos de Seguridad turística.
   - ✓ Estrategia de inclusión de variables de calidad y seguridad en las mediciones del sector turístico.

V. EMPRESAS Y CAPITAL HUMANO COMPETITIVOS.

En los últimos años las empresas e instituciones han venido fortaleciendo el recurso humano del cual disponen, reconociéndolo como un factor determinante para realizar los respectivos procesos productivos y a su vez, como propulsores de nuevas ideas. En Colombia, no sólo se ha registrado un mayor número de profesionales en las diversas áreas, sino que también, la calidad en la formación desde primaria hasta la educación superior ha mostrado un crecimiento constante.

Es así como en un escenario globalizado, el capital humano provee de ventajas competitivas al sector, generando un turismo de calidad y que es impulsado estratégica y sosteniblemente.

Siguiendo este objetivo, en el Plan Sectorial de Turismo con visión a 2020 se plantea que: “El recurso humano vinculado al sector tendrá altos niveles de calidad, su formación corresponderá con las exigencias del mercado y será un personal bilingüe. La investigación y el desarrollo tecnológico en turismo tendrán un apoyo decidido del Estado […]”

Es vital reconocer que el capital humano debe estar alineado con las necesidades nacionales e internacionales del sector turismo, generando encadenamientos productivos necesarios para el fortalecimiento de los destinos y así mismo de Colombia.

No obstante, el principal desafío en materia de capital humano competitivo, sigue siendo el mejoramiento continuo y la articulación de las necesidades que se generan desde la demanda turística y la generación de empleo y las habilidades y competencia de la oferta existente.

Objetivo estratégico: Obtener un turismo de talla mundial sostenible, caracterizado por la competitividad de las empresas y la cualificación del capital humano.

Implementación

1. Incrementar la productividad empresarial, basada en criterios del desarrollo sostenible del turismo.

- ✓ Creación de fondos de capital semilla y de riesgo en etapa temprana para el fomento del emprendimiento con enfoque sostenible en el sector turístico.
- ✓ Creación de observatorios de productividad empresarial y sostenibilidad, como herramienta para la planificación de destinos y productos.
- ✓ Plan de promoción de Responsabilidad Social Empresarial, en materia de transferencia de conocimiento, generación de negocios inclusivos, protección del medio ambiente y creación de Redes de Ángeles Inversionistas para el desarrollo empresarial del sector turístico, que también involucra la participación de las comunidades.

2. Afianzar las acciones dirigidas al fortalecimiento del talento humano del sector turístico.

- ✓ Diseño de programas de actualización y mejora de las cualificaciones y competencias profesionales del recurso humano, dirigidos a los prestadores de servicios turísticos de sus localidades.
- ✓ Diseño de un Programa Nacional de Capacitación Empresarial, en coordinación con los gremios del sector, dirigido a emprendedores y empresarios, que contemple la utilización de tecnologías de la información y la comunicación TIC´s, el desarrollo de nuevos productos, la estructuración de planes de negocios, el mejoramiento de habilidades para la participación en ruedas de negocios, la utilización de nuevas metodologías entre otros.

- ✓ Gestión de alianzas estratégicas con gremios, instituciones de educación superior en turismo, instituciones de enseñanza de una segunda lengua y colegios amigos del turismo, con el propósito de crear una hoja de ruta para el fomento del bilingüismo en el sector.
- ✓ Plan de trabajo propiciado por el Gobierno Nacional, para la articulación de la academia y las empresas del sector, con el objeto de generar pertinencia en la educación en turismo.

VI. TURISMO SOCIAL.

En Colombia, el Turismo Social se reconoce como un canal estratégico que facilita el acceso de toda la población colombiana al derecho fundamental de la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, convirtiéndose en un factor de participación y reconocimiento social.

Es así como, en este escenario se engloban las poblaciones con menos posibilidades de disfrute del ocio (personas con discapacidad, las personas mayores, jóvenes y de escasos recursos económicos) que se han visto beneficiadas con una política integral que promueve la mejora de la calidad de vida con base en el desarrollo turístico sustentable.

El factor de sostenibilidad social que es transversal a todos los escenarios, toma mayor importancia pues, se busca el desarrollo turístico alternativo encontrando las respuestas adecuadas a las necesidades de los turistas, viajeros y sociedad en general, frente a sus condiciones y necesidades físicas.

Por ello, es necesario seguir promoviendo un turismo incluyente y accesible desarrollado desde aspectos de capital humano, sensibilización de prestadores de servicio, infraestructura, actividades, acceso a atractivos y servicios, y en general, oferta turística.

Por otro lado, desde el punto de vista de la oferta, el país avanza en el desarrollo e implementación de emprendimientos diferenciados, competitivos y sostenibles gestados desde las distintas comunidades, campesinas, étnicas, población desplazada. Desde el Gobierno Nacional se ha trazado unas líneas estratégicas, con el propósito de que contribuir a la generación de empleo e ingresos y a la consolidación competitiva y sostenible de los destinos con la participación de sus actores locales.

Por ello, es necesario seguir las estrategias planteadas para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia, con miras a promover la preservación de los valores sociales y patrimoniales como elemento de identidad nacional, convirtiéndose así en un factor de fortalecimiento de la cadena de valor de los destinos turísticos, pero que también imprima una conciencia competitiva y empresarial en los procesos comunitarios.

Objetivo estratégico: Generar una oferta turística incluyente, que permita el acceso de todos los colombianos al turismo, y propicie el emprendimiento turístico de las comunidades.

Implementación

1. Implementar acciones tendientes a generar un turismo incluyente para todos los colombianos, en especial para los grupos de población vulnerables identificados en la política de turismo social: personas con discapacidad, adulto mayor, jóvenes, y personas con menores recursos.

- ✓ Generación de un plan de trabajo interinstitucional, con participación de las cajas de compensación familiar para el desarrollo de acciones de turismo social, como parte de un programa de inclusión de todos los grupos de población al turismo.
- ✓ Desarrollo de infraestructuras accesibles para la población en situación de discapacidad.
- ✓ Creación de una categoría en el Premio de Turismo Sostenible, para los prestadores de servicios turísticos con iniciativas novedosas de turismo social.
- ✓ Creación de un programa de tarifas diferenciales para el adulto mayor, en alianza con los distintos prestadores de servicios turísticos.
- ✓ Diseño de programas para apertura a nuevos segmentos como mujeres y LGBTI.

2. Fortalecer los emprendimientos de turismo comunitario, de manera que se contribuya a la generación de ingresos y a la obtención de destinos y productos competitivos y sostenibles.

- ✓ Elaboración del diagnóstico nacional de Turismo comunitario, con el objeto de identificar emprendimientos comunitarios competitivos, con para la prestación de servicios e impulso de las mismas favoreciendo la permanencia en el territorio de las comunidades.
- ✓ Creación de un programa de fortalecimiento de las competencias de los actores de turismo comunitario asociatividad y empresarial

- ✓ Creación de un programa de incentivos tributarios para emprendimientos de turismo comunitario.
- ✓ Desarrollo de acciones para propiciar la participación de las comunidades artesanas, en la cadena de valor del turismo de sus territorios.

3. Propiciar a nivel nacional una conciencia de prestar servicios turísticos de manera responsable, teniendo en cuenta preceptos como el Código de Ética Mundial del Turismo.

- ✓ Ampliación de la campaña de sensibilización a prestadores frente a La Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes a través del turismo.
- ✓ Ampliación de la campaña de sensibilización a prestadores frente a la venta y consumo de narcóticos asociada al turismo.
- ✓ Creación de una campaña de uso responsable de los recursos en la prestación de servicios turísticos, en aras de proteger el patrimonio natural y cultural de la Nación.

VI. GOBERNABILIDAD Y GESTIÓN EFICIENTE.

La planificación, gestión e implementación diaria de la normatividad y de los programas instaurados en el territorio colombiano, constituyen la gobernabilidad y la gestión eficiente, centrados en la visión y dirección de las organizaciones turísticas para el cumplimiento óptimo de procesos.

Entendiendo por gobernabilidad “el control o dominio que una autoridad de turismo puede tener sobre una estrategia, esta dimensión se clasifica teniendo como base unos criterios de control sobre la gestión y ejecución de las acciones para ejecutar las estrategias, por parte de la autoridad regional de turismo” (Plan Sectorial de Turismo 2011-2014)

Dado a lo anterior, en Colombia se han venido generando herramientas de enlace del Viceministerio de Turismo – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - con las instituciones y autoridades departamentales con el objetivo de crear una articulación de las estrategias regionales con las políticas nacionales y así, direccionar competitivamente la gestión pública del turismo.

Así mismo, es importante destacar que no sólo se ha trabajado en el fortalecimiento de las relaciones nacional – regional, sino que también, se han estructurado acciones que generen integración público – privada localmente, promoviendo la descentralización de la gestión del turismo.

Objetivo estratégico: Lograr una gestión pública del turismo eficiente, que permita alianzas con el sector privado para el desarrollo competitivo del sector.

Implementación

1. Fortalecer la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional.

- ✓ Creación de un sistema nacional de turismo, integrado por el orden nacional y los Organismos de Gestión de Destinos, públicos y de carácter mixto.
- ✓ Diseñar un plan de reestructuración del Registro Nacional de Turismo.
- ✓ Ampliación del número de Centros de Información Estadística- CITUR´s a todas las regiones del país.
- ✓ Campaña de difusión de la normatividad turística actual.
- ✓ Fortalecimiento de las acciones de gestión para la obtención de mayor Cooperación Internacional para el desarrollo del turismo.

2. Propiciar el desarrollo turístico regional, de acuerdo con las políticas nacionales de desarrollo del turismo.

- ✓ Plan de difusión en las regiones de los roles de cada una de las entidades del Estado encargadas del desarrollo turístico, así como aquellas que dentro de sus áreas misionales desarrollan actividades conexas al sector.
- ✓ Evaluación de los resultados de los Encuentros de Autoridades de Turismo, en busca de definir una nueva estrategia que genere mayor interlocución región-región, y así los departamentos, puedan tener espacio para presentar sus iniciativas y hagan trabajos en red.
- ✓ Creación de una comunidad virtual de autoridades de turismo, que fomente el conocimiento mutuo, la colaboración y el intercambio de experiencias.