

Plan de Desarrollo Turístico
Departamento del Chocó 2016-2020

Plan de Desarrollo Turístico

Febrero de 2016

Índice

1 Introducción..... 3

2	Conclusiones claves del diagnóstico.....	4
3	Proceso metodológico.....	9
4	Visión, objetivos y metas	10
4.1	Construcción participativa de visión	10
4.2	Objetivos	13
4.3	Metas.....	15
5	Estrategias de desarrollo turístico.....	20
5.1	Estrategia de Posicionamiento.....	23
5.2	Estrategia de productos y destino.....	26
5.3	Estrategia de mercados	85
5.3.1	Identificación del mercado	86
5.3.2	Determinación del objetivo de promoción	92
5.3.3	Definición del presupuesto de promoción.....	95
5.3.4	Selección de mecanismos de promoción	96
5.3.5	Propuesta de Indicadores	112
5.4	Estrategia de sostenibilidad	113
5.4.1	Conservación del medio ambiente y gestión del patrimonio natural .	115
5.4.2	Ordenamiento, uso y aprovechamiento del territorio en el turismo.....	118
5.4.3	Preservación del patrimonio cultural y fortalecimiento del sector cultural	121
5.4.4	Turismo comunitario	122
5.4.5	Turismo responsable	125
5.4.6	Monitoreo de la sostenibilidad.....	126
5.5	Estrategia de calidad.....	129
5.5.1	Clasificar, visibilizar y facilitar la formalización de prestadores de servicios turísticos:	130
5.5.2	Adopción e implementación de sellos de calidad y de especialización de la oferta:	131
5.5.3	Formación para el turismo:	132
5.6	Estrategia de Gobernanza y gestión	137
5.6.1	La generación espacios de encuentro y diálogo permanente.....	138
5.6.2	Fortalecimiento de la institucionalidad para el desarrollo turístico.....	139
5.6.3	Generación de capacidades para la captación de fondos de inversión públicos y de cooperación internacional para el desarrollo turístico, así como inversión privada dirigida al fomento del emprendimiento comunitario.....	140
6	Programas y proyectos	140
6.1	Programa de productos y destinos	141
6.2	Programa de mercados y promoción.....	157
6.3	Programa de sostenibilidad	171
6.4	Programa de calidad.....	186
6.5	Programa de gobernanza y gestión	192
7	Lineamientos de acción para el plan de desarrollo turístico	198
7.1	Fortalecer la institucionalidad para el desarrollo del sector.....	199
7.2	Ordenar el territorio.....	201
7.3	Generar capacidades locales.....	203
8	Presupuesto.....	208
9	Bibliografía.....	227
10	Anexo.....	231

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

1 Introducción

El objetivo de este documento es presentar las estrategias y los programas de acción que permitan avanzar en el desarrollo turístico del Departamento del Chocó en un horizonte de 4 años (2016 – 2020), con el fin de aprovechar de manera sostenible los recursos, preparar el destino para el disfrute turístico, consolidar la oferta con la que hoy cuentan los visitantes, mejorar la experiencia y trabajar en la competitividad que resulten en un incremento de la llegada y gasto de turistas al destino.

El Plan se ha realizado teniendo en cuenta los resultados del diagnóstico en el que, a través de fuentes secundarias y con base en el trabajo de campo, se identificó el estado en el que se encuentra la oferta turística del Departamento, la competitividad de la cadena de valor y el comportamiento de la demanda, a la vez que se establecieron las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades. De esa primera fase, se destaca el potencial de desarrollo que tiene el turismo en el Departamento y el impacto que generaría a nivel económico, socio-cultural y medio ambiental.

El Plan de Desarrollo Turístico del Chocó, ha sido enmarcado dentro de los lineamientos que plantea el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 y el Plan sectorial de turismo de ese mismo período, es por esto que, además de contribuir al cumplimiento de los objetivos del Departamento, lo hará a los objetivos sectoriales nacionales.

Este documento se presenta en cuatro grandes componentes: El primero recoge los resultados principales del diagnóstico; el segundo establece la visión, los objetivos y las metas que se proponen para Chocó; luego se define el concepto de posicionamiento sobre el que trabajará el Departamento y se detallan las estrategias para conseguirlo; finalmente, se presentan en formato de fichas de proyectos las acciones que se deben implementar.

Para la elaboración del Plan de Desarrollo del Departamento del Chocó la consultoría trabajó con base en los siguientes criterios:

- Planificación turística orientada por el mercado
- Participación y consenso
- Construir sobre lo construido
- Sostenibilidad socio-cultural, ambiental y económica
- Visión integral a través de la cadena de valor del turismo
- Especial énfasis en modelos de gestión comunitaria
- Enfoque en productos reales y potenciales viables de implementación en el horizonte de 4 años previsto para el plan, pensados en experiencias únicas
- Perspectivas de corto, medio y largo plazo

2 Conclusiones claves del diagnóstico

Para facilitar el entendimiento de las condiciones actuales del destino, este capítulo muestra las conclusiones del análisis de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas del sector turístico en el departamento de Chocó desagregado en 6 temáticas, en las que el equipo consultor consideró podrían agruparse los aspectos más relevantes identificados, como base para la definición de estrategias que permitan alcanzar los objetivos propuestos en este Plan de Desarrollo Turístico:

Factores claves

Posicionamiento

Factores de oportunidad

Colombia visto por mercados turísticos especializados en naturaleza como un lugar inexplorado y aspiracional.

Reconocimiento como escenario estratégico de biodiversidad a nivel mundial

Ser considerado como parte de los ecosistemas del Chocó Biogeográfico.

Mejora en la percepción del mercado nacional frente al Chocó como destino turístico

Optimismo en el sector turístico tras firma de acuerdos de paz

Factores de mejora

Percepción de inseguridad del destino

Presencia de grupos al margen de la ley

Flujo permanente de noticias negativas

Destinos y productos turísticos

Factores de oportunidad

Ubicación estratégica: Chocó Biogeográfico -

Biodiversidad de flora y fauna y Parques Nacionales Naturales reconocidos

El entorno geográfico y social facilitan la existencia de una oferta diversa en turismo de naturaleza, cultura y sol y playa

Posicionamiento del producto de avistamiento de ballenas en el mercado turístico nacional.

Factores de mejora

Las ofertas turísticas no están pensadas como

experiencias.

Falta de productos turísticos consolidados y limitantes de temporalidad de la oferta principal actual del destino

Desarticulación de prestadores de servicios en las zonas de aprovechamiento turístico.

Operación hotelera concentrada en los cascos urbanos y en corporativo trabajador (Quibdó)

Operación hotelera dispersa en playas y zonas rurales de limitada conectividad (Litoral)

Infraestructura de conectividad limitada para productos multidestinos - intra-regionales

Barreras logísticas para la operación efectiva de productos especializados.

Altos costos de movilidad aérea y marítima para llegar a los destinos con mayor potencial turístico

Mercado y promoción

Factores de oportunidad

Tendencia positiva en crecimiento de los mercados turísticos nacionales e internacionales

Esfuerzos de promoción al turista final

Mejora en la percepción del mercado nacional frente al Chocó como destino turístico

Proceso de construcción de paz en el país como oportunidad de mejora de la imagen del destino

Crecimiento de la demanda por turismo de naturaleza, en especial ecoturismo

Factores de mejora

Falta de penetración en los canales intermediarios de turismo

No hay manejo de la relación fronteriza como ejercicio turístico posible

Sostenibilidad

Factores de oportunidad

Riqueza étnica: Afros, indígenas y mestizos.

Oportunidad del turismo como mecanismo de diversificación productiva y reducción de la pobreza

Interés de líderes locales por el desarrollo turístico

Establecimiento de áreas de conservación ambiental y motivación de las comunidades por promoverlas

Factores de mejora

Alta tasa de NBI, con promedio de 71%

Bajo grado de apropiación y concientización del turismo como sector económico en las comunidades.

Limitada articulación del recurso humano al sector empresarial

Desconocimiento y bajo aprovechamiento de las oportunidades del sector turístico en otros eslabones distintos a la alimentación y alojamiento.

Falta de motivación de las comunidades de ser partícipe del ejercicio turístico en apuestas de mediano y largo plazo.

Falta de encadenamiento de los eslabones de la cadena

Riesgo de deterioro ambiental por las prácticas de deforestación, actividad minera y manejo de residuos

Falta de conciencia frente al manejo del patrimonio cultural y natural.

Baja conciencia de las comunidades frente a la conservación y el uso sostenible

No existe planificación sobre el ordenamiento del territorio y su uso turístico.

Calidad

Factores de oportunidad

Existencia de una planta turística desarrollada de diversas categorías.

Se ofertan programas de formación turística.

Ambiente hospitalario y de amabilidad de sus gentes

Factores de mejora

Poco interés en la educación técnica y profesional en la zona rural

Competencia desleal entre los prestadores de servicios turísticos

Baja implementación y control de las regulaciones de transporte marítimo y fluvial.

Ausencia de señalización vial reglamentaria

Bajos niveles de preparación para atención médica y de emergencias.

Poca divulgación de actuaciones preventivas frente a enfermedades tropicales.

Baja preparación frente a contingencias naturales en el territorio.

Inexistencia de cifras estadísticas formales

No se cuenta con oferta de guías en el destino con

RNT

Baja competencia en bilingüismo

Alto grado de informalidad empresarial en el sector turístico

Escasa preparación frente a contingencias naturales en el territorio.

El recurso humano no cuenta con la formación idónea para el desarrollo de productos turísticos especializados.

Falta de recurso humano capacitado y profesional vinculado al ejercicio del sector turístico

Limitada accesibilidad a servicio de internet y conectividad móvil.

Gobernanza y gestión

Factores de oportunidad

Prioridad de atención al territorio en Planes Nacionales

Existencia de mecanismos de participación comunitaria establecidos (Territorios colectivos y resguardos indígenas)

Los consejos comunitarios tienen motivación por participar activamente en los procesos de desarrollo turístico.

Avance en la puesta en marcha de mesas municipales de promoción y desarrollo turístico.

Factores de mejora

No se considera el desarrollo turístico como prioritario para los planes de gobierno municipales y de ordenamiento territorial.

La relación público-privada - comunidad a nivel regional y municipal no es articulada y fluida.

No existe un presupuesto asignado específicamente para turismo a nivel regional y municipal en las instituciones públicas.

El liderazgo comunitario y administrativo no cuenta con conocimiento técnico requerido para afrontar los retos que tiene el sector turístico.

Falta de espacios de diálogo y concertación entre las comunidades y los actores participantes del sector turístico.

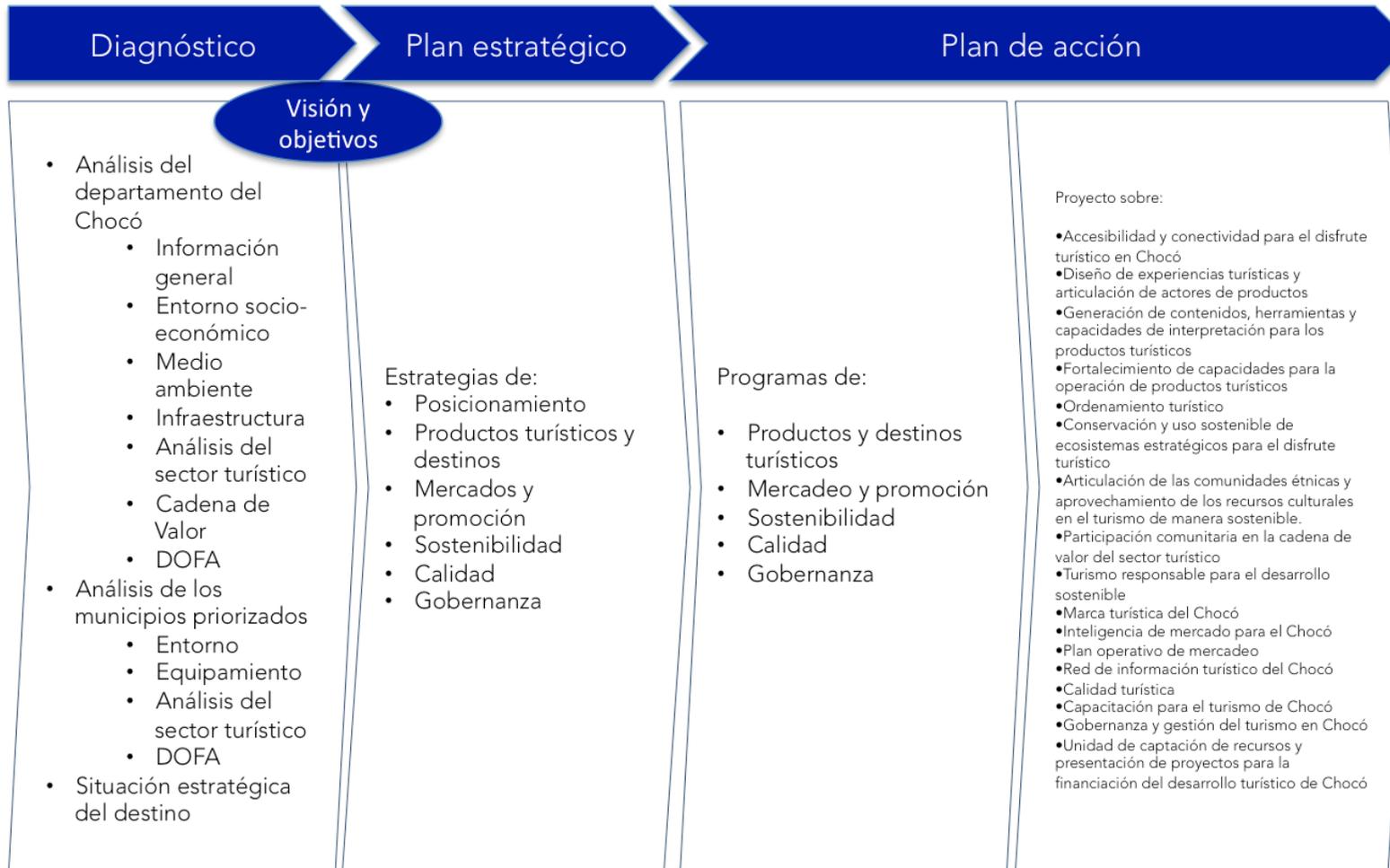
Falta claridad en el rol y alcances de los consejos comunitarios para el ejercicio de la actividad turística.

Desconocimiento, interpretación e implementación subjetiva de la normatividad étnica frente a la propiedad colectiva y el rol de las comunidades en los territorios.

 Baja presencia institucional en los territorios

3 Proceso metodológico

El plan se elaboró de acuerdo al siguiente proceso:



4 Visión, objetivos y metas

El presente capítulo aborda la definición de visión, objetivos y metas del Plan de Desarrollo Turístico de Chocó 2020 y expone el camino hacia por el cual debe avanzar el sector en el mediano plazo.

El capítulo se integra de la presentación de resultados de:

- La construcción participativa de visión
- Definición de objetivos específicos
- El establecimiento de metas

4.1 Construcción participativa de visión

La visión general del Plan de Desarrollo Turístico de Chocó plantea la situación del sector turístico en el Departamento en el mediano plazo una vez desarrollado el PDT. Es decir, en el 2020, ante la pregunta de **qué es, qué tiene y qué se puede experimentar en Chocó**, cualquier visitante, autoridad, representante del sector o miembro de la comunidad del destino deberá estar en condiciones de dar una respuesta ajustada a la visión establecida en el Plan.

Entendiendo la importancia de la construcción participativa en el Chocó, el equipo consultor, a través de 12 talleres en los municipios de Quibdó, Istmina, Nuquí, Bahía Solano y Acandí, identificó los elementos que permitirían la definición de una visión compartida: Chocó 2020.

Los resultados obtenidos se presentan a continuación:

Elementos para la construcción de visiones del destino 2020		
¿Qué es el Chocó?	¿Qué tiene el Chocó?	¿Qué ofrece el Chocó?
<ul style="list-style-type: none"> • El Chocó es un tesoro natural que se está abriendo al mundo. • Es el lugar de encuentro entre el Atlántico, el Pacífico y la selva. • Es biodiverso, tradicional y alegre • Es el futuro turístico de Colombia • El pulmón del mundo rodeado por el Atlántico y el Pacífico • Es un territorio de cultura y biodiversidad, que une dos océanos con la selva y los ríos. • Exótico destino natural y cultural en excelente conservación. • Es un departamento único bañado por dos mares, Pacífico y Atlántico. • Es una zona biodiversa y pluri-étnica. • Un paraíso salvaje • Naturaleza pura • El noroccidente del país 	<ul style="list-style-type: none"> • Riqueza cultural y natural que se puede explorar • Dos mares, playas, selva, biodiversidad, riqueza hídrica, riqueza minera. • Completa biodiversidad con un territorio multicultural • Tiene parques, mares, el mayor número de diversidad de aves de Sur América, su gente, su cultura y gastronomía. • Biodiversidad, fuentes hídricas, riqueza cultural y riqueza mineral. • Flora y fauna, cultura ancestral y riqueza hídrica. • Biodiversidad, etnias, cultura y folclor. • Dos mares, selva, variedad de etnias. • Selvas y paisajes • Culturas étnicas, riqueza hídrica en un sistema montañoso independiente. • Costas en ambos océanos. • La segunda biodiversidad más grande del mundo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Una experiencia tranquila e inolvidable. • Una experiencia única en medio de la alegría de su gente • Riqueza hídrica, cultura y pesca artesanal • Conecta Centro América con Sur América • Ofrece el calor y la amabilidad de sus pobladores con una gran sonrisa al contemplar sus bellos parajes. • Una experiencia de conocimiento ancestral en contacto con la naturaleza. • Experiencia de relax, descanso, investigación y aventura • Naturaleza y sus dos costas • Ver la naturaleza reflejada en la tranquilidad que produce. • Cultura, carisma y una

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Es la tierra de los dos mares, la biodiversidad y la cultura.</i> • <i>Es un paraíso terrenal.</i> • <i>Es vida, alegría y aprendizaje.</i> • <i>Es el departamento mejor ubicado de América</i> • <i>Es el encuentro entre el mar Caribe y el Pacífico</i> • <i>Es uno de los más bellos de Colombia por su biodiversidad, riqueza natural y sus dos mares.</i> • <i>Es el pulmón del mundo</i> • <i>Es la unión de los ríos con el mar</i> • <i>Paraíso ecológico anclado en el tiempo y espacio en donde sus habitantes conviven de forma armónica.</i> • <i>Es multicultural y pluri-étnico.</i> • <i>Tierra cultural en medio de la biodiversidad</i> • <i>Selva entre dos mares</i> • <i>Es un encuentro cultural y natural</i> • <i>Un lugar hermoso, inexplorado, biodiverso y rico.</i> • <i>Es la selva con dos mares.</i> • <i>La mejor esquina de América.</i> • <i>Un embrujo natural</i> • <i>Un destino obligado para los amantes de la naturaleza</i> • <i>Es el lugar de encuentro entre el Atlántico, el Pacífico y la selva, es biodiverso tradicional y alegre.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vida.</i> • <i>Riqueza única de flora y fauna, un mundo biodiverso, rodeado de selva, ríos y mares.</i> • <i>Tiene cultura, magia</i> • <i>Biodiversidad natural y cultural que podemos explorar.</i> • <i>Una de las mayores biodiversidades del mundo.</i> • <i>Ríos, quebradas y una cultura amable emotiva.</i> • <i>Una excelente gastronomía.</i> • <i>Dos mares y extensas playas.</i> • <i>Selva y dos mares con la mayor biodiversidad del mundo.</i> • <i>Selva espesa rica en recursos naturales, dos mares y gente amable.</i> • <i>Riqueza en flora fauna y fuentes hídricas.</i> • <i>Mega biodiversidad y cultura</i> • <i>Riqueza de flora y fauna, paisajes naturales.</i> • <i>Diversidad biológica y cultural en territorios selváticos de comunidades étnicas amables, alegres y espontaneas que enfocan su buen vivir arraigados a tradiciones y saberes ancestrales.</i> • <i>Virginidad de bosques.</i> • <i>Inmensa vegetación, flora y fauna.</i> • <i>Gastronomía y buen servicio.</i> • <i>Conjunto de productos exóticos.</i> 	<p><i>historia por contar.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Un embrujo real étnico y una biodiversidad única para compartir sosteniblemente su cultura, mares y su selva.</i> • <i>Turismo de sombra.</i> • <i>Ofrece cultura, alegría, amabilidad, selvas río, mar y gastronomía.</i> • <i>Bellos lugares y mucha gente amable.</i> • <i>Interacción con la comunidad, que con calidez, alegría y espontaneidad permite sumergir al turista en una verdadera vivencia con derroche cultural.</i> • <i>La oportunidad de reconocernos, redescubrirnos; de conocer lo mejor de nosotros mismos y de compartirlo con el mundo.</i> • <i>Una experiencia inmejorable de tener contacto con la cultura, la naturaleza y la vida.</i> • <i>Contacto con ritmos, artes, sabores, ríos, playas, mar, selva y la lluvia.</i> • <i>Una experiencia única del descubrimiento de la naturaleza y la alegría de su gente.</i> • <i>Una experiencia única de cultura y biodiversidad endémica.</i> • <i>Paz, tranquilidad y conexión con la esencia.</i> • <i>Experiencia de paz, relax y aprendizaje inimaginables con su biodiversidad.</i> • <i>Una experiencia en medio de la biodiversidad y de la mano de diferentes culturas étnicas.</i> • <i>Una experiencia inolvidable que te hará vivir una aventura sin igual de encuentro con nuestras riquezas naturales de la mano de las sonrisas de nuestra gente.</i> • <i>Riqueza natural y cultural biodiversa.</i> • <i>Descanso, tranquilidad.</i> • <i>Turismo de aventura y con conciencia ecológica.</i> • <i>El contraste del azul del mar con la protuberancia de la selva.</i>
--	---	---

--	--	--

Con los elementos definidos por la comunidad se trabajó en grupos para establecer una visión compartida de la región. Las propuestas se sintetizan así:

Visiones construidas participativamente:	
Zona Norte	<ul style="list-style-type: none"> • <i>El Chocó es el punto equidistante que une América del Norte con América del Sur, donde confluyen dos océanos, con gran biodiversidad y gente amable, que ofrece tranquilidad y experiencias en medio de mares, ríos y selvas.</i> • <i>El Chocó es el encuentro del mar Caribe y el Pacífico, Centro y Sur América, con selva espesa y gente amable que ofrece una experiencia inolvidable en medio de la naturaleza.</i> • <i>El Chocó es el pulmón del mundo, rico en fuentes hídricas, con mega-biodiversidad natural y cultural que ofrece una experiencia en turismo de aventura con conciencia ecológica.</i>
Zona Occidente	<ul style="list-style-type: none"> • <i>El Chocó es un tesoro natural que está abierto al mundo, ubicada en la mejor esquina de América. Su selva y dos mares integran la mayor biodiversidad del mundo, ofrece una experiencia para conocer lo mejor de nosotros mismos y compartirlo.</i> • <i>El Chocó es uno de los más bellos departamentos de Colombia por su gran biodiversidad, con riqueza en flora, fauna y fuentes hídricas, ofrece una experiencia única como pulmón del mundo.</i> • <i>El Chocó es una tierra cultural en medio de la biodiversidad, rico en flora fauna y étnias que ofrece una experiencia de conocimiento ancestral y contacto con la naturaleza.</i> • <i>El Chocó es el lugar de encuentro entre el Atlántico y el Pacífico con la selva, es un escenario biodiverso de gran riqueza hídrica y comunidades étnicas que comparten con los visitantes una experiencia de contacto con ritmos, artes, sabores.</i>

**Zona
Centro y
Sur**

- *El Chocó es un departamento bañado por dos mares, biodiverso y pluri-étnico, un paraíso salvaje con riqueza cultural y natural que se puede explorar para vivir una experiencia única en medio de la alegría de su gente.*
- *El Chocó es un paraíso ecológico anclado en el tiempo y espacio, donde se convive de forma armónica entre dos mares con diversidad biológica y cultural en territorios selváticos de comunidades étnicas que enfocan su buen vivir arraigados a tradiciones y saberes ancestrales y, ofrece una experiencia de interacción entre el turista y la comunidad, que con calidez, alegría y espontaneidad, permite sumergirlo en una verdadera vivencia con derroche cultural.*

Al integrar los elementos comunes identificados y los planteamientos de visión considerados en cada territorio, para el PDT-Chocó 2020 se establece la siguiente visión:

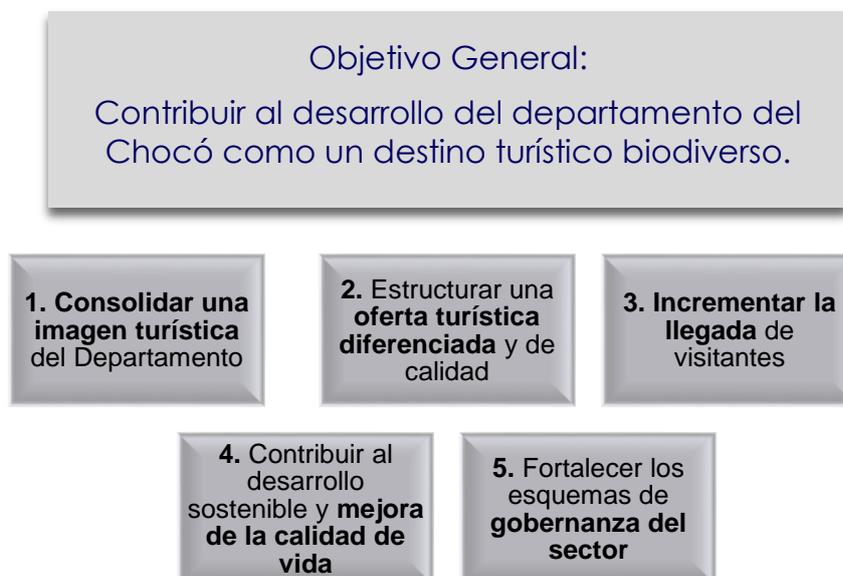
Visión:

El Chocó en el 2020 es el lugar de encuentro del Atlántico y el Pacífico con la selva, dando origen a un escenario biodiverso de gran riqueza hídrica y comunidades pluri-étnicas, que ofrece una experiencia única en contacto con la naturaleza, en medio de los ritmos, artes y sabores de su gente.

4.2 Objetivos

Para alcanzar la visión establecida para el PDT- Chocó 2020, se trabajó con las comunidades en la definición de los objetivos que debe tener el Plan y que servirán de guía para el planteamiento de las estrategias, acciones que permitirán el desarrollo turístico del territorio.

El resultado se refleja en seis planteamientos:



A continuación se presentan los objetivos específicos definidos para el PDT-Chocó 2020

<p>Objetivo General</p> <p>Contribuir al desarrollo del departamento del Chocó como un destino turístico biodiverso</p>	a.	Aprovechar las oportunidades que genera el turismo como herramienta de conservación de la biodiversidad y la identidad cultural del territorio
	b.	Avanzar en las acciones necesarias para que el Chocó sea un destino competitivo y sostenible

<p>1. Consolidar una imagen turística del Departamento</p>	Fomentar acciones tendientes a:	
	a.	Disfrutar de una experiencia turística contribuyendo a la protección de la biodiversidad y la identidad cultural.
	b.	Apoyarse en el turismo como sector dinamizador del desarrollo económico para la mejora de la calidad de vida
	c.	Generar percepción positiva del Chocó como destino turístico
	d.	Mejorar la percepción de seguridad del destino

<p>2. Estructurar una oferta turística diferenciada y de calidad</p>	a.	Consolidar productos clave, fortalecer complementarios y desarrollar productos de nicho.
	b.	Zonificación turística del territorio y diferenciación conceptual de las sub-regiones a través de productos clave, complementarios y de nicho.
	c.	Fortalecer el desarrollo de experiencias únicas relacionadas con el turismo de naturaleza en armonía con las comunidades étnicas para todo el año
	d.	Implementar estándares de calidad turística entre los prestadores de servicios del sector
	e.	Promover la formalidad empresarial y visibilizar a los prestadores de servicios turísticos en todos los niveles.
	f.	Fortalecimiento de los programas de formación media, técnica relacionada al sector.

<p>3. Incrementar la llegada de visitantes</p>	a.	Priorización de mercados de atracción de corta, media y larga distancia. Consecución de públicos de las principales zonas urbanas del país con facilidades de conectividad (Medellín –
---	----	--

	Bogotá)
	b. Promover acciones para motivar la llegada de turistas de mercados de nicho (larga distancia) – Alemania, UK, USA, Europa a través de clubs y asociaciones.
	c. Fortalecer las acciones de información y comunicación de la oferta del destino.
	d. Fomentar el uso de canales comerciales y de promoción estratégicos para el destino enfocados a los mercados deseados.
4. Contribuir al desarrollo sostenible y mejora de la calidad de vida	a. Aportar en la preservación de los recursos naturales y la identidad cultural de las comunidades del territorio
	b. Fomentar modelos de operación incluyentes que aportan a la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales.
	c. Involucrar a las comunidades en iniciativas de desarrollo sostenible alrededor del turismo
	d. Promover esquemas de ordenamiento, uso y aprovechamiento sostenible de recursos turísticos.
	e. Promover el turismo responsable
5. Fortalecer los esquemas de gobernanza del sector	a. Contribuir a la priorización del sector turismo en el ámbito departamental y municipal
	b. Fortalecer el rol y mejorar la capacidad institucional de las autoridades departamentales, municipales y comunitarias participantes en el sector turístico
	c. Establecer espacios de diálogo permanente entre el sector público, privado y las comunidades locales

4.3 Metas

Para el Plan de Desarrollo Turístico del Chocó, con base en los objetivos y el potencial identificado en la fase de diagnóstico, se fijan las metas a alcanzar en

el 2020¹. Éstas se comparan con lo que sería el crecimiento orgánico² del turismo en el Departamento, con el fin de contar con una herramienta que permita visualizar la dimensión del beneficio e impacto a corto plazo de la implementación del Plan.

A continuación se detallan:

Variable	2014	Meta 2020
Total de visitantes anuales	12.630	94.421
Total de visitantes nacionales anuales	10.721	67.362
Total de visitantes internacionales anuales	1.909	27.059*
Total de ingresos por gasto directo del visitante	3.539.300.000**	45.150.572.286
Total acumulado de ingresos por gasto directo del visitante	N/A	94.931.782.832
Empleos a generar		1.680

* Las metas incorporan los incrementales ocasionados por el PDT. La Tasa Acumulada de Crecimiento Compuesto (TACC) promedio hasta el 2020 es de aproximadamente 7,8%

** Estimados según entrevistas a prestadores de servicios turísticos, gastos propios en campo, y datos cruzados de fuentes varias en el Departamento

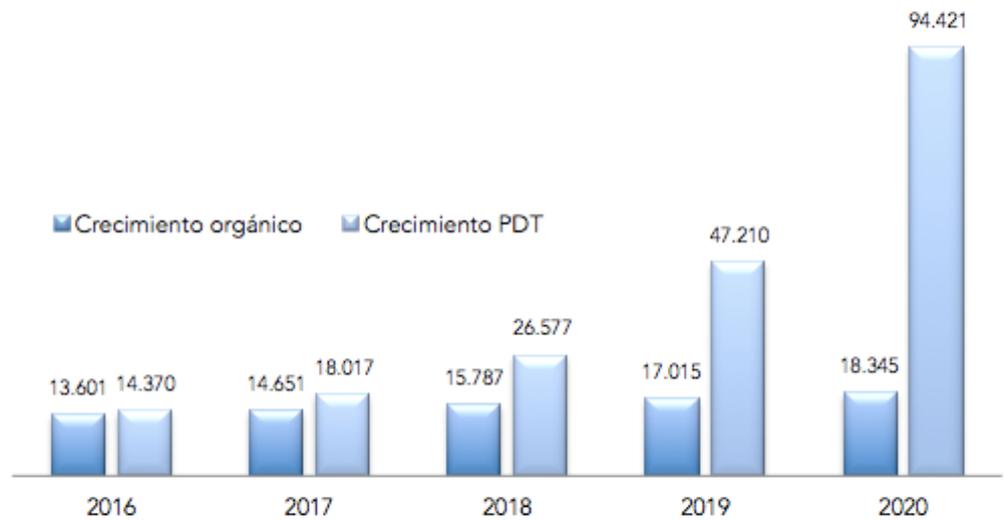
*** Las metas son conservadoras, tienen en cuenta la inflación en el tiempo, calculada cercana al IPC, y hace una proyección inicial en la que calcula el incremento del gasto diario de un visitante promedio considerando un aumento de la oferta generada con el PDT.

En la siguiente gráfica se presentan las metas diferenciales entre el crecimientos orgánicos y el del Plan, tanto en el caso de los visitantes nacionales como en el de los internacionales con motivación recreacional, así como las llegadas acumuladas previstas en 4 años.

¹ Se adapta metodología trabajada por Tourism and Leisure, en consultorías de elaboración de Planes de Desarrollo Turístico para Colombia con AviaExport – Organización Aviatur.

² Se considera crecimiento orgánico la evolución de los indicadores básicos del turismo con que se cuenta en el supuesto de no existir un PDT para el desarrollo del Departamento. Si bien este crecimiento orgánico se elabora a partir de la TACC, es decir, la tasa a la que ha ido creciendo el mercado en los últimos años, es necesario resaltar que para este Plan se tuvo que trabajar con base en una hipótesis de crecimiento del 11,9%. Lo anterior, por el comportamiento anormal que muestran las estadísticas en el 2013 (Se registran 905 visitantes en el 2012, 433 en el 2013 y 1909 en el 2014). Dado que la respuesta que explica el fenómeno, según los actores del sector en la región, se debe más a problemas en la recopilación de la información que al reflejo de la realidad, se tomó la decisión de establecer esa tasa con base en el resultado de un ejercicio que incluyó entrevistas, encuestas y trabajo de campo.

Evolución de turistas totales con crecimiento orgánico vs PDT



Evolución de turistas nacionales con crecimiento orgánico vs PDT



Evolución de turistas internacionales con crecimiento orgánico vs PDT



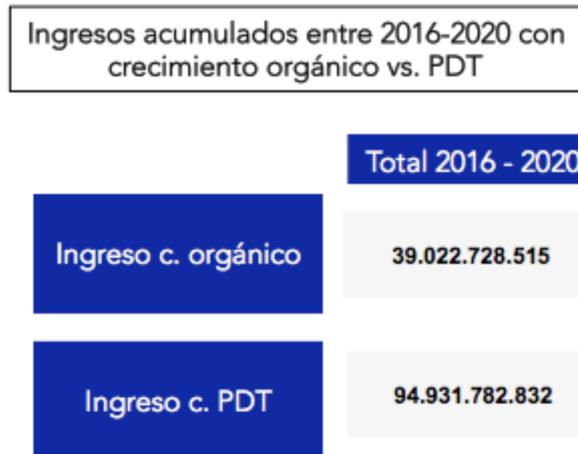
Llegada de turistas acumuladas entre 2016-2020 con crecimiento orgánico vs. PDT

	T. nacionales	T. internacionales	Total
C. orgánico	65.857	13.543	79.400
C. PDT	146.800	53.795	200.595

El beneficio adicional que se estima puede aportar la implementación e inversión en el Plan de Desarrollo Turístico del Chocó, representa 121.195 visitantes más en el total de llegadas entre el 2016 y el 2020; de los cuales 80.943 serían nacionales y 40.252 internacionales.

Adicionalmente, con base en las estimaciones de gasto directo por la estadía de un turista nacional y otro internacional³, se ha fijado una meta de generación de ingresos directos de 94.931.782.832 millones de pesos colombianos acumulados en los 4 años. La diferencia entre implementar o no el Plan, dejando que el destino continúe su evolución orgánica, se traduce en ingresos de 55.909.054.317 millones de pesos acumulados en el período 2016-2020.

Ingresos del PDT Chocó



Es importante destacar que para la definición de las metas, se trabajó como se sintetiza a continuación.

- La información de base se obtuvo de las cifras reportadas a 2014 por la Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y ProColombia, en las que se detallaban las llegadas de visitantes nacionales e internacionales al departamento del Chocó; ésta fue complementada con distintas fuentes de estudios, entrevistas realizadas a los prestadores de servicios turísticos en campo y sondeo sobre visitas reportadas.
- Para las proyecciones, se generaron hipótesis sobre las bases que sirvieron para hacer los cálculos⁴. Para plantearlo, se tuvo en cuenta el porcentaje que representa el turismo por motivos recreacionales en el Chocó; la tasa de crecimiento posible y factible para turistas nacionales e internacionales al destino y el gasto directo por estadía de turista nacional e internacional en el destino. Los principales supuestos fueron:
 - Hipótesis de llegadas de turistas nacionales por motivos recreacionales: 5% de los viajeros nacionales no residentes en Chocó y 90% de los extranjeros visitan el destino por motivos recreacionales.

³ Se ha estimado un gasto por estadía de 250.000 pesos para un turista nacional y de 450.000 pesos para uno internacional, con base en los costos de hotel, comida, tours, transporte en destino, y compra de souvenirs y algo en comercios.

⁴ Como resultado de la integración de la información obtenida en entrevistas a empresarios turísticos y hoteles en campo, a visitantes del Chocó, así como el análisis del marco general del mercado Colombiano a partir de los informes oficiales considerados en la etapa de diagnóstico

- Las metas de llegadas de turistas nacionales: crecimiento promedio anual (TACC) es de 54,6%, por encima de las llegadas actuales.
- Proyecciones de llegadas de turistas internacionales: crecimiento promedio anual (TACC) de un 80%, lo que implica un importante crecimiento del turismo internacional, aunque hay que tener en cuenta que el número de llegadas es muy bajo.
- Por otra parte, también se fija un ritmo de crecimiento de la demanda nacional e internacional de manera diferenciada, en función de: (a) la inversión que se realice en la implementación del Plan, (b) el efecto que puede generar y (c) el momento en que se realiza el impacto en la demanda. En este sentido, y según los tiempos de reacción de los mercados frente a novedades en el destino, el crecimiento se mantiene estable los primeros dos años y luego presenta un incremento más pronunciado a partir del 3º año, principalmente por el tiempo que lleva la tarea de posicionar el destino.
- Las hipótesis de gastos directos base por estadía de visitante, se ha estimado en 250.000 pesos para el turista nacional y en 450.000 para el internacional. Esta definición se hace con base en entrevistas a operadores locales y visitantes del destino, precios de hoteles, tours y gastronomía, además de la experiencia propia del equipo consultor en campo.
- El cálculo de empleos que puede generar el Plan, se hace con base en las estimaciones de la World Travel and Tourism Council, que calcula que en Latinoamérica por cada millón de dólares que se genera en turismo, se crean 60 empleos⁵.

Los objetivos y metas para el turismo del Chocó se pretenden lograr a través de las siguientes estrategias y proyectos de acción.

⁵ WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL. "Benchmark reports – country reports". Disponible en: <http://www.wttc.org/research/economic-research/benchmark-reports/country-results/>

5 Estrategias de desarrollo turístico

Este capítulo responde al ¿Cómo? lograr la visión, los objetivos y las metas planteadas para el PDT-Chocó 2020.

A continuación se presentan las estrategias resultantes de la construcción colectiva en los territorios

El capítulo integra:

- Enfoque estratégico
- Desarrollo de las estrategias
 - Estrategia de posicionamiento del destino
 - Estrategia de oferta, productos y destino.
 - Estrategia de mercados
 - Estrategia de sostenibilidad
 - Estrategia de calidad
 - Estrategia de gestión y gobernanza

Enfoque estratégico

La intervención en el territorio para el desarrollo turístico tiene el objetivo de consolidar nuevas economías locales a partir de escenarios de apropiación y aprovechamiento de los recursos culturales y naturales existentes, promoviendo su conservación y fortalecimiento, por lo que las estrategias buscan hacer un aporte integral en:

- Dinamizar el desarrollo de zonas rurales
- Ser una alternativa de generación de empleo
- Promover la equidad de género y propiciar escenarios de participación integral
- Recuperar y resaltar las culturas tradicionales
- Contribuir al manejo sostenible de los recursos, la administración y gestión de recursos naturales, manejo de ecosistemas y la conservación de la biodiversidad
- Mejora de la calidad de vida de las poblaciones
- Permitir el desarrollo de nuevos mercados
- Fomentar la relación entre las empresas del sector turístico y el desarrollo comunitario

El PDT-Chocó 2020 para la formulación de estrategias se enmarca en tres ejes: Paz, innovación y sostenibilidad.



- El primer eje, la **paz**, responde a los lineamientos del Plan de Desarrollo Nacional y lo concerniente al Plan sectorial “Turismo para la construcción de la Paz 2014-2018”⁶ que resalta lo expuesto en el marco del “Manual internacional de turismo y paz”⁷, propuesto por la Organización Mundial de Turismo OMT-, al considerar al turismo como un instrumento que aporta a la educación, la apropiación social, el amor propio, la salvaguardia y protección de la riqueza cultural de sus territorios, la comunicación, la interculturalidad y a través de estos a la construcción de paz. En su denominación de “un turismo sensible a la Paz”, consagra que el desarrollo turístico debe sustentarse en el principio de la paz.

Para efectos de este análisis, se parte de la definición de paz que plantea Galtung⁸, al reconocer que la paz es mucho más que la ausencia de guerra porque tiene cabida en medio del conflicto y se construye siempre y cuando lo transmute de manera creativa y no violenta. Lo expresa también el académico Vicenc Fisas, que ha estudiado en detalle el conflicto colombiano. “Se crea paz en la medida en que somos capaces de transformar los conflictos en cooperación, de forma positiva y creadora...”⁹.

La capacidad que tiene el turismo para dinamizar la energía transformadora de los conflictos es lo que hace relevante su aporte a la construcción de paz.

En ese sentido, es importante que se pueda garantizar las condiciones para que lo que se plantee en el Plan:

Ayude a generar desarrollo económico, fomentando el turismo de gestión comunitaria que propenda por la distribución equitativa de los beneficios

Aporte a lo que se conoce como la Teoría de contacto¹⁰ que contribuye al fortalecimiento de los valores de tolerancia y convivencia necesarios para construir la Paz, con el fin de que la comunidad aproveche positivamente el intercambio cultural que puede generar e turismo.

⁶ MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRI AY TURISMO. “Plan sectorial, Turismo, Paz y Convivencia 2014-2018”. Colombia, 2014

⁷ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. “Manual Internacional de Turismo y Paz”. Madrid 2014

⁸ GALTUNG, Johan. “Paz por medios pacíficos: paz y conflictos desarrollo civilización”. Traducción del Inglés: Teresa Toda. Gernika Gogoratuz. Centro de Investigación por la Paz. Oslo, 1996,

⁹ FISAS, Vicenc. “Cultura de Paz y gestión de los conflictos”. Icaria Editorial. Barcelona, 2001

¹⁰ Es la teoría ampliamente referenciada por el International Institute for Peace and Tourism en la que se establece que mientras más relación tenga alguien con personas de culturas diferentes y con visiones del mundo distintas, más propenso será a aceptar otras percepciones y estará más sensible a encontrar formas de entenderse y resolver los conflictos de maneras más creativas.

Todo lo anterior garantizando los principios del turismo sostenible.

El segundo eje, considera la **innovación** como escenario imperante para la generación de valor en las iniciativas, experiencias y modelos de negocio.

Este eje del enfoque del plan se fundamenta en el sentir de las comunidades locales que expresan la necesidad de gestar su propio desarrollo, recogiendo las prácticas tradicionales, sus cosmovisiones y formas de vida en modelos innovadores que contribuyan equilibradamente al desarrollo del sector y las comunidades.

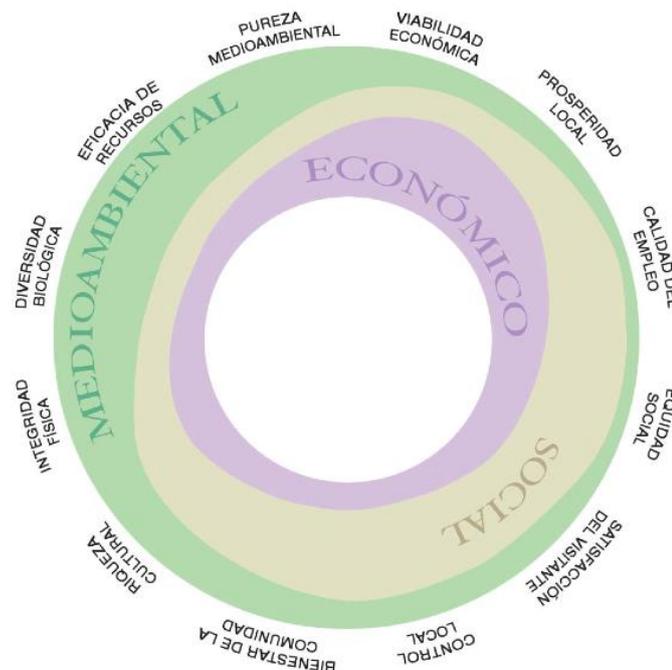
El tercer eje, consagra los principios de la **sostenibilidad** y considera los elementos culturales, ambientales y económicos en su constante interacción para soportar un proyecto a largo plazo.

En este enfoque, se tiene en cuenta los elementos clave que plantea el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización Mundial del Turismo con el fin de¹¹:

“Minimizar los efectos negativos del turismo en la sociedad y el entorno y; maximizar las contribución positiva y creativa del turismo a las economías locales, la conservación del patrimonio natural y cultural y la calidad de vida de anfitriones y visitantes”

Lo anterior para garantizar la continuidad del turismo como actividad en condiciones adecuadas, mientras se asegura la capacidad de la comunidad para aprovechar las oportunidades que genera el turismo de una forma sostenible.

Se consideran entonces los doce objetivos del Programa que se relacionan con los pilares de la sostenibilidad y se resumen en la siguiente ilustración¹²:



¹¹ PNUMA/OMT. "Por un Turismo más sostenible". 2006

¹² Idem

Estrategias de desarrollo turístico

Introducción al desarrollo de las estrategias

Las estrategias a seguir para el desarrollo turístico de Chocó se formulan alrededor de los temas en que fueron identificados las oportunidades de mejora que tiene el Departamento para avanzar en el fortalecimiento competitivo del destino. Estas son:

- o Estrategia de posicionamiento
- o Estrategia de oferta, productos y destino.
- o Estrategia de mercados
- o Estrategia de sostenibilidad
- o Estrategia de calidad
- o Estrategia de gestión y gobernanza

Para el desarrollo de las estrategias, se siguió el proceso metodológico de planificación que, a partir de los resultados del diagnóstico y la selección de los factores críticos, identifica posibles soluciones y propone estrategias para lograrlo. Los talleres con la comunidad y la experiencia del equipo consultor, fue clave para el cumplimiento de este propósito.



Desarrollo de las estrategias

5.1 Estrategia de Posicionamiento

Diagnóstico	Objetivos relacionados a la estrategia
Factores de oportunidad <ul style="list-style-type: none"> ➤ Reconocimiento como escenario estratégico de biodiversidad a nivel mundial ➤ Ser considerado como parte de los ecosistemas estratégicos del Chocó Biogeográfico. ➤ Colombia visto por mercados turísticos especializados en naturaleza como un lugar inexplorado y aspiracional. ➤ Mejora en la percepción del mercado nacional frente al Chocó como destino turístico ➤ Optimismo en el sector turístico tras firma de acuerdos de paz 	Fomentar acciones tendientes a: <ol style="list-style-type: none"> 1. Disfrutar de una experiencia turística contribuyendo a la protección de la biodiversidad y la identidad cultural. 2. Apoyarse en el turismo como sector dinamizador del desarrollo económico para la mejora de la calidad de vida 3. Generar percepción positiva del Chocó como destino turístico 4. Mejorar la percepción de seguridad del destino
Factores de mejora <ul style="list-style-type: none"> ➤ Percepción de inseguridad del destino ➤ Presencia de grupos al margen de la ley ➤ Flujo permanente de noticias negativas 	

Estrategia de posicionamiento de destino

En el diagnóstico del sector turístico de Chocó se identificaron las fortalezas y oportunidades sobre las cuales potenciar el posicionamiento del destino, sobresale entre estos elementos el reconocimiento de la biodiversidad, la belleza escénica de algunos de sus escenarios y la tendencia mundial por la conservación, el disfrute del turismo de naturaleza, así como el aporte al desarrollo a través del intercambio cultural que resulte en mejora de las condiciones de vida de las comunidades receptoras.

La ausencia de planificación y la limitada consolidación de las estructuras institucionales del sector han permitido que el enfoque de desarrollo turístico basado en el disfrute de la naturaleza, que se ha planteado desde los territorios a través de los años, se distorsione en la operatividad, resultando en una brecha entre la expectativa y la experiencia de los visitantes.

Chocó ha tenido un incremento importante en el número de visitantes y las campañas promocionales, en especial respecto al producto de Ballenas que, a pesar de estar limitado por las condiciones de acceso al destino, han logrado construir un imaginario positivo y acercar el destino a la agenda de viajes de los Colombianos, con la ventaja de verse como un destino aspiracional.

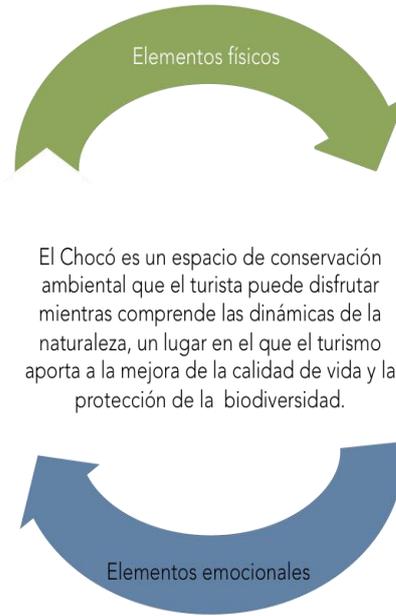
En el mercado internacional, el estigma de seguridad aún persiste en gran parte del territorio, sin embargo las áreas protegidas, como el PNN Utría, el Jardín Botánico del Pacífico y reservas de la sociedad civil como el Almejal y otros prestadores de servicio han aportado a que las experiencias positivas en los territorios resulten en una mejora importante en la percepción e imagen del destino.

En esta línea, la estrategia de posicionamiento turístico del departamento de Chocó establece la manera en que el mercado debería identificar al destino. Para ello en el ejercicio colectivo de trabajo con las comunidades en talleres, se identificaron los elementos físicos y emocionales, tangibles e intangibles que deben construir los componentes del posicionamiento.



Tangibles

Naturaleza	Cultura
2 mares	Comunidades étnicas
Biodiversidad	Gastronomía
Riqueza hídrica	Artesanías
Selva	Música
Playas vírgenes	


Intangibles

- Conocimiento tradicional y saberes ancestrales
- Convivencia con la naturaleza y el entorno natural
- Ritmos, sabores y alegría de su gente



En este sentido, el posicionamiento deberá representar una invitación a ser parte de una causa superior, **la protección de la biodiversidad mientras se disfruta de una experiencia turística que permite, mirar, conocer, entender, aprender y comprender las dinámicas de la naturaleza, en un entorno rico en cultura, diversidad, sabor y alegría.**

Este posicionamiento marca las líneas de desarrollo estratégico y promocional del Departamento, a la vez que las estrategias de gestión que se requieren operativizar para alcanzarlo.

5.2 Estrategia de productos y destino

Estrategia de oferta productos y destino

Diagnóstico	Objetivos relacionados a la estrategia
<p>Factores de oportunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ubicación estratégica: Chocó Biogeográfico - ➤ Biodiversidad de flora y fauna y Parques Nacionales Naturales reconocidos ➤ El entorno geográfico y social facilitan la existencia de una oferta diversa en turismo de naturaleza, cultura y sol y playa ➤ Posicionamiento del producto de avistamiento de ballenas en el mercado turístico nacional. <p>Factores de mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Las ofertas turísticas no están pensadas como experiencias. ➤ Falta de productos turísticos consolidados y limitantes de temporalidad de la oferta principal actual del destino ➤ Desarticulación de prestadores de servicios en las zonas de aprovechamiento turístico. ➤ Operación hotelera concentrada en los cascos urbanos y en corporativo trabajador (Quibdó) ➤ Operación hotelera dispersa en playas y zonas rurales de limitada conectividad (Litoral) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidar productos clave, fortalecer complementarios y desarrollar productos de nicho. 2. Zonificación turística del territorio y diferenciación conceptual de las sub-regiones a través de productos clave, complementarios y de nicho. 3. Fortalecer el desarrollo de experiencias únicas relacionadas con el turismo de naturaleza en armonía con las comunidades étnicas para todo el año

La estrategia se plantea en dos componentes:

1. **Productos turísticos**, presenta un portafolio de productos que integra aquellos que son clave, complementarios y de nicho para potenciar el desarrollo de la oferta en el destino, destacando los factores de éxito y principales acciones;
2. **Zonificación turística del territorio**, da parámetros en el marco temporal (Corto, mediano y largo plazo) para la intervención en las diferentes regiones del Departamento.

Los resultados de la estrategia entonces permiten tener claridad frente al portafolio de productos a potenciar y desarrollar en el Chocó y dar prioridad a la consolidación de la oferta turística de algunas regiones para después promover, en el mediano y largo plazo, otras zonas que complementen y diversifiquen lo que se ofrece en el destino.

5.2.1 Productos turísticos

Para la definición de la estrategia de producto, se considera la relación del portafolio actual y el potencial del territorio a partir de sus recursos, en correspondencia con las tendencias mundiales de viajes y el comportamiento del mercado. El equipo consultor desarrolla el análisis a través de un modelo de evaluación que consta de cinco fases.

La primera fase, que priorizó factores internos (debilidades y fortalezas), tuvo en cuenta los resultados del proceso de diagnóstico, en el que se identificaron los productos turísticos activos en el territorio (aquellos que tienen oferta en el mercado), con el fin de establecer qué tan consolidada estaba la oferta, cómo era su desempeño comercial y que tan representativo era el producto para los actores locales (importancia).

Sobre cada uno, el equipo consultor:

- Revisó la información comercial existente
- Consultó, tanto en los talleres como en las entrevistas realizadas a los actores del sector en el Departamento, la importancia de dicho producto en el territorio.
- Pidió a los participantes que valoraran si consideraban al producto: Principal o complementario, para la oferta del destino.
- Hizo un análisis general de la cadena de valor del sector para el funcionamiento de cada producto.

Lo anterior, permitió tener claridad frente a la operatividad de los mismos en cada zona y su grado de preparación. Los resultados se presenta a continuación:

EJE	Importancia	Preparación de la oferta	Desempeño comercial	Promedio
Avistamiento de ballenas	4	4	4	4
Sol y playa	4,5	3	4	3,83
Interpretación de flora y fauna	4,5	2,5	3,5	3,50
Avistamiento de aves	4	3	3	3,33
Fiestas y ferias	3	2,5	3	2,83
Aventura en el agua (Buceo)	3	2,5	3	2,83
Pesca deportiva (Altura)	3	2,5	2,5	2,67
Gastronomía tradicional	3,5	3	2,5	3,00
Turismo investigativo	3,5	2,5	1,5	2,50
Aventura en el agua (surf)	2,5	2,5	2,5	2,50
Etnoturismo (indígena)	3,5	1,5	1	2,00
Bienestar	2,5	2	2	2,17
Etnoturismo (Afrodescendiente)	3	1	1	1,67
Turismo histórico	1,5	0,5	0,5	0,83
Turismo religioso	2	0,5	0,5	1,00
Agroturismo	2	0,5	0,5	1,00
Cruceros ¹³	2	0,5	0,5	1,00

Los mejores resultados los consiguieron tres productos: Avistamiento de ballenas, con un desempeño comercial, operativo y de importancia en la oferta de los destinos relativamente altos para los actores locales, seguido por sol y playa, de gran interés para el mercado nacional y el avistamiento de aves¹⁴. Los productos de interpretación de flora y fauna y turismo investigativo, a pesar de tener una ponderación mayor en importancia para la oferta del destino, sus desempeños

¹³ Se incluye como producto adicional de interés para el destino el de cruceros, que tiene un crecimiento importante en las tendencias internacionales con 21,55 millones de viajeros y un alto grado de sofisticación de la oferta en el mundo. En Chocó se inició esta actividad en el 2014, aunque no se cuenta con información suficiente para hacer una evaluación consistente, se considera relevante potenciar su desarrollo en tanto se articule con ofertas de alto valor ligadas al ecoturismo.

¹⁴ Comercializado por la reserva natural el Almejal Eco-Lodge y la fundación Proaves, en el corregimiento del Valle en Bahía solano y en PNN Tatamá respectivamente, como un producto especializado.

tanto comerciales como operativos aún requieren mejora, especialmente en la sofisticación de la experiencia.

La segunda fase de evaluación, que priorizó factores externos (oportunidades y amenazas), se centró en los resultados obtenidos en el análisis de atractivo de destino, en donde:

Se revisaron las tendencias internacionales de turismo expuestas en los documentos de trabajo del plan de marketing turístico de Chile elaboradas por Deloitte, que se fundan en información de la Organización Mundial de Turismo, UNESCO, presentado en el aparte 2.2.4 del diagnóstico en la página 202, así como múltiples fuentes relevantes para cada sub-producto. Se valoró el comportamiento: Número de viajeros del segmento, crecimiento y gasto.

Seguido se evaluaron las tendencias para saber si estaban en línea con los productos del destino identificados y por último se tomó de estudios previos realizados en el País (especialmente el Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza y Bienestar) la calificación otorgada a Chocó en los productos identificados. La ponderación de estos tres factores se presenta en la columna de Resultado¹⁵:

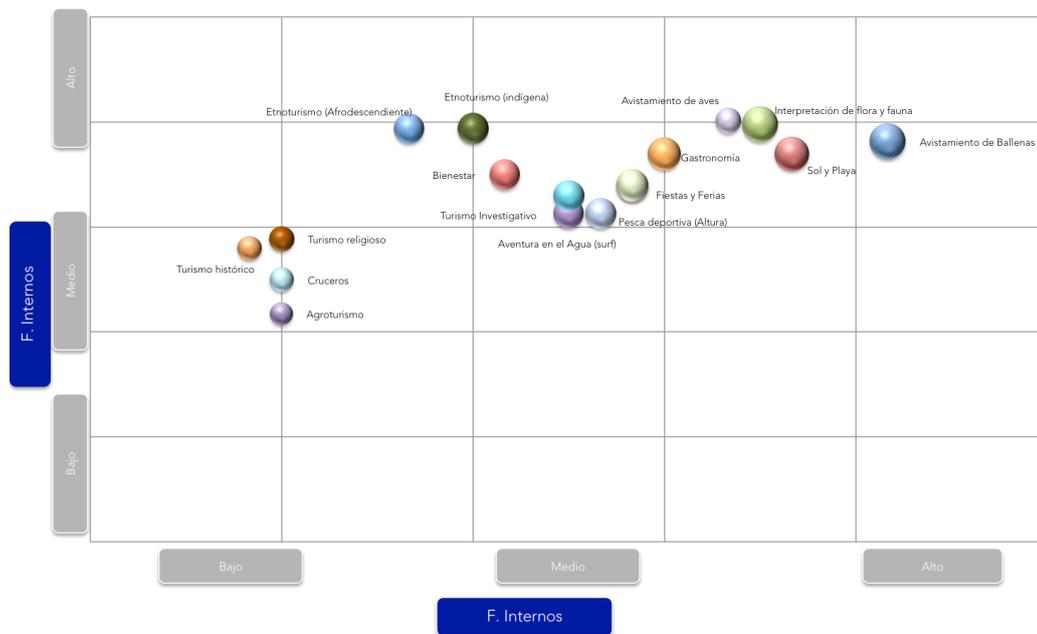
Portafolio productos identificado	Dinámica internacional de la tendencia	Grado de relación	Calificación Chocó	RESULTADO
Avistamiento de ballenas	4	4	3,39	3,82
Avistamiento de aves		4,5	3,55	4,02
Interpretación de flora y fauna		4,5	3,44	3,98
Buceo	3,8	3	3,24	3,39
Pesca deportiva (Altura)		2,5	2,87	3,13
Deportes náuticos* (SURF):		2,5		3,13
Navegación en río (Kayac - Canoa)		4		3,58
Agroturismo:	2,4	2	2,05	2,18
Fiestas y ferias:	4	3	3	3,40
Turismo histórico:		2	2	2,80
Gastronomía tradicional:		3,5	3,5	3,70
Etnoturismo (indígena)/Etnoturismo (Afro descendiente):		3,8	4	3,94
Turismo religioso		2,5	1,8	2,89
Turismo investigativo científico	3	4	3	3,30
Sol y playa	4	4	3	3,70
Bienestar y termas	3,5	3,5	3,5	3,50
Cruceros y navegaciones	3	2,5	3,5	3,00
Negocios	4	1,5	2	2,65
Vida urbana	3	1	1	1,80

Fuente: Elaboración propia

¹⁵ El cálculo completo se presenta en el documento de diagnóstico en el apartado de análisis de atractivo.

A partir de este análisis de los factores internos y externos del destino, se hace el cruce para poder identificar la posición de cada uno, considerando en los factores externos el grado de oportunidad y en los internos su preparación para aprovecharlos. Es decir:

- Los productos a los que debe apostar el destino, pues tienen espacios de oportunidad en el mercado y su grado de preparación permite el aprovechamiento.
- Los productos que tienen oportunidad de mercado, pero que no tienen las condiciones internas
- Los productos de interés en el destino pero que su oportunidad en el mercado es bajo.



Los resultados resaltan que el departamento tiene un portafolio de productos en su mayoría con oportunidades en el mercado, sin embargo su capacidad de aprovechamiento por el grado de preparación interno es bajo.

En este sentido, se plantea una estrategia de producto que permita focalizar los esfuerzos en aquellos que podrían generar las mayores motivaciones de viaje y que tengan mayor nivel de preparación, sin olvidar otros productos turísticos con potencial de crecimiento.

La tercera fase de evaluación: Es el resultado del análisis de los factores externos (de mercado) e internos (de preparación de oferta), más la evaluación del equipo consultor con base en su experiencia para clasificar los productos en: Clave, complementarios y de nicho, para el PDT-Chocó 2020.

Esto se traduce en:

- **Productos turísticos clave:** se entiende por producto clave aquel que da respuesta en sí mismo a la motivación principal (o "driver") de un turista al elegir su experiencia de viaje al destino, y que tiene capacidad suficiente de generar llegadas en un volumen relevante.
- **Productos turísticos complementarios:** se entiende por producto complementario aquel que supone un atractivo accesorio y/o complemento del producto principal o clave, de modo que añade valor

a la experiencia total del destino. Sin embargo, no se estima capaz de generar por sí mismo un volumen de visitas importante y de valor, en un plazo determinado (para este PDT el plazo es relativamente corto, de 4 años).

- **Productos de nicho:** Se entienden como los productos que generan intereses particulares en públicos de mercado específicos.

La clasificación se hizo de la siguiente forma:

Turismo de Naturaleza		
Línea	Producto	Rol en el destino
Ecoturismo	Avistamiento de aves	Clave
	Interpretación de flora y fauna	Clave
	Avistamiento de ballenas	Clave
Turismo de Aventura	Buceo	Nicho
	Aventura en el agua (surf)	Nicho
	Pesca deportiva (Altura)	Nicho
Turismo Rural	Agroturismo y pesca tradicional	Complementario
Turismo Cultural		
Línea	Producto	Rol en el destino
Patrimonio Cultural Inmaterial	Etno-turismo (indígena/afrodescendiente)	Complementario
	Gastronomía tradicional	Complementario
	Fiestas y ferias:	Complementario
	Turismo religioso	Complementario
Otras		
Tipología/Línea	Producto	Rol en el destino
Sol y Playa/Naturaleza	Playas prístinas	Clave
Turismo científico	Investigativo y académico	Nicho
Turismo de cruceros	Cruceros temáticos	Nicho
Salud y bienestar	Bienestar/Termalismo	Complementario

En detalle por el rol en el destino se encuentran:

Productos Clave		
Línea	Producto	Rol en el destino
Ecoturismo	Avistamiento de aves	Clave
	Interpretación de flora y fauna	Clave
	Avistamiento de ballenas	Clave
Sol y playa	Sol y playa	Clave
Productos de Nicho		

Turismo de Aventura	Buceo	Nicho
	Deportes náuticos (Surf)	Nicho
	Pesca deportiva (Altura)	Nicho
Turismo científico	Investigativo y académico	Nicho
Turismo de cruceros	Cruceros temáticos	Nicho
Productos Complementarios		
Patrimonio Cultural Inmaterial	Etno-turismo (indígena/Afro descendiente)	Complementario
	Gastronomía tradicional	Complementario
	Fiestas y ferias:	Complementario
	Turismo religioso	Complementario
Turismo rural	Agroturismo y pesca tradicional	Complementario
Salud y bienestar	Bienestar/termalismo	Complementario

Es importante destacar que lo que se encontró como oferta en el destino es, sin duda, pertinente para el desarrollo turístico del destino; no obstante, requiere de acciones concretas que le permita consolidarse y mejorar la participación del Departamento en el mercado, especialmente con los productos vinculados al ecoturismo (interpretación de flora y fauna, avistamiento de aves, avistamiento de ballenas) y al sol y playa.

El desarrollo de nuevos productos, como el turismo científico (investigativo), el etnoturismo y el cultural, aportarían para complementar la oferta y diferenciar el destino por su valor natural y cultural en el mercado, en tanto la innovación de algunos existentes, contribuirían a generar valor o despertar motivaciones complementarias para la toma de decisión del viaje. Entre los más relevantes se encuentra los que hacen parte de la tipología Aventura: Buceo, la pesca deportiva, el surf; bienestar con termalismo y la gastronomía.

Para la cuarta fase de evaluación, se consideró la forma en que cada producto estará relacionado con el mercado, teniendo en cuenta el análisis hecho para esta consultoría en la etapa de diagnóstico, que sirvió de base para la construcción de la estrategia en este tema y que se presenta en el siguiente componente.

El equipo consultor clasificó los productos con base en la Matriz de Ansoff, referenciada en el manual de diseño de productos turísticos de la OMT, cuyo análisis permite establecer acciones dependiendo del objetivo: Es decir, si se necesita diversificar mercado, desarrollarlo, aprovecharlo para crear nuevos producto, o si deben ajustar los productos que existen, desarrollar nuevos producto o ajustar el existente



Fuente: Matriz de Ansoff – Manual de diseño de producto - OMT

Para cada uno de los productos identificados se señala, a continuación, el objetivo:

Producto		Estrategia en el mercado			
		Producto Nuevo		Producto existente	
		Diversificación	Desarrollo de producto	Desarrollo de mercado	Penetración
Avistamiento de aves	Clave				
Interpretación de flora y fauna	Clave				
Avistamiento de ballenas	Clave				
Sol y playa	Clave				
Etnoturismo (indígena/Afro descendiente)	Complementario				
Gastronomía tradicional	Complementario				
Bienestar	Complementario				
Fiestas y ferias:	Complementario				
Turismo religioso	Complementario				
Agroturismo	Complementario				
Turismo investigativo científico	Nicho				
Aventura en el agua (buceo)	Nicho				
Aventura en el agua (surf):	Nicho				
Pesca deportiva (altura)	Nicho				
Cruceros	Nicho				

Fuente: elaboración propia

Finalmente, **la quinta fase**, se soporta en los planteamientos conceptuales definidos en el Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza¹⁶ frente a cómo abordar el desarrollo de los productos turísticos en el territorio y su prioridad de actuación.

La clasificación tiene tres grandes componentes:

- **Optimización agresiva:** Busca capitalizar los avances en el desarrollo turístico y propender por potenciar su presencia en el mercado. Las actuaciones en este escenario se exhortan sean desarrolladas en el corto plazo, entre los 0 y 12 meses del presente Plan. Son la prioridad de acción para subsanar las debilidades de la oferta.
- **Reposicionamiento:** Promover la mejora y consolidación de productos existentes en destinos que ya operan el producto, para profundizar su presencia en el mercado. Las actuaciones en este escenario, aportarán oportunidades de diversificación de la oferta en el territorio.
- **Innovación:** Promover y/o desarrollar ofertas diferenciadas que aporten competitividad al destino. Se recomienda esta labor tras la optimización de los productos, en pro de mejorar la condición competitiva y enriquecer la oferta.

En el marco de este Plan, se clasifica cada producto así:

Productos Clave	Productos Complementarios	Productos de Nicho
Avistamiento de aves	Etno-turismo (indígena/Afro descendiente)	Aventura en el agua (Buceo)
Interpretación de flora y fauna	Gastronomía tradicional	Turismo investigativo científico
Avistamiento de ballenas	Bienestar	Aventura en el agua (Surf)
Sol y playa	Fiestas y ferias	Pesca deportiva (Altura)
	Turismo religioso	Cruceros y navegaciones
	Agroturismo y pesca tradicional	
	Optimización Agresiva	
	Reposicionamiento	
	Innovación	

5.2.2 Zonificación de la oferta turística del departamento

Conociendo las potencialidades para el desarrollo de productos así como las necesidades para mejorar su posición competitiva, el equipo consultor responde al interés del Departamento de no limitarse al área de análisis objeto de la contratación, sino a tener una mirada integral del territorio. En este contexto se

¹⁶ PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA. "Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza". Colombia, 2013

identificó las zonas en las que se disfruta o se podría disfrutar de experiencias turísticas alrededor del portafolio de productos definido previamente.

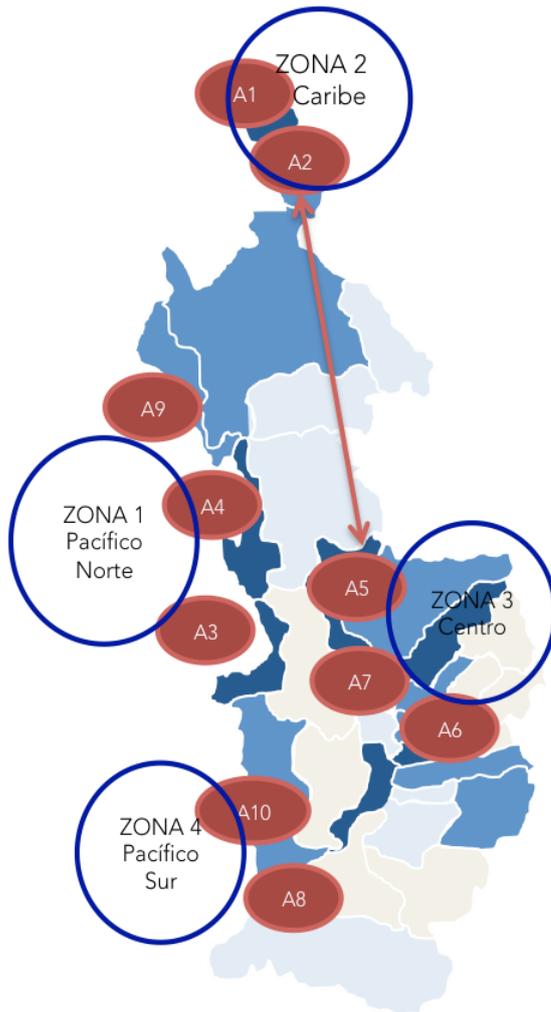
Para este objetivo se toma de base dos elementos conceptuales del ordenamiento turístico: El área turística y las zonas de interés turístico.

- Un **área turística** se entiende como un espacio geográfico delimitado al que se le atribuye la tenencia de un grupo de atractivos turísticos en un entorno viable para la realización de viajes de carácter interno a partir de un centro. (Boullón 2006¹⁷).
- Una **zona turística** cumple las condiciones del área sin embargo su ámbito geográfico de aplicación es mayor, lo que resulta en la posibilidad de incluir dos o más áreas turísticas, favoreciendo la organización de circuitos, rutas o viajes multi-destinos. (Boullón 2006).

La determinación resultó del análisis general realizado por el equipo consultor teniendo en cuenta las características del Departamento.

Se definen 10 áreas y 4 zonas turísticas, sobre las cuales se resalta la posibilidad de desarrollar un grupo específico de productos en pro de potenciar su presencia en el mercado turístico. Se plantea una priorización temporal de intervención, teniendo en cuenta las condiciones del entorno y el nivel de preparación de la oferta.

¹⁷ Boullon, Roberto C. Planificación del espacio turístico 4 ed. México, Trillas 2006.



a. Corto Plazo: Zonas en las que las condiciones del entorno favorecen la intervención y ya tienen demanda turística. En estas zonas se ejecutan las acciones de optimización agresiva, reposicionamiento e innovación. (Año 1-4)

b. Mediano plazo: Zonas en las que las condiciones del entorno requieren pequeñas mejoras para facilitar el ejercicio turístico y tienen o proyectan un potencial de demanda turística. Se desarrollan a partir de zonas en consolidación. (<4=7) reposicionamiento e innovación.

c. Largo Plazo: Zonas en las que las condiciones del entorno requieren un amplio proceso de mejora y sobre las cuales se debe proceder a hacer un desarrollo de mercado. (<7=10 años).

Como parte del desarrollo de esta consultoría la definición se hizo de la siguiente forma:

ZONAS	ÁREAS	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
ZONA 1 CARIBE	A 1: Acandí			
	A 2: Kafiós Unguía			
ZONA 2 PACÍFICO	A 3: Nuquí – Cabo Corrientes			
	A 4: Bahía Solano – Cúpica			
	A 9: Humboldt – Juradó			
ZONA 3 CENTRO	A 5: Medio Atrato			
	A 6: Quibdó – Itzmina - Andagoya			

	A 7: Cordillera (PNN Tatamá)			
ZONA 4: PACÍFICO SUR	A 8: Bajo San Juan			
	A 10: Cuenca Baudó			

5.2.2.1 Zona 1 Caribe

Áreas relacionadas:

- A1. Acandí
- A2. Katíos

A continuación se presenta una consideración general de cada área con el tipo de producto a desarrollar y la temporalidad requerida para su alistamiento:



ÁREA 1	Acandí
Municipios relacionados al área:	Acandí
Descripción del área	

El principal centro es Acandí, porque es donde llegan los vuelos nacionales que arriban a la zona, provenientes principalmente de la ciudad de Medellín. Está ubicada en el extremo norte del Chocó al noroccidente de Colombia, a orillas del mar caribe, limítrofe con Panamá. El conjunto natural que forma las estribaciones de la serranía del Baudó, la selva tropical húmeda del Chocó y el océano Atlántico conforman un escenario donde el mar limita con playa de arena blanca, selva, acantilados y peñascos. Entre los principales escenarios de disfrute del área se encuentra Capurganá, Sapzurro, Acandí, Triganá y San Francisco¹⁸.

Otro centro importante es Capurganá, puerta de entrada de los visitantes que llegan desde Turbo y Necoclí o en tránsito desde Panamá. Lo que constituye una oportunidad interesante para el desarrollo de productos integrados.

Con una temperatura promedio de 40° en la zona sobresale el Santuario de Fauna Acandí, Playón y Playona representativo como escenario de disfrute eco turístico en torno a la conservación de la tortuga Canná. Uno de sus principales atractivos es el desove de las tortugas que se presenta como un fenómeno natural de gran valor.

Así mismo, la interpretación de flora y fauna en este entorno biodiverso potencia el desarrollo de productos basados en la biodiversidad complementado por el disfrute de playas de arena blanca del Caribe.

Portafolio de productos del área:		
Clave:	Complementarios:	Nicho:
<ul style="list-style-type: none"> Interpretación de Flora y Fauna Sol y playa 	<ul style="list-style-type: none"> Ferías y fiestas Etnoturismo Agroturismo 	<ul style="list-style-type: none"> Turismo investigativo Buceo Pesca (Distrito regional de manejo integrado)
Prioridad		
Corto plazo	Mediano plazo	Largo Plazo

ÁREA 2	Kafíos	
Municipios relacionados al área:	Unguía – Riosucio	
Descripción del área		
<p>En esta región que articula Unguía y Riosucio, el principal atractivo y motivador de visitas es el PNN Kafíos que genera diversas oportunidades para la práctica del ecoturismo.</p> <p>Playas en la zona del Golfo de Urabá, ciénagas de Unguía y Mariaga, el río Atrato, aguas termales, fincas ganaderas, la cueva de los murciélagos, isla Gloria, entre otras, otorgan un magnífico escenario para el disfrute de experiencias en torno a la naturaleza, que se suman a una rica historia cultural en donde perviven comunidades indígenas y el legado español, que se evidencia en las historias, relatos y vestigios en Santa María la Antigua del Darién. (CodeChocó, Banco de la República, Atlas Chocó)</p> <p>La proyección de integración carretable entre Unguía y Acandí otorgan la posibilidad de potenciar esta región con un turismo articulado y complementario. Sin embargo, cada área tiene una importante posibilidad de desarrollo independiente de acuerdo a los expuesto en el Contrato Plan.</p>		
Portafolio de productos del área:		
Productos Clave:	Productos Complementarios:	Productos de Nicho:

¹⁸ Rico, Diego. Estudio turístico del pacífico Colombiano. 1990.

<ul style="list-style-type: none"> • Avistamiento de aves • Interpretación de flora y fauna 	<ul style="list-style-type: none"> • Enoturismo • Sol y playa • Bienestar (termalismo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo investigativo • Avistamiento de aves
Prioridad		
Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo

5.2.2.2 Zona 2 Pacífico Norte

Áreas relacionadas:

- A3. Nuquí – Cabo Corrientes
- A4. Bahía Solano – Cúpica
- A9. Juradó – Bahía Humboldt



ÁREA 3	Nuquí – Cabo Corrientes
Municipios relacionados al área:	Nuquí
Descripción del área	
El área turística comprende el territorio del municipio de Nuquí, desde Punta Aruzí hasta los límites	

con el municipio de Bahía Solano en el Parque Natural Nacional Utría. La región aporta un número importante de atractivos turísticos: Playas prístinas con arenas de diversas tonalidades, ríos, manglares, sitios para la práctica de surf y buceo, zonas especiales de pesca y la conservación marino- costera, entre otros.

Se ha consolidado como el epicentro de desarrollo turístico de base comunitaria en el litoral pacífico, co avances relevantes al momento de demostrar la capacidad de integración de las comunidades residentes con la actividad turística y el sector privado consolidado.

El centro sobre el cual se desarrolla el área es el casco urbano de Nuquí, que ofrece acceso aéreo, conectividad marítima y un importante grupo de oferentes de servicios turísticos para el disfrute de la región.

Esta área se complementa con Bahía Solano – Cupicá que fácilmente pueden ofrecer una interconexión marítima o aérea y un disfrute conjunto de gran interés. Para productos especializados como buceo, sirve a Nuquí de soporte por la cámara hiperbárica que se encuentra en ese municipio, así como en atención médica de emergencias.

Portafolio de productos del área:		
Clave:	Complementarios:	Nicho:
<ul style="list-style-type: none"> • Interpretación de flora y fauna • Sol y playa • Avistamiento de ballenas 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía • Etnoturismo • Agroturismo especialmente - Pesca artesanal (DRMI) 	<ul style="list-style-type: none"> • Aventura en el agua (surf) • Turismo investigativo • Avistamiento de aves
Prioridad		
Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo

ÁREA 4	Bahía Solano – Cúpica	
Municipios relacionados al área:	Bahía Solano	
Descripción del área		
<p>El área turística comprende el municipio de Bahía Solano desde la zona limítrofe con Nuquí en el PNN Utría, hasta Bahía Cúpica en los límites con el municipio de Juradó. Su riqueza ambiental y paisajística lo ha consolidado como uno de los íconos de desarrollo turístico del litoral pacífico chocoano y cuenta con avances importantes en la preparación de su oferta.</p> <p>Se reconoce por sus productos especializados, principalmente promovidos por empresarios locales de gran experiencia, entre estos, la pesca deportiva (altura), el avistamiento de ballenas y el avistamiento de aves.</p> <p>La Bahía que geográficamente se alinea entre Punta Huina y Cúpica, comprende también Punta Nabugá, que en conjunto guardan un entorno marino-costero de gran interés, en donde convergen acantilados, arrecifes, manglares y playas de gran belleza y magnitud. Las estribaciones de la serranía del Baudó aportan también por su biodiversidad y dan a esta región características eco sistémicas óptimas para el turismo basado en la naturaleza.</p> <p>El principal centro es Ciudad Mutis que da accesibilidad aérea y se complementa con los corregimientos de Huina y el Valle por el soporte a la operación turística en la región.</p>		
Portafolio de productos del área:		
Clave:	Complementario:	Nicho:

<ul style="list-style-type: none"> • Interpretación de flora y fauna • Avistamiento de ballenas 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía • Sol y playa 	<ul style="list-style-type: none"> • Aventura en el agua (surf) • Turismo investigativo • Avistamiento de aves • Aventura en el agua (Buceo) • Aventura en el Agua (Pesca recreativa – deportiva) (ZEPA) • Cruceros
Prioridad		
Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo

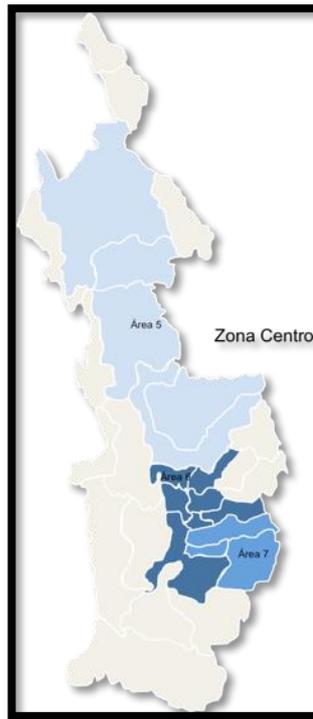
ÁREA 9	Juradó – Bahía Humboldt	
Municipios relacionados al área:	Juradó	
Descripción del área		
<p>El área está conformada por el municipio de Juradó, que tiene como principal atractivo la playa, su frontera con Panamá y ríos navegables.</p> <p>La cabecera municipal se ubica al borde del pacífico en un territorio insular en la desembocadura de los ríos Juradó y Partadó, lo cual genera las condiciones propicias para la existencia del singular paisaje que caracteriza a la región.</p> <p>El hecho de que el Municipio sea frontera con Panamá, podría ser aprovechado de manera oportuna en el turismo, especialmente con la recepción de pequeños cruceros que frecuentan la zona de influencia.</p> <p>Así mismo, se destaca que el territorio, goza de reconocimiento para la pesca; como en el municipio vecino de Bahía Solano, la temporada de Mayo- Junio se hace propicia para encontrar piqueros de gran tamaño que se fortalece por las políticas de conservación de la zona pesquera.</p> <p>Requiere atención, especialmente en su infraestructura de acceso y las condiciones de seguridad del entorno.</p>		
Portafolio de productos del área:		
Clave:	Complementario:	Nicho:
	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía • Enoturismo • Sol y playa 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo científico • Avistamiento de aves • Aventura en el agua (Pesca recreativa – deportiva) (ZEPA) •
Prioridad		
Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo

5.2.2.3 Zona 3 Centro

Áreas relacionadas

- A5. Medio Atrato
- A6. Quibdó – Andagoya

- A7. Cordillera – Tatamá



ÁREA 5		Medio Atrato	
Municipios relacionados al área:		Quibdó, Medio Atrato, Bojayá, Carmen del Darién	
Descripción del área			
<p>El eje principal de esta área de desarrollo turístico es el río Atrato, cuyo eficaz aprovechamiento permitiría la conectividad desde Quibdó con Kafios y la zona Caribe, confluyendo en un corredor navegable interesante para el disfrute eco turístico, que integraría el centro con el norte del Departamento. Es epicentro de escenarios inexplorados, con gran riqueza hídrica y cultural.</p> <p>En la actualidad, se ven afectados drásticamente por las condiciones de seguridad del entorno y la ausencia de mecanismos de mitigación de impacto de la explotación forestal y minera.</p> <p>Se complementa también con zonas de afluentes que a la fecha han hecho algunos avances frente a la puesta en valor de escenarios de interés ambiental como es el caso de las iniciativas del sendero eco turístico proyectado en Medio Atrato y los corregimientos de Tutunendo y Pacurita (afluentes del Atrato) en Quibdó.</p>			
Portafolio de productos del área:			
Clave:	Complementario:	Nicho:	
<ul style="list-style-type: none"> Interpretación de flora y fauna 	<ul style="list-style-type: none"> Etnoturismo Sol y playa 	<ul style="list-style-type: none"> Turismo científico Avistamiento de aves 	

		<ul style="list-style-type: none"> Aventura en el agua (Pesca artesanal – agroturismo).
Prioridad		
Corto plazo*	Mediano plazo	Largo plazo

*: Se referencian las actividades adelantadas en torno al centro de interpretación y el sendero interpretativo sobre el que se viene trabajando con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y las acciones en torno a la naturaleza en Pacurita, Tutunendo y el Jardín Botánico de Jotaudó.

ÁREA 6	Quibdó – Andagoya	
Municipios relacionados al área:	Quibdó, Río Quito, Cantón de San Pablo, Itsmina, Atrato, Certegui, Unión Panamericana, Río Iro, Condoto, Tadó, Nóvita, Medio San Juan	
Descripción del área		
<p>En esta región de alta biodiversidad converge la mayoría de población Chocoana, por lo que es aquí donde se concentran las actividades económicas y sociales del territorio.</p> <p>Quibdó, la capital del Chocó, es epicentro artístico y lugar de confluencia cultural, muestra exquisita de la multiculturalidad del departamento. Sobresale la fiesta de San Pacho (Patrimonio Cultural de la Nación) y los esfuerzos por la divulgación, circulación y promoción de artistas del pacífico.</p> <p>Itsmina, y las poblaciones de su entorno, guardan con gran arraigo el legado cultural afro-descendiente que se conjuga en el pervivir con los mestizos y los poblados indígenas que habitan en la región.</p> <p>Esta connotación de diversidad cultural se vuelve el principal eje de desarrollo del turismo en este territorio, a pesar de contar también con zonas importantes desde el punto de vista natural - ambiental. El recorrido Quibdó, Andagoya es rico en cultura y tradición, por tanto se exhorta resaltar estos elementos especialmente lo relacionado a la cultura afro descendiente.</p> <p>Tres ciudades se distinguen como principales, denominadas históricamente el Alto Chocó: Quibdó, Nóvita y Tadó, escenarios por donde se desarrolló el proceso de poblamiento.</p> <p>Se recomienda avanzar en acciones tendientes a resaltar los valores culturales a través de agendas culturales conjuntas, circuitos que den un nuevo significado a las historias de la explotación minera (ruta del oro), resalten los valores de las creencias, sincretismos, fiestas religiosas y cosmovisiones que se conjugaron en la zona y resultan en un sin número de expresiones que entre el sabor y la alegría de la raza hacen que se vuelvan íconos del territorio. Entre estos se resaltan los festejos en el corredor Quibdó-Andagoya, teniendo en cuenta las manifestaciones de fe alrededor del Santo Ecce Homo y el Encuentro de Alabaos y Gualies de Andagoya.</p> <p>Cabe también resaltar el valor de la música y el baile. Promover su activa participación en la agenda cultural y generar encuentros y festivales de impacto nacional e internacional, sería relevante para el desarrollo turístico de la zona.</p>		
Portafolio de productos del área:		
Clave:	Complementarios:	Nichos:
<ul style="list-style-type: none"> Etnoturismo Gastronomía tradicional Agenda cultural (Fiestas y ferias) T. Religioso (Plan de Raspadura y la Catedral en Quibdó) 	<ul style="list-style-type: none"> Turismo histórico – industrial (minero) Interpretación de flora y fauna (ríos) 	<ul style="list-style-type: none"> Turismo cultural- étnico de tipo investigativo.
Prioridad		
Corto plazo*	Mediano plazo	Largo plazo

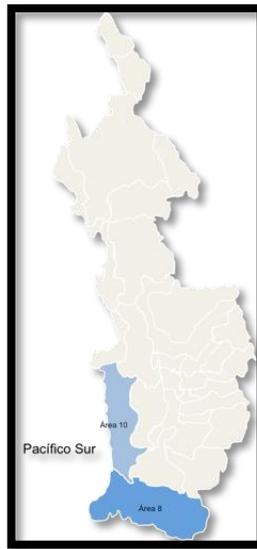
* Se relaciona a las actuaciones en el municipio de Quibdó

ÁREA 7		Cordillera (PNN Tatamá)	
Municipios relacionados al área:		San José del Palmar, Tadó, El Carmen, Condoto	
Descripción del área			
<p>Esta área específica se centra en el aprovechamiento del PNN Tatamá y la región de influencia, en donde resaltan las reservas de la sociedad civil existentes que complementan la zona de conservación. Protegen en conjunto un ecosistema único en el Departamento de "Arbustales Abiertos en Orobioma Alto de los Andes, Bosque Denso Alto en Orobioma Alto Andes, Herbazal Denso en Orobioma Alto de los Andes y el Arbustal denso en Orobioma Alto de los Andes. Es en tanto el área protegida y su entorno un escenario con potencial de aprovechamiento turístico especializado en torno a la naturaleza.</p>			
Portafolio de productos del área:			
Clave:	Complementarios:	Nicho:	
<ul style="list-style-type: none"> • Interpretación de flora y fauna • Turismo científico • Avistamiento de aves 		<ul style="list-style-type: none"> • Turismo científico • Avistamiento de aves 	
Prioridad			
Corto plazo*	Mediano plazo	Largo plazo	

* Se referencian las actividades de avistamiento de aves que ya se realizan de manera especializada en la zona; sin embargo, no existe aún un producto consolidado.

5.2.2.4 Zona 4 Pacífico Sur

- A8. Litoral de San Juan
- A10. Cuenca del Baudó



ÁREA 8		Litoral de San Juan	
Municipios relacionados al área:		Bajo Baudó	
Descripción del área			
<p>El área del Litoral de San Juan, aporta por registrar la mayor concentración de pelícanos y tener un inventario florístico de 266 especies. Se cataloga como un punto importante de descanso para aves marinas como piqueros, fragatas y cormoranes, chorlos, playeros y gaviotas migratorias.</p> <p>Requiere atención, especialmente en su infraestructura de acceso y las condiciones de seguridad del entorno.</p>			
Portafolio de productos del área:			
Clave:	Complementarios:	Nicho:	
		<ul style="list-style-type: none"> • Avistamiento de aves • Turismo investigativo 	
Prioridad			
Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	

ÁREA 10		Cuenca del Baudó	
Municipios relacionados al área:		Pizarro, Bajo Baudó	
Descripción del área			

El área corresponde al municipio costero de Pizarro o Bajo Baudó, que se encuentra en la zona sur del litoral pacífico Chocoano, en los límites de los municipios de Nuquí y el Litoral de San Juan. Su desarrollo turístico se articula a dos escenarios, el entorno marino-costero y la cuenca del Baudó, de gran biodiversidad inexplorada.

Al igual que otras regiones del pacífico, la región ha sido fuertemente afectada por el conflicto y limitada por las condiciones de accesibilidad tanto aérea, como fluvial y terrestre. Para el desarrollo turístico se resaltan las posibilidades que otorga el litoral en el marco del avistamiento de ballenas, tanto como las oportunidades de aprovechamiento en torno a la riqueza natural.

Portafolio de productos del área:		
Clave:	Complementarios:	Nicho:
<ul style="list-style-type: none"> Avistamiento de ballenas 	<ul style="list-style-type: none"> Etnoturismo Sol y playa 	<ul style="list-style-type: none"> Avistamiento de aves Turismo científico
Prioridad		
Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo

5.2.3 Detalle del portafolio de productos del Departamento

Reconociendo los productos desarrollados y por desarrollar que motivan la visita al Chocó y la zonas en que se pueden disfrutar, a continuación se detallan las condiciones fundamentales que deben tenerse en cuenta para que el portafolio de productos contribuya a la competitividad del destino.

Para cada uno de los productos, se hace una breve descripción, se enuncian los principales destinos de aprovechamiento, se resaltan las claves de éxito y las principales oportunidades de mejora (avistamiento de atractivo: En la operación, la gestión y la promoción y comercialización). Así mismo, en algunos casos, por su relevancia, se hace mención de algunas zonas con aptitud para el desarrollo del producto en el mediano plazo y largo.

5.2.3.1 Productos clave

Productos Clave	Tipología
Interpretación de flora y fauna	Turismo de Naturaleza – Ecoturismo
Avistamiento de ballenas	Turismo de Naturaleza – Ecoturismo
Avistamiento de aves	Turismo de Naturaleza – Ecoturismo
Playas prístinas	Sol y playa

ECOTURISMO
Interpretación de flora y fauna

Definición del producto: Este producto se enmarca en la sub-línea del ecoturismo como parte esencial del turismo de naturaleza. Entre las principales actividades vinculadas están: La contemplación, observación, interpretación y aprendizaje a través de experiencias vivenciales en un escenario natural.

Destinos y principales escenarios de disfrute	<ul style="list-style-type: none"> • PNN Utría • PNN Katíos • PNN Tatamá (Mediano Plazo) • SF – Acandí, Playón y Playona • Río Tutunendo, cascadas del entorno y senderos naturales • Medio Atrato – Ciénaga de Jotaudó – Jardín Botánico • Bahía Solano – ríos (Valle, Mecana y Tundó), ecosistemas de manglar (entre los que se resaltan los del río Mecana) y los senderos naturales (en los corregimientos del Valle, Huina, Utría y Mecana). • Nuquí – ríos, ecosistemas de manglar (entre los que se resaltan los de Jurubirá, Joví y Coquí) y los senderos naturales (en los corregimientos Coquí, Joví, Aruzí y Utría). • Acandí – senderos naturales en donde resaltan los senderos de Sapzurro, Capurganá, La Miel; y las reservas de la sociedad civil en los corregimientos de San Francisco y Sapzurro. • Pacurita – senderos naturales • Cuenca del Río San Juan (Largo plazo) • Cuenca del Río Atrato (Mediano plazo)
--	---

Descripción y claves de éxito

El producto tiene matices en su implementación, desde los recorridos guiados (caminando o en otros medios de transporte), actividades de avistamiento, actividades interpretativas y de aprendizaje, hasta actividades de exploración. Se resaltan los avances frente a recorridos de manglar, navegación en ríos locales, y el acompañamiento en caminatas por senderos.

A pesar de su gran oportunidad de aprovechamiento en el ejercicio de la actividad turística, los avances en el desarrollo integral del concepto de producto es limitado, los escenarios de disfrute no están consolidados, la información relacionada no ha surtido el proceso de traducción a un lenguaje turístico interpretativo, el personal vinculado a la iniciativa no cuenta con la preparación idónea y no se ha clarificado un modelo de negocio, participación y operación frente al producto.

El énfasis en el trabajo que debe hacerse para el disfrute del producto debe tener en cuenta la necesidad de:

- Aprovechar la ubicación en el Chocó Biogeográfico y ser considerado como Hotspot de biodiversidad en el mundo
- Articular la oferta a estrategias de conservación tanto de escenarios como de especies.
- Contar con contenidos profundos, de interés y gran atractivo, que sean accesibles y oportunos a todos los públicos.
- Preparar el recurso humano local para que sea partícipe de la oferta del producto.
- Consolidar una oferta para los diferentes tipos de públicos
- Promover una cultura de conservación en el territorio, tanto en los actores del turismo como en toda la comunidad.
- Definir herramientas de monitoreo eco sistémico y alteraciones por la dinámica turística
- Promover mecanismos de custodia, que garantice un vínculo de las comunidades como responsables de los escenarios de disfrute turístico y su administración.

En el marco del concepto de posicionamiento del destino, este producto debe consolidarse como el líder de la oferta en el territorio.

Oportunidades generales de mejora del producto

Alistamiento del producto

Para el desarrollo del producto es imperante disponer de escenarios para el disfrute de la actividad acordes y adecuados. Se resaltan los logros que permiten contar y avanzar hacia el establecimiento de áreas de conservación en el territorio, sobre las cuales es importante adelantar acciones de:

- Inventario y evaluación del estado de los ecosistemas

- Zonificación de escenarios idóneos para el aprovechamiento turístico
- Planes de manejo y capacidad de carga
- Equipamiento de soporte y seguridad del escenario
- Promover infraestructuras especializada para el ecoturismo (torres, senderos, miradores, puentes, trampas de observación, entre otras)
- Señalización
- Monitoreo
- Custodio y modelos de administración de escenarios de disfrute

Operación del producto

Los elementos que facilitan la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:

- Construcción de contenidos y guiones.
- Preparación del recurso humano.
- Desarrollo de iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios y soporte en la actividad turística.
- Contar con instrumentos de seguridad como cuerdas, arnés, cascos, equipos de atención de primeros auxilios (acordes al escenario).
- Protocolos de atención de emergencias.
- Promover rutas de conexión intrarregional.

Gestión

Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto pues sus acciones y procesos serán el soporte fundamental para que este se vivencie en el destino. Por tal razón los procesos de gestión deben enmarcar:

- La creación de una red de actores relacionados al producto, sean de manera directa o indirecta, se puede promover la constitución de clubs de producto.
- Articulación de las iniciativas de conservación, oficiales, de ONGs, empresariales y comunitarias al concepto y oferta turística
- Velar por la apropiación e involucramiento de los actores sociales en las estrategias de conservación, custodio y operación.

Promoción y comercialización

Entre los espacios de mejora a tener en cuenta están:

- Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información
- Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales; entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos y el uso de las redes sociales.
- Construir y divulgar un calendario de comportamiento de especies emblemáticas del territorio que resalte: Migraciones de aves, anidamientos de tortugas, llegada de ballenas, entre otros, que sean representativos del territorio y que motiven la visita durante todo el año a la región.
- Fomentar el empaquetamiento permanente del producto en el destino
- Fortalecer la presencia en canales comerciales nacionales e internacionales
- Establecer beneficios comerciales que motiven priorizar la venta del destino fuera de temporadas
- Promover formación del canal comercial frente al destino y su oferta de valor en torno a la biodiversidad

DOFA

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Alto crecimiento del turismo de naturaleza en el mundo. • Mercados potenciales para el producto arriban actualmente a Colombia y son significativos en el total nacional (USA-UK-Europa) • Tendencia internacional interesada por la conservación y medio 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de políticas de control del territorio y crecimiento de las explotaciones mineras y actividades extractivas. • Impactos negativos en ecosistemas por inadecuado manejo ambiental • Percepción de imagen negativa del

ambiente	destino por seguridad y condiciones de accesibilidad.
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avances en procesos de investigación, monitoreo e identificación de especies. • Establecimiento de áreas protegidas para la conservación • Interés de la comunidad en el desarrollo de turismo a partir de la riqueza natural 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bajo grado de desarrollo para la oferta del producto • Alistamiento y condiciones de atractivos no consolidadas • Baja penetración comercial del destino en el mercado turístico. • Dificultades de accesibilidad y conectividad al territorio • Presencia de grupos al margen de la ley
<p>Apuesta de desarrollo del Producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la principal red de senderos Eco turísticos del país en el Chocó Biogeográfico. • Diseñar e implementar la red de vías fluviales interpretativas como una experiencia única en la naturaleza. • Poner en funcionamiento 5 centros de interpretación especializados en Biodiversidad. <ul style="list-style-type: none"> ○ Biodiversidad en el Chocó Biogeográfico (Medio Atrato) ○ Ballenas y Mundo Marino (Utría) ○ Aves (Kafíos) ○ Mundo Marino (Bahía Solano) ○ Tortugas (Acandí)

ECOTURISMO

Avistamiento de ballenas

Definición del producto: "Es la actividad que desde tierra o desde una embarcación permite a viajeros e investigadores apreciar algunos rasgos físicos y movimientos que hacen parte del comportamiento de las ballenas jorobadas que llegan cada año a las aguas del Pacífico colombiano para cumplir con funciones de apareamiento, alumbramiento y crianza"¹⁹

<p>Destinos y principales escenarios de disfrute</p>	<ul style="list-style-type: none"> • PNN Utría • Bahía Solano – Playas y zona marino costera • Nuquí – Playas y zona marino costera • Pizarro – zonas marino costeras • Juradó- Bahía de Humboldt - playas y zona marino costera
---	---

Es el producto estrella del destino. Ha tenido un crecimiento importante en los últimos años y la promoción lo ha consolidado como el principal motivador de viaje al territorio. La temporada de disfrute inicia en el mes de Julio y termina a finales de noviembre en algunas zonas, con frecuencia en el mes de octubre.

Descripción y claves de éxito Se resalta el importante esfuerzo promocional y la preparación de las comunidades frente al producto; sin embargo las barreras del entorno (accesibilidad, precio) son los principales elementos a mitigar para aportar a su crecimiento, a la vez que propender por la mejora de las condiciones de operación y disfrute.

El producto requiere avanzar hacia su consolidación, la temporalidad y el incremento sustancial de la demanda en períodos específicos hace que la calidad de la operación disminuya y la experiencia no aborde de manera integral el concepto de producto.

Los elementos con mayores deficiencias son: La interpretación, la seguridad, el equipamiento de soporte y el cumplimiento de protocolos de operación.

¹⁹ MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. "Guía de observación Ballenas". Colombia, 2010

El trabajo para subsanar estas dificultades debe aportar en la mejora de la competitividad del producto que además debe tener en cuenta: :

- Propender por mantener las áreas de protección marino-costeras y velar por la salvaguardia de las condiciones del ecosistema marino en el territorio con el objetivo de servir de escenario idóneo para apareamientos y nacimientos.
- Garantizar la calidad en el equipamiento y seguridad del servicio
- Promover la norma de avistamiento responsable
- Fomentar los escenarios, herramientas y espacios de interpretación
- Facilitar escenarios de avistamiento desde tierra para hacer el producto accesible a todos los públicos
- Articular la oferta del producto a una estrategia de monitoreo del comportamiento de los cetáceos en el pacífico

En el marco del concepto de posicionamiento del destino, este producto debe propender por identificarse con la imagen del turismo como una herramienta para la conservación, en tanto sus elementos y condiciones de operación se vinculan a los estrategias de protección del ecosistema y de las especies.

Oportunidades generales de mejora del producto

Alistamiento del producto

Para el desarrollo del producto es imperante disponer de un escenario con las condiciones idóneas para la perdurabilidad de la oferta. Se resalta la alta sensibilidad de las Ballenas Yubartas a los cambios del entorno, por eso, es primordial que se tenga en cuenta la necesidad de garantizar que el área marina mantenga sus condiciones. Se recomienda:

- Establecer estrategias de monitoreo de las condiciones del ecosistema marino (agua, temperatura, ruido, embarcaciones), entre otras.
- Definir y apropiar protocolos de mitigación de impacto de factores que puedan perturbar el comportamiento de los cetáceos. (Ruido, pesca, contaminación, entre otros).
- Promover la preparación y equipamiento de escenarios (miradores) con binoculares o telescopios que faciliten el acceso a la experiencia a todos los públicos.
- Gestar la iniciativa de un centro de monitoreo e interpretación en el pacífico Colombiano alrededor de los cetáceos y su comportamiento.
- Establecer capacidad de carga de atención de los territorios en temporadas; puede articularse a mecanismos de recaudo escalonado de tasas de ingreso.

Operación del producto

Los elementos que facilitan la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:

- Divulgar y cumplir las normas de seguridad de navegación.
- Divulgar y cumplir las normas de avistamiento responsable.
- Establecer un mecanismo de control de la operación y los operadores (DIMAR).
- Definir, divulgar y promover la apropiación comunitaria del concepto del producto de avistamiento en el marco de la conservación de la especie y la biodiversidad.
- Preparación del recurso humano frente a la normatividad y el concepto del producto.
- Contar (los prestadores de servicios) con instrumentos de seguridad como chalecos, equipos de atención de primeros auxilios (acordes al escenario) en condiciones apropiadas.
- Definir y apropiar protocolos de atención de emergencias.
- Promover rutas de conexión intrarregional (Nuquí, Utría, Bahía Solano y en el mediano plazo a Juradó)

Gestión

Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto pues sus acciones y procesos son el soporte fundamental para que este se vivencie en el destino. Por tal razón, los procesos de gestión deben considerar:

- La constitución der una red de actores relacionados al producto,

sean de manera directa o indirecta, en un esquema similar a los de Club de producto.

- La articulación de las iniciativas de conservación, oficiales, de ONG y comunitarias al concepto y oferta turística
- La articulación a programas de conservación transnacionales de cetáceos.
- La asociación o vinculación a centros de investigación, monitoreo u otros que generen contenidos actualizados y enriquezcan el conocimiento frente a la especie a nivel mundial y sus comportamientos.
- Velar por la apropiación de todos los actores sociales del territorio a las estrategias de conservación.

Promoción y comercialización

Para aportar al posicionamiento del destino y responder a la estrategia de penetración en el mercado, los espacios de mejora a tener en cuenta se centran en:

- Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información
- Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos e impulsen el uso de las redes sociales.
- Mantener las campañas nacionales e internacionales que viene liderando el gobierno para posicionar el destino
- Promover empaquetamientos integrales del producto, especialmente con merchandising alegórico a ballenas vinculando otros emprendimientos locales.
- Velar por un ambiente comercial ético que promueva la calidad y el servicio.
- Fortalecer la presencia en canales comerciales nacionales e internacionales
- Realizar acuerdos integrales de operación aérea para mitigar barreras de entrada en la temporada.
- Promover formación del canal comercial frente al destino y su oferta de valor en torno a la biodiversidad

DOFA

<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto crecimiento del turismo de naturaleza • Tendencia internacional interesada por la conservación y medio ambiente 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad. • Impactos negativos en ecosistemas por inadecuado manejo ambiental
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avances en la preparación de oferta y operación del producto. • Posicionamiento nacional del territorio como escenario óptimo para el avistamiento. • Interés de la comunidad en el desarrollo de turismo a partir de la riqueza natural 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alistamiento y condiciones de atractivos no consolidadas • Bajo cumplimiento de condiciones de operación y seguridad. • Bajo grado de sofisticación de la oferta
<p>Apuesta de desarrollo del Producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar al Chocó como el principal escenario para el avistamiento, monitoreo e investigación del comportamiento de las Ballenas en el Pacífico. • Consolidar la experiencia de avistamiento como una estrategia de conservación, cuidado y aprendizaje. • Sofisticar el producto y alinearlos a procesos de investigación globales.

ECOTURISMO

Avistamiento de Aves

Definición del producto: “La observación de aves es una actividad realizada por personas que buscan conocer, distinguir o simplemente observar aves silvestres en situación de libertad, siempre en contacto con la naturaleza.” (Ministerio de Turismo, Presidencia de la Nación Argentina²⁰).

Destinos y principales escenarios de disfrute	Entre los lugares:	Entre los municipios:
	<ul style="list-style-type: none"> • PNN Katíos • PNN Utría • PNN Tatamá • Reservas de la sociedad civil en los municipios de Bahía Solano, Acandí y San José del Palmar). • Alto, medio y bajo Atrato, recorrido por el río. (Mediano plazo) • Medio y bajo San Juan, especialmente en la zona baja en la desembocadura del río en el pacífico (Largo plazo). 	<ul style="list-style-type: none"> • Riosucio • Unguía • Acandí • Bojayá • Alto Baudó • Bahía Solano • Quibdó • San José del Palmar

Descripción y claves de éxito

Este producto tiene gran relevancia especialmente por la estrecha relación con las tendencias internacionales, soportada en la biodiversidad del territorio. Con una identificación de más de 800 especies y un importante número de especies endémicas únicas del Chocó tienen gran atractivo para los avistadores especializados.

A pesar de que escenarios atractivos como: PNN Katíos, PNN Tatamá San Juan y Atrato), no cuentan con las condiciones idóneas para el óptimo desarrollo de la actividad, este producto, que se encuentra en la etapa de introducción al mercado, ha tenido una comercialización permanente en las zonas de Bahía Solano y el PNN Tatamá en San José del Palmar.

El producto, inicialmente, podría ser disfrutado por un público amplio, acercándose, por su características al de interpretación de flora y fauna ya presentado. En su etapa de madurez y consolidación se ve más como un producto de tipo especializado, que se dirige a un segmento de Nicho, en el cual se requiere profundizar.

Los principales retos para su consolidación están en: Minimizar las barreras del entorno para la accesibilidad al destino y su movimiento intrarregional, la formación de personal idóneo, la articulación de la actividad a estrategias de conservación, monitoreo y divulgación, mejorar su presencia promocional y explorar canales de comercialización para este segmento.

El trabajo para subsanar las dificultades que hoy se presentan debe aportar en la mejora de la competitividad del producto. Es importante:

- Aprovechar su ubicación en el Chocó Biogeográfico y ser considerada como Hotspot de biodiversidad en el mundo
- Articular la oferta a estrategias de conservación tanto de escenarios como de especies.
- Contar con una estrategia de monitoreo permanente en los puntos focales de aprovechamiento del producto.
- Preparar el recurso humano local para que sea partícipe de la oferta del producto.
- Establecer un mecanismo de divulgación permanente

En el marco del concepto de posicionamiento del destino, este producto debe propender por identificarse con la imagen del turismo como una

²⁰ Referencia disponible en <http://desarrolloturistico.gob.ar/oferta/desarrollo-de-productos/observacion-de-aves-y-turismo>

herramienta para la conservación, en tanto sus elementos y condiciones de operación se vinculan a los estrategias de protección del ecosistema y de las especies.

Oportunidades generales de mejora del producto

Alistamiento del producto

Para el desarrollo del producto es imperante disponer de escenarios para el disfrute de la actividad acordes y adecuados, se resalta para el Departamento los logros que han permitido establecer áreas de conservación en el territorio, sobre las cuales es importante adelantar acciones relacionadas con:

- Inventario de especies con sus clasificaciones: Nativas, residentes, migrantes, endémicas, entre otras y evaluación del estado de los ecosistemas
- Planes de manejo y capacidad de carga
- Programa permanente de monitoreo
- Escenarios especializados para avistamiento (torres y trampas)
- Equipamiento de soporte y seguridad del escenario
- Señalización

Operación del producto

Los elementos que facilitan la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:

- Construcción de material informativo de soporte (guías)
- Preparación del recurso humano
- Desarrollo de iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios y soporte en la actividad turística
- Fortalecimiento a las iniciativas existentes lideradas por los prestadores de servicios turístico y propender por el relacionamiento y la participación de la comunidad
- Contar con los equipos de operación básicos (binoculares) y especializados para el producto (telescopios)
- Contar con instrumentos de seguridad como cuerdas, arnés, cascos, equipos de atención de primeros auxilios (acordes al escenario).
- Protocolos de atención de emergencias.
- Promover rutas de conexión intrarregional
- Definir y aplicar normas de avistamiento responsable
- Teniendo en cuenta el mercado de nicho que tiene este producto en países anglisajones, es necesario promover el bilingüismo en los prestadores de servicios.

Gestión

Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto pues sus acciones y procesos serán el soporte fundamental para que este se vivencie en el destino: Se debe considerar::

- Constituir una red de actores relacionados al producto, sean de manera indirecta o directa. Se puede promover la constitución de clubs de producto.
- Articularse a redes de observación de aves internacionales, para el monitoreo, la investigación y la divulgación de hallazgos.
- Velar por la apropiación e involucramiento de todos los actores sociales del territorio de las estrategias de conservación.

Promoción y comercialización

Los espacios de mejora a tener en cuenta están:

- Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información
- Participar en ferias especializadas promoviendo el producto
- Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos y aprovechamiento de las redes sociales.
- Construir y divulgar un calendario de comportamiento de especies emblemáticas del territorio que resalte, migraciones, conteos, entre otros elementos relevantes.
- Fortalecer la presencia en canales comerciales nacionales e internacionales ligados a este perfil de mercado
- Promover la inclusión de la actividad en paquetes locales para todos los públicos

- Establecer beneficios comerciales que motiven priorizar la venta del destino fuera de temporadas
- Promover formación del canal comercial frente al destino y su oferta de valor en torno a la biodiversidad

DOFA

<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto crecimiento del turismo de naturaleza en el mundo. • Tendencia de crecimiento positiva del nicho para Colombia • Tendencia internacional interesada por la conservación y medio ambiente 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad. • Impactos negativos en ecosistemas por inadecuado manejo ambiental. • Incremento sustancial de la oferta en el país.
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Itinerarios de viaje nacional para avistamiento especializado incluyen el Chocó. • Se cuenta con avances en el conteo e identificación de especies. • Se reconocen Avances en la preparación de oferta y operación del producto. 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alistamiento y condiciones de atractivos no consolidadas • Bajo cumplimiento de condiciones de operación y seguridad. • Bajo grado de preparación del RRHH para la especialidad del producto • Bajo grado de sofisticación de la oferta
<p>Apuesta de desarrollo del Producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chocó como un destino privilegiado para la observación de aves endémicas y migratorias. • Consolidar la experiencia de avistamiento como una estrategia de conservación, cuidado y aprendizaje. • Sofisticar el producto y alinearlos a procesos de investigación globales.

Sol y Playa

Definición del producto: "Se considera turismo de sol y playa a la tipología turística basada en el descanso en zonas marítimas y con buen clima. Está compuesta por actividades que centran su desarrollo en el medio litoral (baños de sol y de mar, snorkeling, náutica, etc.), e incorpora otras relacionadas con la actividad turística en el litoral: ocio nocturno, degustaciones gastronómicas, visitas a recursos y centros de ocio, etc." (Dirección de turismo, comunidad Valenciana – España). Para el caso del Chocó la oferta de este producto se acerca más hacia el concepto de "Playas Prístinas" o inexploradas con muy bajo grado de impacto humano, con un alto grado de relación al Ecoturismo; playas como Capurgana y Sapzurro por su dinámica se acercan más a un turismo de sol y playa tradicional.

<p>Destinos y principales escenarios de disfrute</p>	<p>Entre los lugares:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Playa el Almejal • Playa Huina • Playa Potes • Bahía Cúpica • Bahía de Triganá • Bahía de Sapzurro • Capurganá • Playa Guachalito • Playas Olímpica • Playas entre Coquí y Terales • Playa Cabo Corriente • Ensenada de Utría 	<p>Entre los municipios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acandí • Unguía (mediano plazo) • Juradó (mediano plazo) • Bahía Solano • Nuquí • Pizarro (mediano plazo)
---	--	---

Descripción y claves de éxito

Es uno de los productos con mayor dinámica a nivel mundial, especialmente en lo que se refiere a viajes regionales: Para el viajero nacional, el Sol y playa hace parte de los productos clave del destino, puesto que el imaginario de sus playas prístinas se convierte en "drive" o motivador del viaje al territorio; para el mercado internacional es un producto complementario que genera valor al escenario de disfrute del turismo de naturaleza (principalmente).

Se resaltan los avances en el posicionamiento en el mercado de Capurganá, Sapzurro en Acandí; el Valle y Huina en Bahía Solano; y Guachalito y Playa Blanca en Nuquí; sin embargo, Chocó cuenta con un número importante de playas con características especiales y entornos paisajísticos diversos que marcan diferenciación, enriqueciendo el portafolio de oportunidades de desarrollo de este producto.

A pesar de esa gran oportunidad para la generación de oferta, la consolidación del producto tiene relevantes espacios de mejora. Algunas de las acciones que se deben realizar para garantizar el éxito en el desarrollo son:

- Conservar la característica de "prístina" en su operación y disfrute
- Establecer el marco normativo aplicable al territorio, divulgar y velar por el cumplimiento de la normatividad de seguridad
- Implementar las normas de ordenamiento de playas
- Velar por la limpieza y apariencia de las playas.
- Priorizar las dinámicas naturales a las humanas
- Garantizar el ordenamiento de las dinámicas sociales en el área de playa y su entorno.

En el marco del concepto de posicionamiento del destino, este producto debe propender por identificarse con la imagen del turismo como una herramienta para la conservación, en tanto sus elementos y condiciones de operación se vinculan a los estrategias de protección del ecosistema y de las especies. En el caso de este producto es imperante que se visualicen los procesos de ordenamiento, de seguridad y de aseo.

Oportunidades generales de mejora del producto

Alistamiento del producto

Para el desarrollo del producto es imperante disponer de escenarios para el disfrute de la actividad acordes y adecuados, para lo cual se identifican oportunidades de mejora en:

- Avanzar de forma urgente en el ordenamiento de playas
- Promover acciones de limpieza y mitigar impactos de la contaminación en las playas
- Establecer criterios de operación, manejo y capacidades de carga para cumplir con la oferta de valor "playa prístina".
- Establecer un programa de monitoreo de dinámica natural de los escenarios y mecanismos de mitigación de impactos.
- Promover la certificación en sostenibilidad de playas para las más consolidadas en el mercado.
- Equipamiento de soporte y seguridad del escenario (embarcaderos, torres de vigilancia, zonas de soporte (baños, seguridad, información).
- Señalización
- Velar por el embellecimiento y ornamentación del entorno

Operación del producto	<p>Los elementos que facilitan la operación del producto y en los que se hace necesario trabajar son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Señalización de localización, conservación, uso y seguridad de los sitios • Diseñar, divulgar y velar por el cumplimiento de protocolos de comportamiento de la oferta y la demanda en los espacios de playa. • Promover iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios dispuestos en la actividad turística ofertando actividades complementarias de forma ordenada y respetuosa • Contar con instrumentos y equipos de seguridad para atención de primeros auxilios (acordes al escenario) y emergencias. • Definir y apropiar protocolos de atención de emergencias.
-------------------------------	--

Gestión	<p>Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto, pues sus acciones y procesos serán el soporte fundamental para que este se vivencie en el destino. Por lo anterior, los procesos de gestión deben considerar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La constitución de los comité de playas locales • Definir planes de acción, gestión y operación de los procesos de aprovechamiento de escenarios. • Establecer un mecanismo de diálogo permanente interregional frente a las dinámicas y problemáticas del territorio en playas • Velar por la apropiación e involucramiento de la comunidad de las estrategias de conservación, ordenamiento y aprovechamiento.
----------------	---

Promoción y comercialización	<p>Para aportar al posicionamiento de este producto en el mercado, entre los espacios de mejora a tener en cuenta están:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La priorización del entorno web como escenario de difusión de información • Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos e impulsen el uso de las redes sociales. • Fortalecer la presencia en canales comerciales nacionales e internacionales ligados a este perfil de mercado • Establecer beneficios comerciales que motiven priorizar la venta del destino fuera de temporadas • Promover formación del canal comercial
-------------------------------------	---

DOFA	
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento del destino en el mercado nacional. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad. • Incremento sustancial de la oferta en el país.
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Destinos consolidados en el mercado como Capurganá, Nuquí y Bahía Solano 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alistamiento y condiciones de atractivos no consolidadas • Bajo cumplimiento de condiciones de operación y seguridad. • Bajo grado de sofisticación de la oferta

Apuesta de desarrollo del Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el destino de Sol y Playa en el marco de un concepto de Chocó paradisíaco, de playas prístinas • Consolidar la oferta de Chocó como destino de Sol y Playa bajo el concepto de "Playas Prístinas"
---	---

5.2.3.2 Productos complementarios

En adelante a partir de la selección de los productos complementarios para el destino, se resaltarán los elementos más relevantes para su fortalecimiento .

Productos Complementarios	Tipología
Etno turismo (indígena/afro descendiente)	Turismo cultural – inmaterial
Gastronomía tradicional	Turismo cultural – inmaterial
Bienestar	Turismo de salud y bienestar – bienestar
Fiestas y ferias	Turismo cultural – inmaterial
Turismo religioso	Turismo cultural – inmaterial
Agroturismo y pesca tradicional	Turismo de naturaleza – rural

TURISMO CULTURAL

Etno turismo (afro descendiente / Indígena)

Definición del producto: “Es el turismo especializado y dirigido que se realiza en territorios de los grupos étnicos con fines culturales, educativos y recreativos que permite conocer los valores culturales, forma de vida, manejo ambiental, costumbres de los grupos étnicos, así como aspectos de su historia”. (Ley Nacional de turismo – Colombia²¹)

Destinos y principales escenarios de disfrute	Entre los lugares:	Entre los municipios:
	<ul style="list-style-type: none"> • Nuquí-Jurubirá • Nabugá • Tutunendo – Pacurita • Medio Atrato 	<ul style="list-style-type: none"> • Quibdó • Nuquí • Bahía Solano • Medio Atrato • Itsmina

Descripción y claves de éxito

Este producto es de alta complejidad por sus impactos en los elementos culturales especialmente afectados tras la culturalización; no obstante, la oferta turística debe ser la expresión o resultado de la mejora y fortalecimiento de los procesos culturales internos en cada territorio, gestando espacios propicios para la divulgación, la atracción de públicos y la promoción turística de zonas de influencia.

La participación de las comunidades en el sector no garantiza que el visitante logre tener una experiencia de tipo etno turística; ésta debe ser construida considerando espacios de participación, socialización e interacción entre la comunidad y los visitantes.

A pesar de que cada intervención de la comunidad en cualquier momento de la oferta turística tiene intrínseca una parte de la experiencia etno turística, esta debe enfocarse en transmitir de forma integral, la cosmovisión, acercar al visitante a las tradiciones, expresiones e identidad de las comunidades del territorio. Este escenario de desarrollo de tipo participativo y de alta interacción entre visitantes y la comunidad será el resultante de un proceso evolutivo del desarrollo de ofertas turísticas de base cultural.

Una vivencia etno-turística, debe significar compartir con las comunidades, espacios propios de las mismas (asambleas, reuniones de consejos, celebraciones y conmemoraciones, reuniones de cabildo, rituales, entre otras), además de disfrutar de otras actividades complementarias ligadas a la cultura y la naturaleza; con el fin de brindar al visitante una experiencia de aprendizaje y entendimiento de la concepción del mundo desde la mirada

²¹ Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Ley 1558 de 2012 - Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, Colombia 2012.

de cada grupo étnico.

Actualmente destacan los interesantes avances en el proyecto de la aldea indígena Embera en Jurubirá (Nuquí) como escenario piloto para la vinculación de esta comunidad al sector. En el caso afro-descendiente se resaltan los avances de la oferta gastronómica tradicional local y el centro de memoria afro en Quibdó; sin embargo, no se ha trabajado en la construcción de un producto de tipo étnico para este grupo mayoritario en la región.

El desarrollo de la oferta debe resaltar las claves de éxito del producto, que para este caso son:

- Chocó facilita la vivencia de una experiencia multi-étnica – multicultural.
- La oferta resulta de procesos de fortalecimiento cultural de los grupos étnicos, su sustento es la autenticidad.
- Se rige bajo las condiciones y parámetros de sus actores (comunidades indígenas y afro descendientes).
- La retribución económica debe ser participativa (colectiva) no individualizada.

En el marco del concepto de posicionamiento del destino, este producto debe propender por identificarse con la imagen del turismo como una herramienta para la conservación, en tanto sus elementos y condiciones de operación se vinculan a los estrategias de protección, salvaguardia cultural y equilibrio entre la pervivencia humana y de la naturaleza.

Consideraciones generales del desarrollo del producto:

Alistamiento del producto

Para el desarrollo del producto es imperante disponer de espacios de intercambio que fomenten la experiencia etno cultural, el contacto con las comunidades puede darse de manera escalonada para construir una experiencia etnoturística.

En este sentido, bajo el concepto de escalamiento de participación, el alistamiento debe fundarse en:

- Identificación de prácticas, expresiones y elementos que pueden ser considerados o inmersos en vivencias de intercambio turístico.
- Definir los parámetros de impacto de la interculturalidad y promover planes de manejo y salvaguardia para las expresiones y elementos que se requieran.
- Diseñar participativamente las experiencias y modelos de participación de las comunidades y su escalamiento.
- Diseñar planes de implementación, manejo y capacidad de carga
- Establecer un programa permanente de monitoreo etno-cultural
- Velar por dotar de equipamiento de soporte y seguridad a los escenarios que sean seleccionados para el disfrute

Operación del producto

Los elementos que facilitan la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:

- Preparación del recurso humano.
- Desarrollo de iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios y soporte en la actividad turística .
- Generación de espacios de diálogo y articulación entre los prestadores de servicios turísticos que pueden actuar como comercializadores y la comunidad receptora.
- Contar con los equipos de operación básicos acorde al escenario y la experiencia.
- Promover el desarrollo de protocolos de interacción comunitaria y ejercicio responsable del turismo.
- Diseñar y aplicar protocolos de atención de emergencias.
- Promover rutas de conexión intrarregional.

Gestión

Es importante avanzar en una estrategia de articulación de las comunidades para el desarrollo e implementación del producto, para esto es importante:

- Constituir una red de actores relacionados al producto, sean de manera indirecta o directa. Se puede promover la constitución de clubs de producto.

- Articularse a redes de investigación antropológica, investigaciones históricas u otras relacionadas que contribuyan en la generación de interés por el producto.
- Velar por la apropiación e involucramiento de la comunidad en las estrategias de salvaguardia y participación.

Promoción y comercialización

Para aportar al posicionamiento de este producto en el mercado, entre los espacios de mejora se encuentran:

- Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información
- Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos y correos electrónicos, e impulsen el uso de las redes sociales.
- Fortalecer las redes de información local de ofertas turísticas en el territorio
- Dinamizar los mecanismos comerciales locales de ofertas complementarias
- Fortalecer la presencia en canales comerciales nacionales e internacionales ligados a este perfil de mercado (interesados en el Patrimonio Cultural)
- Promover la inclusión de la actividad o de ofertas específicas del producto en paquetes locales para todos los públicos
- Establecer beneficios comerciales que motiven priorizar la venta del destino fuera de temporadas
- Promover formación del canal comercial frente al destino y su oferta de valor en torno a la biodiversidad y multiculturalidad

DOFA

<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia internacional creciente por el interés en el patrimonio cultural. • Las comunidades se vuelven el epicentro de la experiencia en las nuevas concepciones del turismo. • Condición de pervivencia de las comunidades con alto grado de autenticidad 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad. • Pérdida de los valores culturales y autenticidad del producto en un ejercicio de turismo no planificado
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés de la comunidad en participar del sector turístico • Proyecto piloto en consolidación con la comunidad indígena Embera • Interés de la comunidad afrodescendiente de desarrollar ofertas en el marco del producto 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausente desarrollo de productos y alistamiento de la oferta • Bajo grado de preparación del RRHH para la especialidad del producto • Escasos mecanismos de soporte estructural para la cultura que mitiguen los impactos del turismo. • Falta de mecanismos para la generación de consenso al interior de las comunidades y de éstas con el entorno • Difícil acceso a algunas comunidades étnicas

TURISMO CULTURAL

Gastronomía tradicional

Definición del producto: "Hall y Sharples²² definen el turismo gastronómico como la visita a productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización de un viaje).

Destinos y escenarios de disfrute	Entre los lugares:	Entre los municipios:
	<ul style="list-style-type: none"> • Corregimientos de Jurubirá y Coquí • Ciudad Mufis - Bahía Solano - • Quibdó (Urbano) • Capurganá • Tutunendo 	<ul style="list-style-type: none"> • Quibdó • Nuquí • Bahía Solano • Acandí

Descripción y claves de éxito

Este producto proyecta alto interés y crecimiento, pues es parte fundamental del gasto turístico. Uno de los principales factores que motivan a actuar sobre el desarrollo de una oferta sofisticada frente a la gastronomía es el reconocimiento del pacífico y su mesa en el contexto nacional, lo que genera gran interés e imprime un sello de motivación para los extranjeros que visitan la zona.

Actualmente se cuenta con oferta básica de alimentación en todos los territorios, pero se destaca en Quibdó la iniciativa de la red de mujeres Chocoanas promoviendo oferta específica de comida tradicional, así como otros restaurantes de la zona urbana que resaltan el uso de insumos y saberes tradicionales. Esta iniciativa debería ser transversal para el territorio y aprovechar al reconocimiento logrado frente a esta expresión cultural.

El desarrollo de la oferta debe considerar las claves de éxito del producto, que para este caso en particular son:

- Chocó facilita tener una experiencia multicultural, lo que resulta en diversidad gastronómica.
- La oferta debe tener en cuenta procesos de fortalecimiento de las expresiones gastronómicas tradicionales, en donde impere la autenticidad y el saber local.
- Debe promover la articulación de proveedores locales con buenos estándares de calidad
- Garantizar la salubridad en la preparación de alimentos, la imagen, el manejo y la preparación del recurso humano como puntos clave del producto.

En el marco del concepto de posicionamiento del destino, este producto debe propender por identificarse con la imagen del turismo como una herramienta para la conservación, en tanto sus elementos y condiciones de operación se vinculan a los estrategias de protección, salvaguardia cultural y equilibrio entre la pervivencia humana y la naturaleza.

Consideraciones generales del desarrollo del producto:

Alistamiento del producto

En este sentido, bajo el concepto de diversidad gastronómica, el alistamiento debe fundarse en:

- Identificación de prácticas, expresiones y elementos que pueden ser considerados factores de diferenciación de la gastronomía Chocoana.
- Definir los parámetros de impacto de la interculturalidad y promover planes de manejo y salvaguardia para las expresiones culinarias que se requieran.
- Diseñar participativamente las experiencias y modelos de participación de las comunidades y sus espacios de oferta de gastronomía tradicional.
- Definir mecanismos de retribución de usufructo por prestadores de servicios a las comunidades propietarias del conocimiento

²² HALL/MITCHELL/SHARPLES, "Food Tourism Around The World: Development, Management and Markets". 2003

ancestral en platos que se enmarquen en procesos de salvaguardia cultural.

Operación del producto

Los elementos que facilitan la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:

- Preparación del recurso humano
- Gestar proyectos para el mejoramiento de las condiciones de servicios públicos y salubridad en los espacios destinados al disfrute turístico gastronómico.
- Promover proyectos que aporten al encadenamiento del sector productivo con el gastronómico en el marco del turismo comunitario.
- Desarrollo de iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios turísticos y espacios existentes para potenciar el concepto de producto.
- Contar con los equipos de operación básicos acorde al escenario y la experiencia
- Promover festivales gastronómicos permanentes
- Diseñar y aplicar protocolos de atención de emergencias y o casos relacionados a intoxicación u otros relacionados al producto.

Gestión

Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto pues sus acciones y procesos serán el soporte fundamental para que éste se vivencie en el destino:

- Constituir una red de actores relacionados al producto, sean de manera indirecta o directa. Se puede promover la constitución de clubs de producto.
- Articularse a centros de formación e investigación en el sector.
- Fortalecer los grupos organizados locales y promover la puesta en valor del saber tradicional.
- Velar por generar capacidades locales a los actores con potencial de liderazgo en el proceso de desarrollo del producto.

Promoción y comercialización

Entre los espacios de mejora a tener en cuenta están:

- Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información
- Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos e impulsen el uso de las redes sociales.
- Construir y divulgar un calendario de eventos gastronómicos regionales.
- Fortalecer las redes de información local de ofertas turísticas en el territorio
- Dinamizar los mecanismos comerciales locales de ofertas complementarias
- Promover la inclusión de degustación en paquetes locales para todos los públicos
- Promover la formación del canal comercial

DOFA

<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia internacional en donde es creciente el interés por el patrimonio cultural. • La gastronomía del pacifico con positivo posicionamiento en el mercado nacional 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad. • Pérdida de los valores culturales y autenticidad del producto en un ejercicio de turismo no planificado
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés de la comunidad en 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausente concepción de la

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> participar del sector turístico Oferta existente de restaurantes y de comida tradicional. Interés de la comunidad afro-descendiente de desarrollar ofertas en el marco del producto. | <ul style="list-style-type: none"> gastronomía como un producto turístico especializado Bajo grado de preparación del RRHH para la especialidad del producto |
|--|--|

TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR

Bienestar

Definición del producto: "Es el turismo especializado que considera realizar actividades encaminadas al cuidado, a sentirse bien recibiendo tratamientos alternativos y a descansar"²³

Destinos y escenarios de disfrute	Entre los recursos:	Entre los municipios:
	<ul style="list-style-type: none"> Rituales y terapias holísticas con comunidades étnicas (Jurubirá y comunidades afro descendientes interesadas) Termales y SPA (corregimiento de Termales – Nuquí, entre otros) 	<ul style="list-style-type: none"> Quibdó Nuquí Bahía Solano Acandí

Descripción y claves de éxito

Este producto se consideró en el Plan de Negocios de turismo de bienestar del país para intervención en el mediano plazo en el departamento del Chocó (2016-2020). El documento lo incluye entre los 6 departamentos con potencial para el desarrollo de oferta de talasoterapia y entre los 20 principales con oferta de termalismo. Proyectando para la zona de Termales en Nuquí un proyecto de "Eco-resort SPA Termal Chocó"..

Se resalta en especial para ese escenario el avance en infraestructura, apropiación y participación en el mercado actual del destino; sin embargo, el modelo operativo y comercial no ha logrado los resultados idóneos para potenciar su crecimiento y mejora. Una de las principales limitantes identificadas es la preparación de las comunidades y el acompañamiento permanente que requieren para llevar con éxito los procesos administrativos.

Para el desarrollo de la oferta se trae a consideración las definiciones de los productos de la línea de Turismo de Bienestar que hace el Plan de Negocios citado:

Talasoterapia: Uso del agua de mar y de diferentes elementos del medio marino en los tratamientos , como lodos, algas, arena,... Los centros de Talasoterapia están siempre relacionado con hoteles.

Termalismo: Uso de aguas termales, barros y lodos para tratamientos preventivos y curativos con ingestión de agua de manantial.

SPA: Lugar dedicado al bienestar, a la relajación gracias a profesionales que promueven la renovación del cuerpo, mente y espíritu en un entorno único.

El desarrollo de la oferta debe resaltar las claves de éxito del producto, que para este caso en particular son:

- Chocó facilita tener una experiencia multicultural, lo que resulta en diversidad de saberes, expresiones y prácticas que pueden ser aprovechadas en el producto.
- Garantizar el desarrollo con estándares internacionales del eco-resort / spa –centro de bienestar integrado en la naturaleza y las fuentes termales en el municipio de "Termales", generaría un factor diferenciador en el Departamento y facilitará nuevas iniciativas.
- La relación con las comunidades es importante aquí para crear una

²³ PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA. "Plan de Negocios de Turismo de Bienestar". Colombia 2013

- inmersión de los turistas en la cultura local
- Uso de las plantas, frutas y flores locales para desarrollar productos únicos en el spa

En el marco del concepto de posicionamiento del destino, este producto debe propender por identificarse con la imagen del turismo como una herramienta para la conservación, en tanto sus elementos y condiciones de operación se vinculan a los estrategias de protección, salvaguardia cultural y equilibrio entre la pervivencia humana y la naturaleza. Resaltando en especial los saberes de las culturas locales.

Consideraciones generales del desarrollo del producto:

Alistamiento del producto	<p>En este sentido, bajo el concepto salvaguardia de los saberes tradicionales aplicados al bienestar, el alistamiento debe fundarse en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de prácticas, expresiones y elementos que pueden ser considerados factores de diferenciación de la oferta de bienestar en Chocó. • Gestar proyectos para el mantenimiento y garantizar la operatividad de los sitios sobre los que se ha realizado inversión estatal en la generación de oferta. • Promover estudios de uso terapéutico de las aguas termales del Departamento y análisis de escenarios óptimos para gestar proyectos de talasoterapia. • Articularse a centros de formación e investigación en el sector.
Operación del producto	<p>Los elementos que facilitan la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación del recurso humano tanto en la operación como en la administración. • Establecer mecanismos de integración para el funcionamiento de la red de proveedores en el concepto de producto. • Desarrollo de iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios turísticos y espacios existentes para potenciar el concepto de producto. • Contar con los equipos de operación especializados acorde al escenario y la experiencia.
Gestión	<p>Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto pues sus acciones y procesos serán el soporte fundamental para que éste se vivencie en el destino. Se considera necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Constituir una red de actores relacionados al producto, sean de manera indirecta o directa. Se puede promover la constitución de clubs de producto. • Velar por la apropiación e involucramiento de la comunidad de las estrategias de participación.
Promoción y comercialización	<p>Entre las oportunidades de mejora se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información • Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos e impulsen el uso de las redes sociales. • Fortalecer las redes de información local de ofertas turísticas en el territorio • Dinamizar los mecanismos comerciales locales de ofertas complementarias • Promover la inclusión de la actividad en paquetes locales para todos los públicos • Promover formación del canal comercial frente al destino y su oferta de valor en torno a la biodiversidad y multiculturalidad

DOFA

<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia internacional en donde es creciente el interés por el bienestar, la salud y la recompensa física. • Las comunidades y sus saberes tradicionales se vuelven el epicentro de la experiencia. • Condición de singularidad de la oferta al contar con termas al borde de ríos y en cercanía al mar. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad.
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto piloto en consolidación en el municipio de Nuquí. • Oferta del producto activa en el destino. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausente desarrollo de productos y alistamiento de la oferta • Bajo grado de preparación del RRHH para la especialidad del producto • Inadecuados procesos de mantenimiento del proyecto piloto afecta la potenciación del producto.

TURISMO CULTURAL

Fiestas y ferias

Definición del producto: "Son los espacios de expresión cultural colectiva que resultan de la pervivencia de las comunidades en sus territorios, su motivación de realización puede ser resultado de la tradición o gestada con objetivos específicos"²⁴, el turismo festivo refiere a viajar o complementar el viaje con la participación en este tipo de eventos.

Destinos y principales escenarios de disfrute	Entre los recursos principales:	Entre los municipios:
	<ul style="list-style-type: none"> • Encuentro de Alabaos y Gualies en Andagoya • Fiesta de San Pacho • Festival de la Bahía • Festival de la Migración • Festivales gastronómicos • Fiestas religiosas • Encuentros étnicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Quibdó • Nuquí • Bahía Solano • Acandí • Itzmina

Descripción y claves de éxito

Las manifestaciones de la cultura, en especial los eventos y festejos, son muestra de la identidad y escenario propicio para la circulación de artistas, divulgación cultural y apropiación cultural, en este componente se resaltan los encuentros culturales, de tipo étnico, religiosos, gastronómicos y conmemorativos. Su realización re significan el valor cultural de la identidad de las comunidades del Departamento.

Para el desarrollo del producto es importante avanzar en la gestión de la agenda cultural del Chocó, estableciendo y promoviendo un cronograma de eventos festivos en los territorios de manera continua.

El desarrollo de la oferta debe tener en cuenta las claves de éxito del producto, que para este caso en particular son:

- Chocó facilita el disfrute de una experiencia multicultural, lo que resulta en diversidad de eventos festivos que pueden ser aprovechadas en el producto.
- Velar por que se garantice la realización del evento festivo y responda a la programación de una agenda predefinida que pueda ser divulgada al mercado turístico.
- La relación con las comunidades es importante aquí para crear una

²⁴ SECRETARÍA DE CULTURA. "Laboratorio de industrias culturales". En: CLICK No. 4 2009

- inmersión de los turistas en la cultura local
- Velar por la autenticidad del evento festivos
- Promover un rol de participación activo para el visitante en los eventos festivos

En el marco del concepto de posicionamiento del destino, este producto debe propender por identificarse con la imagen del turismo como una herramienta para la conservación, en tanto sus elementos y condiciones de operación se vinculan a los estrategias de protección, salvaguardia cultural y equilibrio entre la pervivencia humana y la naturaleza.

Consideraciones generales del desarrollo del producto:

Alistamiento del producto	<p>En este sentido, bajo el concepto de diversidad cultural y con la riqueza de expresiones y eventos existentes, el alistamiento debe fundarse en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar el inventario de eventos festivos del Departamento • Definir y preparar las experiencias y espacios sobre los cuales el visitante tendrá un rol – activo/pasivo. • Construir contenidos que puedan ser transferidos al visitante frente al tipo, significado y acciones del evento festivo. • Gestar iniciativas que amplíen y mejoren los escenarios de expresión y disfrute de eventos festivos • Promover planes de salvaguardia y gestión de las expresiones festivas de carácter singular.
----------------------------------	--

Operación del producto	<p>Los elementos que facilitan la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación del recurso humano en la operación del producto • Desarrollo de iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios turísticos y espacios existentes para potenciar el concepto de producto. • Contar con los equipos de operación acorde al escenario y la experiencia • Diseñar y aplicar protocolos de atención de emergencias.
-------------------------------	--

Gestión	<p>Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto pues sus acciones y procesos serán el soporte fundamental para que éste se vivencie en el destino. Por lo anterior es importante::</p> <ul style="list-style-type: none"> • Constituir una red de actores relacionados al producto, sean de manera indirecta o directa. Se puede promover la constitución de un club de producto. • Articularse a organismos gestores de los eventos y grupos artísticos para conjuntamente otorgar espacios de participación a los visitantes. • Velar por la apropiación e involucramiento de la comunidad porque son el elemento fundamental del producto.
----------------	---

Promoción y comercialización	<p>Para aportar al posicionamiento de este producto en el mercado, entre las oportunidades de mejora se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información • Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos e impulsen el uso de las redes sociales. • Fortalecer las redes de información local de ofertas turísticas en el territorio • Publicar y divulgar la agenda de eventos festivos del departamento. • Dinamizar los mecanismos comerciales locales de ofertas complementarias • Promover la inclusión de la actividad en paquetes locales para todos los públicos • Promover formación del canal comercial frente al destino y su oferta de valor en torno a la biodiversidad y multiculturalidad
-------------------------------------	---

DOFA

<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia internacional en donde es creciente el interés por el patrimonio cultural. • Las comunidades se vuelven el epicentro de la experiencia en las nuevas concepciones del turismo. • Condición de pervivencia de las comunidades con alto grado de autenticidad 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad. • Pérdida de los valores culturales y autenticidad del producto en un ejercicio de turismo no planificado
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiestas de alto reconocimiento nacional como San Pacho en Quibdó. • Interés de la comunidad afrodescendiente de desarrollar ofertas en el marco del producto • Procesos de organización y promoción alrededor de los eventos como actividad de interés turístico. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausente desarrollo de productos y alistamiento de la oferta • Bajo aprovechamiento de los elementos culturales como potenciadores de experiencia (música, baile, gastronomía, entre otros).

TURISMO CULTURAL

Turismo Religioso

Definición del producto: "Se considera como el desplazamiento de una persona desde su lugar de origen a un destino predeterminado, motivado por eventos que le permiten crecimiento espiritual²⁵".

<p>Destinos principales y escenarios de disfrute</p>	<p>Entre los recursos principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Santo Ecce Homo en el Plan de Raspadura • Arquitectura religiosa (Quibdó – Tadó) • Fiestas religiosas (todos los municipios) • Encuentros étnicos y otras creencias como el santería 	<p>Entre los municipios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corredor Quibdó – Istmina.
---	--	---

Descripción y claves de éxito

Las creencias religiosas especialmente católicas en el territorio Chocoano y sus escenarios de expresión permitirían tener la posibilidad de desarrollar oferta frente a este producto en todo el departamento, considerando visitas específicas a templos, inclusión en historias sucesos vinculados a las creencias religiosas locales, promoción de la participación en conmemoraciones y festejos, entre otras. Sin embargo es un producto prioritario para el corredor Quibdó – Istmina por la riqueza en sus expresiones religiosa (Arquitectónicas y de fe).

Se relacionan los festejos de tipo religioso o actividades conmemorativas que estén en la agenda de fiestas y ferias, así como la profunda creencia que exaltan algunos íconos como el Santo Ecce Homo, atractivo que merece

²⁵ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. "Guía de turismo Religioso". Colombia, 2011

especial atención como motivador de visitas a la zona centro del Departamento..

El desarrollo de la oferta deberá considerar las claves de éxito del producto, que para este caso en particular son:

- Articular el contexto del producto con el etnoturismo afro descendiente, considerando elementos históricos de las poblaciones llegadas de África y la historia minera, consolidando un viaje multi-temático (Corredor Quibdó – Itsmina – Tadó – Andagoya – Certegú - Condoto).
- Velar por salvaguardar la autenticidad y significado de las expresiones.
- Promover la participación de las comunidades en el desarrollo de ofertas complementarias en el entorno de los escenarios de disfrute turístico.
- La relación con las comunidades es importante aquí para crear una inmersión de los turistas en la cultura local.
- Resaltar la multiculturalidad del territorio y sus amplios contextos de creencia.

Consideraciones generales del desarrollo del producto:

Alistamiento del producto

En este sentido, bajo el concepto de fe, el alistamiento debe fundarse en:

- Diseñar el producto que integre elementos específicos de la fe, etno-turísticos e históricos en la zona.
- Construir contenidos que puedan ser transferidos al visitante frente al producto.
- Promover planes de salvaguardia y gestión de las expresiones culturales de carácter singular.

Operación del producto

Los elementos que facilitan la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:

- Preparación del recurso humano en la operación del producto
- Desarrollo de iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios turísticos y espacios existentes para potenciar el concepto de producto.
- Recuperar los saberes locales y conocimientos relacionados al producto y las expresiones de fe, mitos, leyendas u otros, que resulten en guiones interpretativos que soporten la experiencia.
- Investigar y construir guiones e instrumentos de señalización u otras herramientas interpretativas relacionadas a la arquitectura, los festejos, el arte religioso que aporten a la experiencia.
- Concertar con las autoridades eclesiásticas los espacios, escenarios y actividades ligadas al turismo en cada uno de los sitios de conmemoración y posible participación de turistas (festejos).

Gestión

Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto pues sus acciones y procesos serán el soporte fundamental para que éste se vivencie en el destino. Por lo anterior es importante: :

- Consolidar la red de actores potencialmente vinculados al concepto del producto.
- Velar por la apropiación e involucramiento de la comunidad en las estrategias de participación.
- Promover el liderazgo de las autoridades competentes para que la infraestructura pueda ser aprovechada de manera respetuosa para el disfrute turístico.

Promoción y comercialización

Para aportar al posicionamiento de este producto en el mercado, entre los espacios de mejora a tener en cuenta están:

- Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información
- Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos y el uso de las redes sociales.

- Fortalecer las redes de información local de ofertas turísticas en el territorio
- Dinamizar los mecanismos comerciales locales de ofertas complementarias
- Promover formación del canal comercial frente al destino y su oferta de valor en torno a la biodiversidad y multiculturalidad

DOFA

<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia internacional en donde es creciente el interés por el patrimonio cultural. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad.
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento local de las expresiones culturales en torno a la fe. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausente desarrollo de productos y alistamiento de la oferta para el turismo. • Expresiones de reconocimiento local

TURISMO RURAL

Agroturismo y pesca tradicional

Definición del producto: "Es un tipo de turismo especializado en el cual el visitante se involucra con el campesino en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural". (Ley Nacional de Turismo Colombia²⁶).

<p>Destinos y principales escenarios de disfrute</p>	<p>Entre los recursos principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ZEPA – Bahía Solano – Juradó • DRMI - Acandí – Nuquí • Ríos de baja envergadura en los municipios del litoral y Atrato y San Juan en la zona centro • Zonas de producción agropecuaria • Frutas y productos tradicionales 	<p>Entre los municipios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuquí • Bahía Solano • Acandí • Quibdó
	<p>El agroturismo para el departamento del Chocó en el Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza obtuvo una calificación de 2,05 frente a un promedio nacional de 2,73. Se expone que "las condiciones climáticas y de selva hacen que el desarrollo del producto no sea prioritario.". Lo anterior se entiende por las condiciones que desencadenan motivantes con mayor nivel de atractividad.</p>	

Descripción y claves de éxito

Se recomienda el desarrollo del producto de la mano del de gastronomía, teniendo en cuenta experiencias únicas como las de las "azoteas tradicionales" de la comunidad afro, que se caracterizan por el cultivo de especias, condimentos y frutas y que dan especial sabor a los platos que se preparan en el territorio.

²⁶ Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Ley 1558 de 2012 - Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones, Colombia 2012.

Para lo concerniente a la zona del litoral, el producto vinculado al turismo rural es la pesca artesanal, que como se expone en el documento diagnóstico de "Pesca-turismo en España de la dirección de Turismo de España de 2013" "hay que evolucionar desde la idea de "pescar más" hacia la idea de "pescar mejor", valorizando el producto pesquero, mostrando el esfuerzo que conlleva esta actividad, conservando y difundiendo la cultura y las tradiciones, haciendo, en definitiva, participe a la población en general de la necesidad de conservar los ecosistemas marinos y costeros²⁷".

"El Turismo pesquero pretende acercar al visitante al mundo de la pesca, presentado directamente por los propios pescadores. Las actividades turístico-pesqueras, tanto las desarrolladas en tierra como las que tienen lugar a bordo de una embarcación, pueden ser muy diversas y variadas, en función de cada zona, de cada puerto, de la época del año o del perfil del turista. Bajo esta perspectiva, los usos y las tradiciones ligadas al sector pesquero ofrecen unas enormes posibilidades con vistas al desarrollo de productos turísticos complementarios que contemplen el contacto con la naturaleza y con la cultura²⁸".

Para el litoral pacífico y el área caribe del Chocó, se resaltan los avances en la designación de áreas protegidas marino-costeras, en donde se prioriza la pesca artesanal y la conformación de mesas de pesca en las que sobresale la organización comunitaria, lo que enmarca un escenario idóneo que abre posibilidades.

El desarrollo de este producto, debe tener en cuenta las claves de éxito, que para este caso en particular son:

- Articular el producto como un eslabón fundamental dentro del concepto de gastronomía.
- Enmarcar la oferta de pesca artesanal en las estrategias de conservación marino-costeras y mejora de las condiciones de vida locales.
- Velar por salvaguardar la autenticidad y significado de las prácticas agropecuarias y pesqueras.
- La relación con las comunidades es importante aquí para crear una inmersión de los turistas en la cultura local.
- Garantizar las condiciones de seguridad en el ejercicio de la actividad.

Consideraciones generales del desarrollo del producto:

Alistamiento del producto

En este sentido, el alistamiento debe fundarse en:

- Identificar prácticas tradicionales y productos propios emblemáticos de las azoteas tradicionales y su aplicación en la gastronomía.
- Promover la red de "azoteas" de disposición turística con experiencias acordes al enfoque del producto.
- Identificar las prácticas tradicionales en torno a la actividad pesquera y el marco regulatorio aplicable para las zonas de conservación.
- Establecer protocolos de disfrute responsable
- Garantizar las condiciones de operatividad y seguridad de los elementos parte del producto (especialmente embarcaciones, embarcaderos u otros).

Operación del producto

Los elementos que facilitan la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:

- Preparación del recurso humano en la operación del producto
- Contar con los equipos de operación básicos acorde al escenario y la experiencia

Gestión

Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto pues sus acciones y procesos serán el soporte fundamental para que este se vivencie en el destino. Por tal razón es importante::

²⁷ Tomado del diagnóstico general de Pesca – Turismo España 2013

²⁸ Idem

- Consolidar la red de actores potencialmente vinculados al producto.
- Velar por la apropiación e involucramiento de la comunidad de las estrategias de participación.

Promoción y comercialización

Para aportar al posicionamiento de este producto en el mercado, entre los espacios de mejora a tener en cuenta están:

- Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información
- Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos e impulsen el uso de las redes sociales.
- Fortalecer las redes de información local de ofertas turísticas en el territorio
- Dinamizar los mecanismos comerciales locales de ofertas complementarias
- Promover la formación del canal comercial frente al destino y su oferta de valor en torno a la biodiversidad y multiculturalidad

DOFA

<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia internacional creciente por el interés en el patrimonio cultural. • Las comunidades se vuelven el epicentro de la experiencia en las nuevas concepciones del turismo. • Condición de pervivencia de las comunidades con alto grado de autenticidad 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad. • Pérdida de los valores culturales y autenticidad del producto en un ejercicio de turismo no planificado • Impactos ambientales negativos por inadecuado ejercicio de la actividad
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés de la comunidad en participar del sector turístico • Establecimiento de áreas de protección de pesca. • Interés de la comunidad afro-descendiente de desarrollar ofertas en el marco del producto 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausente desarrollo de productos y alistamiento de la oferta • Bajo grado de preparación del RRHH para la especialidad del producto

5.2.3.3 Productos Nicho

En adelante a partir de la selección de los productos de nicho para el destino, se resaltarán los elementos más relevantes para su comprensión.

Productos de Nicho
Aventura en el agua (Buceo)
Aventura en el agua (SURF)
Pesca deportiva – Recreativa (Alfura)
Turismo investigativo
Cruceros y navegaciones

Esta tipología responde a una estrategia de atracción de públicos de nicho, especialmente cuando “un Estado no decide invertir fuertemente para resolver las exigencias en infraestructura del turismo de masas”, se busca aprovechar atributos específicos de un territorio para motivar la realización del viaje, las barreras dejan de ser sustancialmente un limitante”²⁹.

TURISMO DE AVENTURA (NATURALEZA)

Buceo

Definición del producto: “El buceo es una actividad subacuática que puede realizarse con fines recreativos, investigativos o deportivos, en el caso del turismo de buceo para Colombia se ha enfatizado en la actividad recreativa, en tanto expone que “es un segmento especializado del turismo de aventura que conlleva la inmersión bajo el agua de mar o agua dulce (lagos, lagunas, ríos) con equipo especializado”³⁰.

Destinos y escenarios principales de disfrute

Entre los municipios:

- Bahía Solano - existen puntos de buceo de 5 a 20 metros de profundidad, entre los cuales se destacan sitios como Cotudo y La Piedra del Norte, propicios para principiantes. Y los hay de buceo avanzado, de 20 a 30 metros, entre ellos es el más visitado de Bahía Solano, el naufragado ARC Sebastián de Belalcázar, un buque de la Armada Nacional que fue hundido y hoy es un atractivo único en el Pacífico colombiano por la presencia de meros gigantes, pargos y atunes rayados, que brindan un espectáculo sin igual. Otros de los puntos recomendados para bucear son: El Faro, Piedra del Norte, Cotudo, Cocalito, Los Negritos, Juan Tejada, Morros Vidales, León. En el corregimiento El Valle: Chado y San Telmo. En la Ensenada de Utría: Punta Esperanza y Punta Diego. En Nabugá: El Barrero, La Piedra del Francés y La Fosa de las Tortugas. En Tebada: La Tiburonera, Parguera y Chirichiri. Y en Cúpica: Chicocora, Piña y La Mina del Diablo (Guía turística de Chocó MinCIT).
- Nuquí (Piedra de Fidel, Parguera, Piedra Bonita y El Chuzado (Guía turística de Chocó MinCIT).
- Bahías de Capurganá - Sapzurro- Triganá (uno de los pocos arrecifes vírgenes del mundo. Cuenta con lugares para inmersiones de pared con profundidades desde los 5 metros hasta los 30 ó 40, especiales para buzos certificados. También posee zonas con poca profundidad y condiciones totalmente controladas destinadas para principiantes. En las inmersiones se puede observar gran variedad coralina y marina: moluscos, langostas, centollos (cangrejos), tiburones gato, tortugas carey, entre otros, que ofrece el Caribe. Existen aproximadamente más de 30 sitios de buceo que sobresalen por la riqueza y diversidad de su arrecife coralino (Guía turística de Chocó MinCIT).

Descripción y claves de éxito

El Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza definió que las condiciones de Buceo para el país son muy buenas, el Chocó en este contexto obtuvo la menor calificación, especialmente por sus condiciones de acceso primario y la atención de emergencias, con un resultado de 3,24 frente a la media nacional de 3,57 y resalta la posibilidad de realizarse en Bahía Solano, Capurganá y PNN Utría.

El océano Pacífico ha sido de gran atractivo por la salvaguardia y riqueza de sus ecosistemas marinos, en general se referencia que cuenta es uno de los mejores para la práctica de esta actividad, gracias a los cardúmenes de peces y los arrecifes coralinos.

La puesta en operación de la cámara hiperbárica en Bahía Solano aporta de manera significativa a que el pacífico pueda avanzar en consolidar esta

²⁹ Adaptado de Dewailly, 2006 y Mckercher and Chan, 2005; MIT, 2002; Stock, 2003, referenciados por el CIEP Centro de investigación eco sistémica de la Patagonia - 2011

³⁰ PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA. “Plan de Negocios Turismo de Naturaleza”. Colombia, 2013

oferta. La actividad puede complementarse con snorkeling o careteo, que hoy es practicado con frecuencia en la zona.

Las características expuestas para el Buceo en el pacífico otorgan las siguientes condiciones: visibilidad entre 15 y 30 metros, temperatura que promedia entre los 22°-26° y recomienda traje entre los 3-5 mm.³¹

A pesar de esa oportunidad en la generación de oferta, la consolidación del producto tiene grandes retos que afrontar para que el producto tenga éxito. Entre ellos se encuentran:

- Mantener la característica de "conservación del ecosistema marino" en su operación y disfrute
- Garantizar las condiciones de seguridad en el ejercicio de la actividad
- Velar por mitigar los impactos de la contaminación y la pesca en las áreas de buceo
- Establecer el marco normativo aplicable al territorio, divulgar y velar por el cumplimiento
- Priorizar las dinámicas naturales a las humanas
- Proyectar la interconexión – Caribe – Pacífico para el producto.

En el marco del concepto de posicionamiento del destino, este producto debe propender por identificarse con la imagen del turismo como una herramienta para la conservación, en tanto sus elementos y condiciones de operación se vinculan a los estrategias de protección del ecosistema y de las especies

Oportunidades generales de mejora del producto

Alistamiento de producto

Para el desarrollo del producto es imperante disponer de escenarios para el disfrute de la actividad acordes y adecuados. Se reconocen oportunidades de desarrollo en:

- Identificar y definir escenarios idóneos para el ejercicio de la actividad, estableciendo sus condiciones de operación y manejo.
- Formar y fortalecer las capacidades del recurso humano en la zona, tanto para la operación como para la atención de imprevistos en la actividad.
- Establecer criterios de operación, manejo y capacidades de carga para cumplir con la oferta de valor "ecosistemas vírgenes".
- Establecer un programa de monitoreo de dinámica natural de los escenarios y mecanismos de mitigación de impactos.
- Dotar de equipamiento de soporte y seguridad del escenario (embarcaderos, torres de vigilancia, zonas de soporte (baños, seguridad, información).
- Definir y cumplir con las condiciones de seguridad idóneas para el producto.
- Velar por la implementación y cumplimiento de los lineamientos de la norma técnica Colombiana para la prestación de servicios de Buceo recreativo, NTC-ISO 24803 en los oferentes de la actividad.
- Estipular parámetros de diferenciación en la actividad del buceo recreativo del profesional para el destino.

Operación del producto³²

Los elementos que facilitan la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:

- Capacitar el recurso humano en torno a la actividad y promover las certificaciones permanentes.
- Velar por el cumplimiento de las condiciones idóneas de

³¹ LUENGAS/GIESE/OVALLE. "Plan de comunicación para el ecoturismo en el pacífico colombiano". Tesis de grado de Especialización en economía corporativa Universidad Politecnico Gran Colombiano 2009.

³² PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA. "Plan de Negocios Turismo de Naturaleza". Colombia, 2013

- operación de la flota y equipos
- Promover el establecimiento de parques submarinos, rutas y mapas de buceo, centros de interpretación / museos
- Velar por la operación de puertos y marinas de embarque, cámara hiperbáricas, boyas de amarre y señalización
- Establecer un sistema de búsqueda, rescate y comunicaciones
- Contar con un servicio de información meteorológico
- Diseñar, divulgar y velar por el cumplimiento de protocolos de comportamiento y seguridad en la actividad.
- Vincular la actividad a procesos de conservación de ecosistemas marinos
- Contar con instrumentos y equipos de seguridad para atención de primeros auxilios (acordes al escenario)
- Definir y apropiar protocolos de atención de emergencias.

Gestión

Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto pues sus acciones y procesos serán el soporte fundamental para que este se vivencie en el destino; por tal razón, se recomienda :

- Constituir el grupo de actores vinculados al producto, tanto directos como indirectos. Se puede promover la constitución de clubs de producto.
- Definir planes de acción, gestión y operación de los procesos de aprovechamiento de los escenarios y potenciar el producto.
- Establecer un mecanismo de diálogo permanente interregional frente a las dinámicas y proyecciones del producto
- Generar alianzas interregionales y promover el destino como (Pacífico – Caribe)
- Velar por la apropiación e involucramiento de la comunidad de las estrategias de conservación, ordenamiento y aprovechamiento.
- Participar y fortalecer la red de buceo de Colombia y aprovechar las oportunidades y cumplir sus normativas.

Promoción y comercialización

Para aportar al posicionamiento del destino y la consolidación de la oferta, generando una masa crítica de visitantes que se motiven a viajar por el producto, los espacios de mejora a tener en cuenta son:

- Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información
- Promover la vinculación del Chocó como sitio de buceo en la estrategia del país y velar por su mantenimiento y eficaz divulgación.
- Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos e impulsen el uso de las redes sociales.
- Generación de alianzas con escuelas de buceo a nivel nacional e internacional
- Promover encuentros o eventos especializados de buceo
- Fortalecer la presencia en canales comerciales nacionales e internacionales ligados a este perfil de mercado
- Establecer beneficios comerciales que motiven priorizar la venta del destino para este producto en cualquier época del año.
- Promover formación del canal comercial

DOFA

Oportunidades

- Importancia ambiental del territorio y procesos de conservación marino-costeros activos.
- Interés por el territorio Pacífico Colombiano
- Incremento de la oferta de producto y tendencia positiva en el país por la actividad.

Amenazas

- Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad.
- Impactos negativos en ecosistemas por inadecuado manejo ambiental
- Incremento sustancial de la oferta en el país con altos grados de preparación

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se incluye el destino como escenario de disfrute del producto. • Avances en la preparación de oferta y operación del producto. 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alistamiento y condiciones de atractivos no consolidadas • Bajo cumplimiento de condiciones de operación y seguridad. • Bajo grado de preparación del RRHH para la especialidad del producto • Bajo grado de sofisticación de la oferta
<p>Apuesta de desarrollo del Producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chocó como epicentro de exploración del mundo sub-marino en el Pacífico Colombiano. • Chocó posicionado como uno de los principales destinos para la investigación de ecosistemas marinos en Colombia (Caribe/Pacífico).

TURISMO DE AVENTURA

Deportes náuticos – Surf

Definición del producto: "Se incluye como parte de las actividades de turismo de aventura, específicamente entre aquellas que se desarrollan sobre la naturaleza, se define como el deporte que consiste en deslizarse por el mar manteniéndose de pie sobre una tabla que es empujada por las olas". (RAE).

<p>Destinos principales y escenarios de disfrute</p>	<p>El producto tiene gran potencial en el pacífico para su desarrollo especializado. En el Caribe puede desarrollarse articulado a ofertas de formación como actividad complementaria en el destino.</p> <p>Entre las playas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Playa el Almejal • Playa Huina • Playa Potes • Bahía Cúpica • Bahía de Triganá • Sapzurro • Capurganá • Guachalito • Playas Olímpica • Playas entre Coquí y Termes • Playa Cabo Corriente 	<p>Entre los municipios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acandí • Bahía Solano • Nuquí
---	--	--

Descripción y claves de éxito

El turismo de surf ha tenido un importante crecimiento en el mundo y se proyecta con resultados positivos en las próximas décadas, así lo expone el plan de competitividad del turismo de Surf de la comunidad de Cantabria, para esa región, el crecimiento promedio ha sido del 5% y estiman que en el mundo ya hay 1.5 millones de personas viajando con este objetivo.

El surf es un producto que se articula de forma acorde a la estrategia de posicionamiento del destino, pues se ha convertido en una filosofía que enmarca un respeto absoluto por el cuidado de la naturaleza, aportando sustancialmente al equilibrio de los ecosistemas marinos y costeros.

Los avances del territorio frente a estas políticas de salvaguardia y protección de los ecosistemas marino-costeros contribuyen al atractivo que se suma al frecuente alto oleaje del pacífico.

A pesar de esa gran oportunidad en la generación de ofertas, la

consolidación de las playas que hoy se aprovechan para su práctica, requiere de acciones para su mejora, y el producto debe ser desarrollado de manera integral. Se resaltan los avances de la zona de Termales en Nuquí, con la celebración del encuentro nacional y la gestación de una escuela local que ha motivado la vinculación de niños de la zona a la actividad, siendo visible este interés también en el corregimiento del Valle en Bahía Solano.

Para su desarrollo, es necesario tener en cuenta: :

- El mantenimiento de la característica de "conservación de los ecosistemas" en su entorno y posicionamiento.
- Garantizar el ordenamiento de las dinámicas sociales en el área de playa y su entorno.
- Velar por la limpieza y apariencia de las playas.
- Establecer el marco normativo aplicable al territorio, divulgar y velar por el cumplimiento de la normatividad de seguridad
- Garantizar las posibilidades de movilidad de equipamiento y/o suministro en el área para la práctica del deporte.
- Promover la participación de la comunidad en la actividad en toda la cadena de valor del sector.
- Priorizar las dinámicas naturales a las humanas

Oportunidades generales de mejora del producto

Alistamiento de Atractivos

Para el desarrollo del producto es imperante disponer de escenarios para el disfrute de la actividad acordes y adecuados, para lo cual se identifican oportunidades de mejora en:

- Avanzar de forma urgente en el ordenamiento de playas
- Promover acciones de limpieza y mitigar impactos de la contaminación en las playas
- Establecer criterios de operación, manejo y capacidades de carga para cumplir con la oferta de valor "playa prístina".
- Establecer un programa de monitoreo de dinámica natural de los escenarios y mecanismos de mitigación de impactos, especialmente frente al comportamiento del oleaje en distintas playas con oportunidades de práctica del deporte.
- Promover la constitución de escuelas del deporte y el vínculo de los locales a la actividad.
- Equipamiento de soporte y seguridad del escenario (torres de vigilancia, zonas de soporte (baños, seguridad, información).
- Señalización
- Velar por el embellecimiento y ornamentación del entorno

Operación del producto

Los elementos que contribuyen la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:

- Facilitar la movilidad de equipamiento y transporte intrarregional para aprovechar distintos escenarios en el territorio. Es imperante solucionar las dificultades de movilidad de equipos para la práctica del deporte en la flota actual tanto aérea (los aviones, por su tamaño no tienen la capacidad para transportar las tablas). Se requiere garantizar a disponibilidad de equipos en las zonas de práctica para los interesados.
- Capacitar al recurso humano y promover la profesionalización de oferentes para constituir escuelas de surf.
- Promover la constitución del centro de surf del pacífico Colombiano, fortaleciendo los avances existentes en el territorio (Nuquí – Bahía Solano).
- Señalización de localización, uso y seguridad de los sitios
- Diseñar, divulgar y velar por el cumplimiento de protocolos de comportamiento de la oferta y la demanda en los espacios de playa.
- Promover iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios dispuestos en la actividad turística ofertando actividades complementarias de forma ordenada y respetuosa (se resaltan, guías especializados, campamentos, alojamientos entre otros).
- Facilitar las posibilidades de compra, alquiler y en general de acceso a equipamiento de práctica y soporte del producto en el

- destino.
- Contar con instrumentos y equipos de seguridad para atención de primeros auxilios (acordes al escenario).
- Definir y apropiar protocolos de atención de emergencias.

Gestión

Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto, por tal razón los procesos de gestión deben contemplar: :

- La constitución de la red de actores en torno al producto, promover la creación del club de producto.
- Definir planes de acción, gestión y operación de los procesos de aprovechamiento de los escenarios.
- Establecer un mecanismo de diálogo permanente interregional frente a las dinámicas y problemáticas del territorio en playas
- Velar por la apropiación e involucramiento de la comunidad de las estrategias de conservación, ordenamiento y aprovechamiento.

Promoción y comercialización

Para aportar al posicionamiento del destino y la consolidación de la oferta, generando una masa crítica de visitantes que se motiven a viajar por el producto, se hace necesario tener en cuenta la importancia de:

- Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información
- Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos e impulsen el uso de las redes sociales.
- Fortalecer la presencia en canales comerciales nacionales e internacionales ligados a este perfil de mercado
- Generación de alianzas con escuelas de surf a nivel nacional e internacional
- Promover campeonatos de surf
- Establecer beneficios comerciales que motiven priorizar la venta del destino fuera de temporadas
- Promover formación del canal comercial

DOFA

<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importancia ambiental del territorio y procesos de conservación marino-costeros activos. • Interés por el territorio Pacífico Colombiano • Incremento de la oferta de producto y tendencia positiva en el país por la actividad. • Condiciones de oleaje de gran interés en el territorio. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad. • Impactos negativos en ecosistemas por inadecuado manejo ambiental
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se incluye el destino como escenario de disfrute del producto en la zona de Nuquí y se divulga la experiencia a través del portal Colombia.travel. • Avances en la preparación de oferta y operación del producto. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alistamiento y condiciones de atractivos no consolidadas • Bajo cumplimiento de condiciones de operación y seguridad. • Dificultad en el transporte y consecución de equipos en la zona. • Bajo grado de preparación del RRHH para la especialidad del producto • Bajo grado de sofisticación de la oferta
<p>Apuesta de desarrollo del</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chocó con la red de escuelas de Surf Comunitarias más amplia de Colombia.

Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidación de un evento de carácter nacional con relevancia internacional sobre el Surf. • Surf "comunitario" en las olas del pacífico como experiencia única en Colombia.
-----------------	--

TURISMO DE AVENTURA

Pesca recreativa y deportiva

Definición del producto: Es un tipo de oferta especializada que se incluye dentro de la categoría del turismo de aventura. Se define como aquella que efectúa la captura de peces sin objeto comercial ni de sobrevivencia, teniendo características recreativas o de competencia. Se hace desde una superficie sobre el agua, o con embarcación, o la submarina³³.

Destinos y principales escenarios de disfrute	Entre los recursos principales:	Entre los municipios:
	<ul style="list-style-type: none"> • ZEPA (Bahía Solano, Juradó) • DRMI (Nuquí, Acandí) 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuquí • Bahía Solano • Juradó • Acandí • Quibdó • Itsmina

Descripción y claves de éxito

El producto ha tenido un consumo frecuente y ha logrado un posicionamiento relevante especialmente en la zona de Bahía Solano y Juradó, en la denominada Bahía de Humboldt, se reconoce por que en época de migración (mayo – junio), se pueden encontrar peces de gran tamaño como el pez espada o el Marlin Azul. La zona del caribe Chocoano también es objeto de disfrute de esta actividad, especialmente por las facilidades de acceso que da la conectividad por Antioquia.

Se resaltan los avances en la organización del campeonato de pesca de Bahía Solano, que a pesar del interés y motivación generada por aficionados a esta actividad, por aspectos logísticos, financieros y operativos, no se ha podido realizar de manera permanente.

También es importante traer a consideración que el viaje lo realizan durante el año muchos interesados de manera independiente en compañía de locales pescadores que ofrecen sus servicios de acompañamiento y transporte; se resalta la informalidad y la dificultad local para acceder a equipos e insumos de soporte a la actividad.

El desarrollo de la oferta debe resaltar las claves de éxito del producto, que para este caso en particular se referencian:

- Articular el producto al concepto de conservación eco sistémica en el marco de las áreas protegidas o zonas especiales de pesca y regirse bajo los parámetros establecidos para la protección del área.
- Posicionar los escenarios por sus características diferenciadas en hallazgos y prácticas.
- Garantizar las condiciones de seguridad en el ejercicio de la actividad.
- Establecer un marco normativo que regule la operación de la actividad y velar por su cumplimiento (licencias de pesca).

Consideraciones generales del desarrollo del producto:

Alistamiento del producto	<p>En este sentido, el alistamiento debe fundarse en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar y definir escenarios idóneos para el ejercicio de la actividad, estableciendo sus condiciones de operación y manejo. • Contar con un inventario de especies y evaluación del estado de
----------------------------------	---

³³ Adaptado a partir de los conceptos expuestos en el documento de Diagnóstico estratégico de la actividad de Pesca-turismo en España, elaborado por Agustín Molina García de la Universidad Politécnica de Madrid 2013.

- los ecosistemas
- Marco normativo del producto
- Promover la consecución del equipamiento adecuado para la actividad
- Preparación del talento humano
- Promover espacios de formación frente a la actividad en las zonas.
- Establecer protocolos de disfrute responsable
- Garantizar las condiciones de operatividad y seguridad de los elementos parte del producto (especialmente embarcaciones, embarcaderos u otros).

Operación del producto

Los elementos que facilitan la operación del producto y que requieren trabajo son:

- Preparación del recurso humano en la operación del producto
- Contar con los equipos de operación básicos acorde al escenario y la experiencia
- Definir el marco normativo y el proceso de aplicación
- Diseñar y aplicar protocolos de atención de emergencias.
- Establecer un mecanismo de monitoreo y observación de zonas de disfrute y aprovechamiento para la actividad

Gestión

Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto por eso es importante: :

- Consolidar la red de actores potencialmente vinculados al concepto de producto.
- Velar por la articulación de las mesas de pesca al proceso operativo de la actividad creadas en el marco del DRMI y las ZEPAS por los pobladores locales y lideradas por los consejos comunitarios, especialmente en Nuquí, Bahía Solano y Acandí.

Promoción y comercialización

Para aportar al posicionamiento del destino y la consolidación de la oferta, generando una masa crítica de visitantes que se motiven a viajar por el producto es necesario promocionarlo y facilitar su compra.

Entre las acciones de mejora a tener en cuenta están:

- Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información
- Propiciar que los actores articulados al producto (club de producto) establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos e impulsen el uso de las redes sociales.
- Promover el producto entre las organizaciones de aficionados a la pesca deportiva a nivel nacional e internacional.
- Fortalecer las redes de información local de ofertas turísticas en el territorio
- Dinamizar los mecanismos comerciales locales de ofertas complementarias
- Promover formación del canal comercial frente al destino y su oferta de valor en torno a la biodiversidad y multiculturalidad

DOFA

Oportunidades

- Importancia ambiental del territorio y procesos de conservación marino-costeros activos.
- Zona de migración de peces de gran tamaño e interés
- Incremento de la oferta de producto y tendencia positiva en el país por la actividad.

Amenazas

- Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad.
- Impactos negativos en ecosistemas por inadecuado manejo ambiental

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Avances en la preparación de oferta y operación del producto. • Reconocimiento especialmente de Bahía Solano como destino especializado para el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alistamiento y condiciones de atractivos no consolidadas • Bajo cumplimiento de condiciones de operación y seguridad. • Bajo grado de sofisticación de la oferta
Apuesta de desarrollo del Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación y reposicionamiento del evento de pesca deportiva en Bahía Solano. • Producto turístico como experiencia única

Turismo investigativo

Definición del producto: Este producto de motivación especializada tiene ámbito de aplicación, tanto en la cultura como en la naturaleza. Se define como “la realización de aventuras, exploraciones y estudios científicos que pueden movilizar actores y emprendedores turísticos para formular o ejecutar un proyecto territorial acorde a su motivación”³⁴. Se identifica en su ejercicio tres principales sub-productos:

1. Turismo de exploración y aventuras con dimensión científica: En donde es el viajero el principal organizador de su experiencia, determina el proyecto y objeto de su actividad, su ejercicio no resulta en producción científica sino en el enriquecimiento intelectual del interesado, especialmente por sus hallazgos.
2. El eco-voluntariado científico: Es el viaje en donde el interesado se vincula a un proyecto existente de interés científico en los territorios, no culmina en producciones científicas sino en aportes al logro de los objetivos de proyecto al que se vincula, este puede tener la modalidad de ser pago por el participante, o ser soportado por el ente responsable del proyecto; aplica para estudios de impacto ambiental, formación, recolección de datos y monitoreo, entre otros.
3. Turismo de investigación científica: Es el producto que resulta de un proyecto específico en una publicación científica. El objeto del viaje es adquirir conocimientos y luego publicarlos.

La diferencia entre este tipo de turismo y el ecoturismo o cultural interpretativo radica en que estos últimos transmiten la información generada y el visitante se nutre de conocimiento; en el científico, el participante genera nuevos conocimientos.

Destinos y principales escenarios de disfrute	<ul style="list-style-type: none"> • PNN Utría • PNN Kafíos • PNN Tatamá • SF – Acandí, Playón y Playona • Jardín Botánico del Pacífico • Jardín Botánico de Jotaudó • Bahía Solano - ríos, zonas de manglar y senderos naturales - • Nuquí – ríos, zonas de manglar y senderos • Acandí – senderos naturales • Tutunendo ríos y senderos naturales • Cuenca del río San Juan 	<ul style="list-style-type: none"> • Todo el Departamento. Biodiversidad en general y selva inexplorada
--	--	--

³⁴ Adaptado de la definición dada por el CIEP – Centro de investigación eco sistémica de la Patagonia - 2011.

- Cuenca del Río Atrato
- Tortugas – reptiles –
- Flora y Fauna
- Comunidades indígenas (Embera)
- Comunidades afro-descendientes

Descripción y claves de éxito

Sustentados en la singularidad geográfica del territorio, considerado dentro de los Hotspots de biodiversidad en el planeta, aunado a las circunstancias del entorno en el que las barreras de accesibilidad y seguridad lo hacen percibir como un territorio inexplorado; el turismo científico se convierte en una línea de interés que puede desarrollarse de manera estructurada en el Departamento.

Las entidades en el Chocó, cuyo objeto se vincula a la protección, la investigación, la salvaguardia y la conservación, desarrollan actividades de tipo científico, sin que estas se enmarquen en la categoría de turismo; así mismo, prestadores de servicios turísticos promueven este tipo de viajes de fin investigativo, sin que estas se articulen a una estrategia integral de exploración, descubrimiento y generación de conocimientos para el Departamento. En este contexto se hace imperante promover un escenario de articulación en pro del desarrollo de esta tipología de turismo con potencial de desarrollo en el Chocó.

La existencia del IIAP (Instituto de investigación ambiental del pacífico), la presencia de la DIMAR y su centro de investigación, el importante rol de CODECHOCO, el avance en la consolidación de jardines botánicos, el establecimiento de áreas protegidas, la diversidad étnica y gran interés de ONG y entidades académicas por el territorio se suman al gran potencialidad del producto.

En el Departamento este tipo de turismo se puede ejecutar en torno a la industria minera energética, la cultura (étnico) y la naturaleza (ecosistemas terrestres y marinos).

"En cuanto a la experiencia que puede conocer un turista, se puede destacar que ésta varía en cada etapa del ciclo de los programas de turismo científico. Durante las "exploraciones" el visitante descubre de manera más bien deportiva y aventurera un nuevo territorio y temas nuevos en compañía de científicos y especialistas, participando activamente en conseguir datos que permiten estructurar nuevos planteamientos. Al participar de una investigación en curso, el "turista" es protagonista y participante de todas las actividades de campo, es un voluntario y colaborador de un científico o líder de un programa temático. Además de su tiempo y conocimiento, puede aportar recursos económicos para apoyar el desarrollo del proyecto investigativo, permite en una cierta medida garantizar su perennidad. Finalmente, cuando el conocimiento científico y cultural ha sido sistematizado", resulta en que "se elaboran programas turísticos en base a ellos y el turista llega a ser más bien un "consumidor" de experiencias y vivencias elaborados y que está dispuesto a comprar", haciendo un aporte integral al desarrollo del destino (Revista Sociedad Hoy, núm. 20, 2011, pp. 55-76 Universidad de Concepción, Concepción, Chile).

En el ejercicio del desarrollo del producto, las claves de éxito a considerar son:

- Aprovechar su ubicación en el Chocó Biogeográfico y ser considerada como Hotspot de biodiversidad en el mundo
- Articular la oferta a la red de centros y procesos de investigación en el territorio, promover la consolidación de un órgano colegiado que lidere e integre las líneas de investigación y potencie la participación de turistas en el ejercicio de las mismas.
- Articular la oferta a estrategias de conservación tanto de escenarios como de especies.
- Contar con un sistema de información actualizado, que resalte hallazgos, retos, oportunidades u otras que motiven al público y sus intereses.
- Preparar el recurso humano local para que sea partícipe de la oferta del producto.
- Definir herramientas de monitoreo eco sistémico y de alteraciones potencialmente causadas por la dinámica turística

En el marco del concepto de posicionamiento del destino tiene un papel preponderante en la oferta en el territorio.

Oportunidades generales de mejora del producto

Alistamiento del producto

Para el desarrollo del producto es imperante disponer de escenarios para el disfrute de la actividad acordes y adecuados, se resalta para el departamento los logros en contar y avanzar en el establecimiento de áreas de conservación en el territorio, sobre las cuales es importante adelantar acciones de:

- Inventario y evaluación del estado de los ecosistemas
- Definición de áreas o temáticas de interés para la investigación científica
- Estructurar oferta de oportunidades de participación
- Equipamiento de soporte y seguridad de los escenarios
- Monitoreo

Operación del producto

Los elementos que facilitan la operación del producto y que requieren acciones para su mejora son:

- Preparación del recurso humano en los elementos concernientes al producto, tanto desde aspectos logísticos de acompañamiento y seguridad hasta conocimiento de prácticas investigativas como conteos, identificación, captura u otras que se considere pertinente.
- Desarrollo de iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios y soporte en la actividad turística (alojamientos, alimentación, acompañamiento, equipos u otros).
- Contar con instrumentos de seguridad como cuerdas, arnés, cascos, equipos de atención de primeros auxilios (acordes al escenario).
- Protocolos de atención de emergencias.
- Promover rutas de conexión intrarregional

Gestión

Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto; por tal razón, los procesos de gestión deben enmarcar:

- La constitución de un órgano inter-institucional que centralice al menos la información de áreas, avances y monitoreo de investigaciones, a la vez que promueva las oportunidades de participación científica.
- Constituir una red de actores relacionados al producto, sean de manera indirecta o indirecta, sobre los temas o áreas vinculadas al producto.
- Articular las iniciativas de conservación, oficiales, de ONGs y comunitarias al concepto y oferta turística
- Velar por la apropiación e involucramiento de la comunidad en las estrategias de conservación.

Promoción y comercialización

Para aportar al posicionamiento del destino y la consolidación de la oferta, generando una masa crítica de visitantes que se motiven a viajar por el producto, deben realizarse acciones tanto de promoción como aquellas tendientes a facilitar la compra.

Los espacios de mejora a tener en cuenta son:

- Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información
- Propiciar que los actores articulados al producto establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos e impulsen el uso de las redes sociales, importante promover el vínculo con revistas especializadas, publicaciones indexadas y comunicación directa con centros de investigación internacional.
- Fortalecer la presencia en canales comerciales nacionales e internacionales.
- Establecer relaciones con centro de investigación de la biodiversidad nacionales e internacionales.
- Promover formación del canal comercial frente al destino y su oferta de valor en torno a la biodiversidad

DOFA

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Importancia ambiental del territorio y procesos de investigación existentes y activos en el Departamento. • Interés por el Pacífico Colombiano y el Chocó Biogeográfico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad. • Impactos negativos en ecosistemas por inadecuado manejo ambiental
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de centros de investigación en el territorio s con grandes avances. • Existencia de universidades y entes académicos interesados en la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja articulación de los centros de investigaciónn y conocimiento de la biodiversidad con la actividad turística.
Apuesta de desarrollo del Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionarse como el principal escenario investigativo del Chocó Biogeográfico. • Consolidar una agenda de programas y actividades de investigaciónn para todo el año en las distintas regiones del departamento. • Consolidar el centro de turismo científico del Chocó Biogeográfico. • Promover el Chocó como un escenario de eco-voluntariado vinculados a programas de investigación y biodiversidad durante distitas épocas del año.

Turismo de cruceros	
<p>Definición del producto: Este producto se concibe desde el entendimiento de una embarcación como un escenario integral de disfrute turístico, en donde, según la OMT, el buque puede ser visto como un resort flotante, donde se complementan las actividades de ocio realizadas en el buque y en tierra firme.</p>	
Destinos y principales escenarios de disfrute	<ul style="list-style-type: none"> • PNN Utría • PNN Katíos • Acandí – Sapzurro • Río Atrato (Mediano plazo³⁵) • Litoral pacífico (Mediano plazo)
Descripción y claves de éxito	<p>Esta tipología expone un crecimiento promedio del 8% y es uno de los sectores icónicos por su nivel de especialización, innovación, profesionalismo y aplicación del marketing al turismo a nivel mundial. Un 63% de los usuarios de un crucero, consumen al menos uno adicional en sus vidas. Se resalta que el crecimiento de la tipología ha permitido potenciar destinos en la cuenca mediterránea, el Golfo de México, el atlántico, el norte de Europa y el pacífico, entre otros³⁶.</p> <p>Básicamente se plantea un “crucero como si un gran destino cobrara movilidad y se desplazara de un lugar a otro a lo largo del año, siendo por tanto un negocio deslocalizado y mundial, pero que tiene un enorme impacto en el rápido establecimiento, en el posicionamiento y en la concepción de la imagen de un país o de un destino concreto a escala mundial o al menos regional” (OMT 2008).</p> <p>En este escenario los dos principales protagonistas de la tipología son los</p>

³⁵ Se hace el planteamiento de este escenario por la referencia a sus condiciones de navegabilidad, sin embargo es importante resaltar que se requerir estudios técnicos especializados que validen la posibilidad de desarrollar este producto de crucero en río por el Atrato.

³⁶ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "Turismo de cruceros, situación actual y tendencias". Madrid, 2008

cruceros y los destinos, lo que obliga a que la interrelación de estos sea congruente y conjuntamente construyan valor. Entre los segmentos de cruceros, se identifican varias tendencias, sobresalen, los de congresos, de solos y solas, de luna de miel, LGBT y temáticos, entre otros.

El departamento del Chocó con el apoyo de ProColombia ha incursionado en esta tipología, especialmente en el segmento de los temáticos relacionados a la naturaleza y la biodiversidad, teniendo su primera llegada en el 2014 y una más en el 2015 que proyecta seguir dándose durante 2016.

Una de las características más relevantes es el interés por la diversidad, flora y fauna del destino, lo que acerca a la oferta de cruceros al desarrollo del ecoturismo y el turismo científico, en tanto la preparación radica en la capacidad de contar con un portafolio de actividades suficientemente atractivas, que permitan incluir de manera permanente los escenarios del Chocó en los itinerarios de estos colosos del océano y otorgar las facilidades de embarque, seguridad, y soporte, acordes a los requerimientos.

El producto actualmente es operado por Colombia 57 y se articula directamente con los prestadores de servicios de cada zona, a la vez que recibe apoyo de las instituciones locales.

Actualmente no se comercializa desde el destino las actividades en tierra como una oferta integral que pague el operador del crucero. Aunque es una importante oportunidad de posicionarse en el mercado requiere un esfuerzo dedicado para desarrollar las actividades que se pueden ofrecer para generar valor y aprovechar la llegada..

En este contexto, el producto cruceros debe concebirse como un portafolio de oferta de excursiones ligadas a la naturaleza, la cultura y el bienestar, que se pueda vender a los operadores de cruceros y generen recursos a los actores receptores de visitantes .

Es importante que la oferta con la que se trabaje sea lo suficientemente sólida para que se acerque a la personalización más que a la masificación, a pesar de los volúmenes que la tipología infiera.

En el ejercicio del desarrollo del producto, las claves de éxito a considerar son:

- Aprovechar su ubicación en el Chocó Biogeográfico y ser considerada como Hotspot de biodiversidad en el mundo
- Soportar la oferta en el desarrollo de productos eco-turísticos, científicos y etnoturísticos.
- Considerar el producto como una estrategia de generación de públicos al destino de manera permanente.
- Preparar el recurso humano local para que sea partícipe de la oferta del producto.
- Promover la participación de la comunidad en la actividad para garantizar la experiencia intercultural.
- Establecer parámetros de actuación y de relacionamiento equitativos entre (crucero – intermediario y destino), teniendo como prioridad las consideraciones de los actores de los territorios y en especial las comunidades étnicas.

Oportunidades generales de mejora del producto

Alistamiento del producto (oferta en el destino para los viajeros de cruceros)

Para el desarrollo del producto es imperante disponer de escenarios para el disfrute de la actividad acordes y adecuados, se resalta que el Departamento ha avanzado en la inclusión de su oferta en la agenda de algunos cruceros, sin embargo no ha logrado generar réditos financieros por esta actividad en los actores del sector en el destino, se recomienda:

- Caracterizar el mapa de oportunidades existente en el contexto de cruceros del pacífico que puedan interesarse en el destino.
- Definición de áreas o temáticas de interés para la oferta y aprovechamiento de las oportunidades.
- Formar el talento humano requerido a los estándares existentes
- Consolidar la cadena de valor de oferta vinculada a la tipología con los estándares mínimos requeridos.
- Contar con el equipamiento de soporte y seguridad de los escenarios

Operación del producto	<p>Los elementos que contribuyen a la operación del producto y que tienen un importante espacio de mejora son:</p> <ul style="list-style-type: none"> Fortalecer las capacidades de los operadores locales para la atención de la demanda cuando desembarcan los pasajeros del crucero. Preparación del recurso humano Desarrollo de iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios y soporte en la actividad turística (alojamientos, alimentación, acompañamiento, equipos u otros). Contar con instrumentos de seguridad acordes a las actividades ofertadas Protocolos de atención de emergencias.
-------------------------------	--

Gestión	<p>Es importante avanzar en una estrategia de articulación de actores frente al producto por tal razón los procesos de gestión deben enmarcar:</p> <ul style="list-style-type: none"> Constituir un órgano inter-institucional que centralice al menos la información de áreas, avances y monitoreo de la oferta, a la vez que promueva las oportunidades de participación en nuevos segmentos. Constituir una red de actores relacionados al producto, que vincule a las redes/clubes de naturaleza, ecoturismo o aventura y la institucionalidad en el desarrollo de este producto. Velar por la apropiación e involucramiento de la comunidad en las estrategias de conservación y operatividad del producto.
----------------	---

Promoción y comercialización	<p>Para aportar al posicionamiento del destino y la consolidación de la oferta, generando una masa crítica de visitantes que se motiven a viajar por el producto, deben realizarse acciones de promoción. Los espacios de mejora a tener en cuenta están en:</p> <ul style="list-style-type: none"> Priorizar el entorno web como escenario de difusión de información Establezcan lineamientos de divulgación de contenidos a través de los medios digitales, entre estos la publicación de artículos, correos electrónicos e impulsen el uso de las redes sociales, importante promover el vínculo con revistas especializadas, publicaciones indexadas y comunicación directa con centros de investigación internacional. Fortalecer la presencia en canales comerciales nacionales e internacionales de esta tipología Formar el talento humano y estructurar una estrategia comercial clara para el segmento. Es importante que se siga trabajando de la mano con ProColombia en la promoción internacional del producto
-------------------------------------	--

DOFA	
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Interés por el territorio Pacífico Colombiano y el Chocó Biogeográfico Crecimiento de los viajes en cruceros a nivel mundial y en el área pacífica 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> Percepción de imagen negativa del destino por seguridad y condiciones de accesibilidad. Impactos negativos en ecosistemas por inadecuado manejo ambiental
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> Ya están llegando cruceros en el territorio. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Ausente modelo de aprovechamiento de la llegada de visitantes al territorio en cruceros.

Apuesta de desarrollo del	<ul style="list-style-type: none"> Consolidar un portafolio de excursiones terrestres naturales y culturales para viajeros de cruceros.
----------------------------------	--

Producto

- Divulgar el destino como un escenario óptimo para la oferta diferenciada de experiencias en la naturaleza para cruceros.
 - Atender al menos 6 cruceros al año.
-

5.3 Estrategia de mercados

Estrategia de mercados	
Diagnóstico	Objetivos relacionados a la estrategia
Factores de oportunidad <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tendencia positiva en crecimiento de los mercados turísticos nacionales e internacionales ➤ Esfuerzos de promoción al turista final 	1. Priorización de mercados de atracción, corta distancia, media distancia y larga distancia. Atracción de públicos de principales zonas urbanas del país con facilidades de conectividad (Medellín – Bogotá)
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mejora en la percepción del mercado nacional frente al Chocó como destino turístico ➤ Necesidad de posicionar la paz en el destino como condición de desarrollo ➤ Crecimiento de la demanda por turismo de naturaleza, en especial ecoturismo 	
Factores de mejora <ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de penetración en los canales intermediarios de turismo ➤ No hay manejo de la relación fronteriza como ejercicio turístico posible 	2. Promover acciones para atracción de mercados de nicho (larga distancia – larga estancia) – Alemania, UK, USA, Europa a través de clubs y asociaciones. 3. Fortalecer las acciones de información y comunicación de la oferta del destino.
	4. Fomentar el uso de canales comerciales y de promoción estratégicos para el destino enfocados a los mercados deseados.

Con base en la información obtenida en el diagnóstico, y nuevas fuentes consultadas tanto en el trabajo de campo como aquellas de carácter secundario, se definieron unas estrategias de mercado y promoción para el Chocó.

Las estrategias tienen como fundamento la selección de los mercados de origen sobre los cuales será necesario enfocar las acciones para atraer visitantes al Departamento, a la vez que se hacen recomendaciones sobre la forma en que deben realizarse las actividades de mercadeo.

Es necesario llamar la atención sobre la necesidad de mejorar la percepción de seguridad del destino y los estándares de calidad de los servicios, especialmente para captar el mercado nacional de las principales capitales, así como para incrementar la llegada de viajeros internacionales no vecinos.

La prioridad es concentrarse en la promoción de la biodiversidad, la oportunidad que hay en el Departamento para disfrutarla y el rol del turismo como herramienta de conservación. Es también importante aprovechar la inclusión del Chocó en las políticas y acciones relacionadas con el Turismo como una oportunidad para la construcción de paz.

Los lineamientos para el para el Plan de mercadeo siguen la siguiente secuencia



5.3.1 Identificación del mercado

Analizando las estadísticas disponibles, que dan cuenta de la llegada de extranjeros al departamento del Chocó, se puede observar que las principales motivaciones son "turismo", con un porcentaje de participación cercana al 87%, seguido de "negocios – trabajo" que tiene una participación promedio en los últimos tres años superior al 5% y cuyas llegadas se concentran principalmente en la ciudad capital del departamento: Quibdó.

Con una participación que se encuentra alrededor del 3%, aparecen: El rubro "otros motivos", donde se contabilizan las llegadas relacionadas con las visitas a familiares y, Eventos.

Estas cifras son claras al demostrar que la motivación de visitas internacionales al Chocó se da principalmente por razones de ocio y disfrute del tiempo libre.

Motivo de viaje al Chocó	Cifras año cerrado						Cifras año corrido enero-noviembre			
	2012	2013	2014	%Part 2012	% Part 2013	%Part 2014	2014	2015	% Part 2014	Part 2015
Vacaciones – ocio-turismo	901	368	1930	89,56	83,07	90,99	1801	2067	90,78	93,87
Eventos	42	21	41	4,17	4,74	1,93	41	18	2,07	0,82
Negocios-trabajo	31	38	105	3,08	8,58	4,95	101	53	5,09	2,41
Otros motivos	32	16	45	3,18	3,61	2,12	41	64	2,07	2,91
Total general	1006	443	2121	100	100	100	1984	2202	100	100

Fuente: Migración Colombia, cálculos Pro Colombia 2016

Aunque en el país también se encuentra en primer lugar la llegada de extranjeros por motivaciones de ocio, como se establece en la siguiente ilustración, la participación que hay en el Chocó es de las más altas del país, superando la nacional en casi 20 puntos porcentuales.

Fuente: Migración Colombia, cálculos Pro Colombia 2016

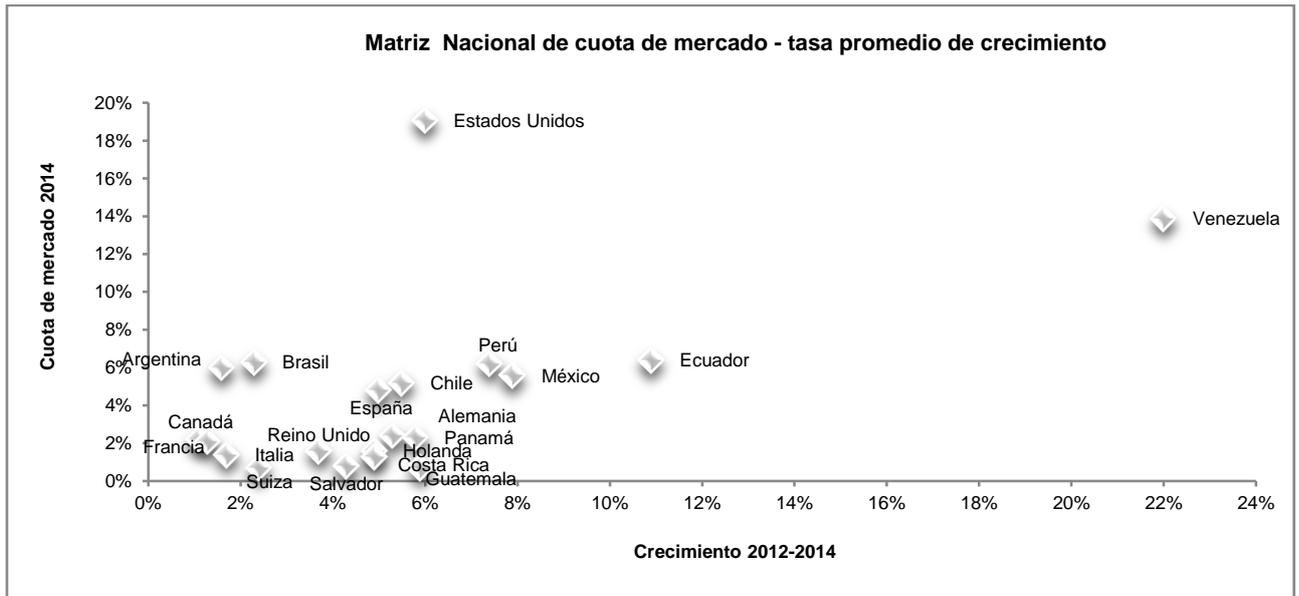
Motivo de viaje a Colombia	Cifras año cerrado					
	2012	2013	2014	%Part 2012	% Part 2013	%Part 2014
Vacaciones-ocio-turismo	1.028.571	1.136.096	1.368.197	68,19	68,75	71,54
Negocios-trabajo - eventos	370.385	397.952	405.116	24,56	24,08	21,18
Otros motivos	109.416	118.541	139.170	7,25	7,17	7,28
Total general	1.508.372	1652589	1912483	100	100	100

No obstante, como se demostró en el documento de diagnóstico, el porcentaje de viajeros internacionales que llegan al Chocó, frente al total nacional, es casi imperceptible, con un poco más del 0,01%.

5.3.1.1 Selección objetivo de mercado

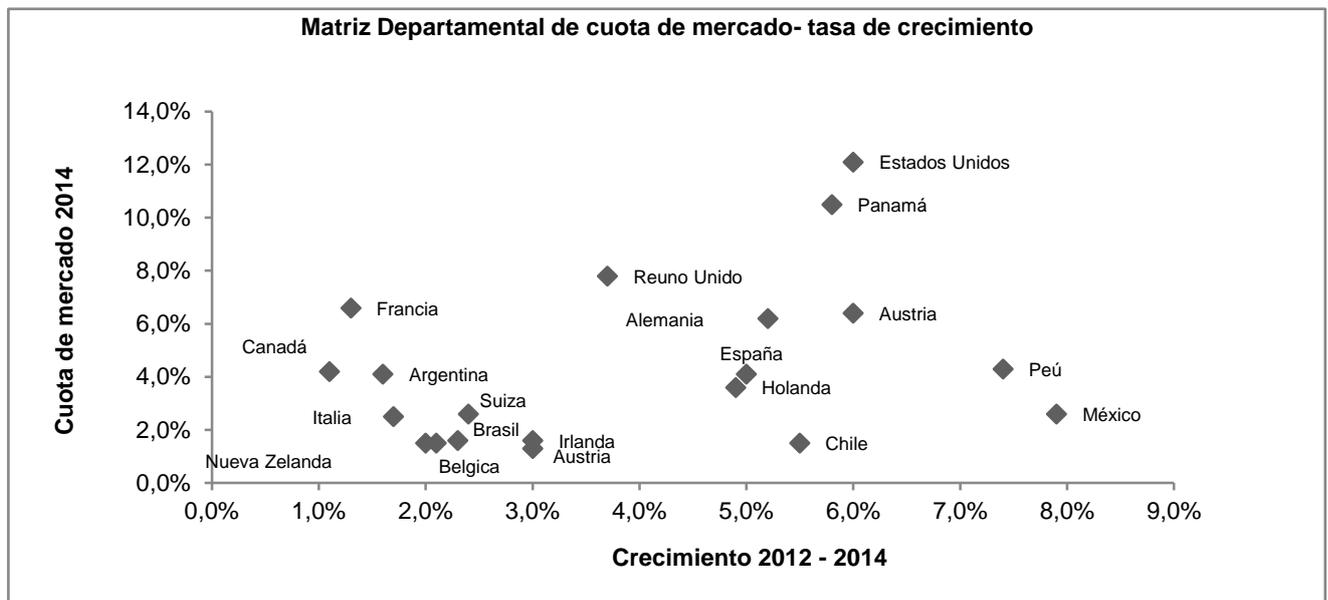
Ahora bien, con el fin de trabajar para incrementar las cifras expuestas es necesario focalizar los esfuerzos en los mercados para los que podría ser más atractiva la oferta actual y potencial.

Para hacer la selección se consideraron dos variables: Cuota de mercado que tuvo el país de origen de los visitantes internacionales que llegaron a Colombia en el año 2014 (Fuente ProColombia) y la tasa de crecimiento de los viajes de los ciudadanos de esos países entre el 2012 y el 2014 para poder establecer tendencia (Fuente OMT). Con este cruce, se identifican los mercados de mayor peso y los que mantienen una tendencia positiva de crecimiento.



Matriz Nacional de cuota de mercado – tasa de promedio de crecimiento interanual 2012 - 2014

Adicionalmente se hizo el mismo ejercicio con la participación en la cuota de mercado de los visitantes que llegaron al Chocó y la tasa de crecimiento de esos países en el mismo período 2012 y 2014.



Matriz Departamental de cuota de mercado – tasa de promedio de crecimiento interanual 2012 - 2014

Con estas cifras, se puede observar que en el Chocó se mantiene la tendencia nacional en la que Estados Unidos es el principal emisor de visitantes, aunque en menor porcentaje, en parte porque se encuentra más atomizada la llegada de extranjeros de distintas nacionalidades. En Norte América el mercado canadiense también muestra una participación relevante por encima del 4%.

Es clara la importancia que tienen los países fronterizos en el aporte al número de extranjeros. Para el caso nacional, desde Ecuador y

Venezuela, y para Chocó, de Panamá por limitar con el norte del departamento en el municipio de Acandí.

Entre los países de la región, las mayores visitas a Colombia y el crecimiento constante se encuentran en su orden en: Perú, Argentina y México, mientras para el Chocó entra Brasil a ocupar una casilla entre los primeros 20 emisores, principalmente por el disfrute de la oferta existente en el producto de nicho: Buceo.

En Europa se destaca el Reino Unido, que además tiene una de las tasas de crecimiento más importantes de llegadas a Colombia (30%), seguida por Francia, Alemania, España, Holanda, Italia y Suiza.

Llaman la atención la participación de ciudadanos provenientes de Australia que se presentan como una opción interesante para el departamento y que por sus tasas de crecimiento, puede resultar relevante poner especial atención en esos mercados.

Ahora bien, para efectos de este análisis, se ha decidido agrupar los mercados actuales y potenciales de la siguiente forma:

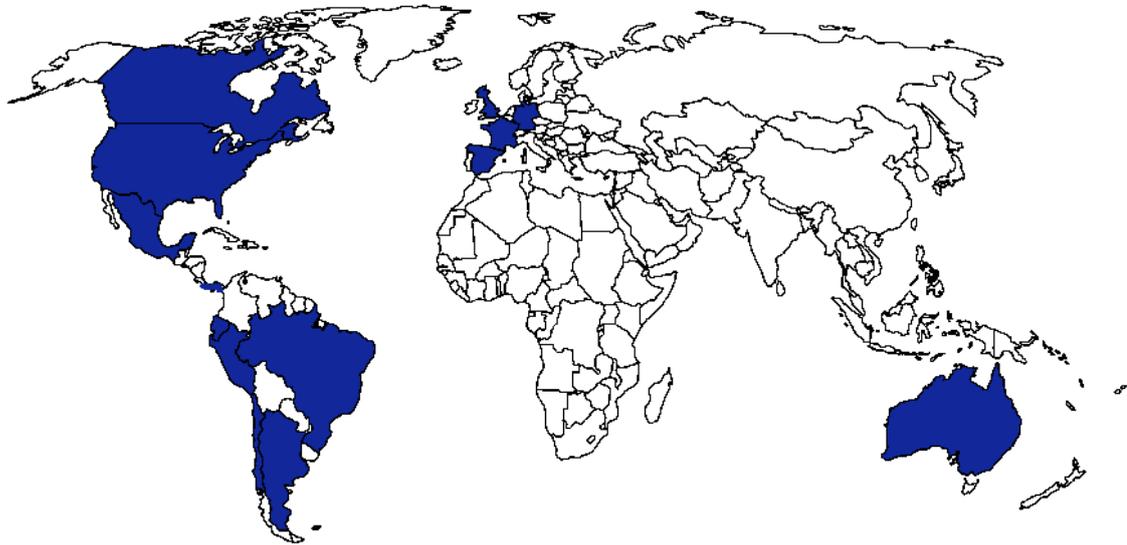
- **Larga distancia:** Aquellos cuyo acceso al país está por encima de las 5 horas de viaje (principalmente se contemplan los países europeos Reino Unido, Francia, Alemania, entre otros). En el continente americano (Canadá) y el norte y la costa oeste de los Estados Unidos y en el Pacífico Australia y Nueva Zelanda.
- **Media distancia:** Los mercados cuyo tiempo promedio de acceso al país es menor a 5 horas de viaje: Aquí se encuentran los suramericanos: Brasil, Perú, Argentina, México y Chile.
- **Vecinos:** Por la condición fronteriza y el movimiento existente en el norte del Departamento, Panamá es el país que se considera más relevante, aunque hay una participación del mercado ecuatoriano para nichos específicos como el de pesca.

Una clasificación similar se utiliza para el mercado nacional:

- **General:** Se refiere a las emisiones de turistas que se generan de departamentos no vecinos al Chocó, principalmente de las ciudades capitales, de las que se excluye Medellín que por su cercanía se clasifica en la siguiente categoría.
- **Regionales:** Son los mercados que provienen de los departamentos vecinos al Chocó, entre los que se destaca Antioquia.
- **Locales:** Son los habitantes del departamento que se desplazan en el tiempo de ocio a ciudades del Chocó diferentes a las de su lugar de origen.

Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores y los resultados del diagnóstico que revisó las tendencias, las entrevistas a los prestadores de servicios turísticos, las encuestas a los visitantes y los talleres con la comunidad, se define como estrategia para el Departamento la concentración en los siguientes mercados:

Internacional



Nacional:



5.3.1.2 Priorización objetivo de mercado

Con el fin de priorizar las acciones en los mercados seleccionados, se han utilizado las estadísticas de Migración Colombia y los análisis de ProColombia, para asignar una valoración (nulo, bajo, medio, alto) al volumen de llegadas de extranjeros según el tipo del mercado al que pertenecen.

Para el caso de los nacionales, y a falta de datos estadísticos que permitan establecer el origen de los visitantes, se ha realizado una estimación con base en las encuestas realizadas en campo y las entrevistas hechas a los empresarios del sector.

Así mismo se estimó la viabilidad de captación de mercado en el corto plazo.

Mercado / Origen Geográfico	Volumen de llegadas	Viabilidad de captación de mercado a corto plazo
Internacionales		
Larga distancia	Medio	Medio - alto
Media distancia	Bajo	Medio - bajo
Vecinos	Medio	Bajo
Nacionales		
General	Medio	Medio
Regionales	Alto	Medio -alto
Locales	Bajo	Bajo

Con base en la información recolectada más el análisis cualitativo del equipo consultor como resultado del trabajo de campo y la experiencia en otros territorio, se definieron los grupos de mercado, según la siguiente categoría:

- **Mercados Clave** - Mercados que aportarán mayor valor agregado a la actividad turística del Departamento. Serán los que mayor volumen generen cuanto a llegadas y/o gasto por turista. Dada la relevancia que tienen, la estrategia de mercadeo turístico del Chocó debe estar principalmente centrada entorno a ellos.
- **Mercados Complementarios:** Mercados que aunque importantes para el Departamento, se considera que no aportarán el valor agregado de los mercados clave. Las cifras de volumen de llegadas y gasto tienen **potencial** de llegar a ser relevantes, aunque no al nivel de los mercados clave. Por ello, la inversión en mercadeo deber ser asimismo importante, aunque inferior a la de los anteriores.
- **Mercados de Nicho:** Aquellos que no contribuyen con volumen en relación a los anteriores, pero son de interés para el departamento por el potencial para atraer segmentos específicos interesados en un producto concreto. La inversión de mercadeo debe ser puntual y con un propósito muy claro.

Se tomaron entonces los mercados identificados y los volúmenes de llegada y el resultado se presenta a continuación:

Grupos de Mercado		Distribución de mercados por tipo y grupo		
		Mercados Clave	Mercados Complementarios	Mercados de Nicho
		Corto Plazo	Medio Plazo	Largo Plazo
Nacional	Local		Chocó	
	Regional	Antioquia -Medellín	Eje Cafetero - Quindío/Pereira	
	General	Bogotá		Valle del Cauca - Cali
Internacional	Vecinos			Ecuador - Nicaragua - Panamá Brasil
	Media distancia		Perú, Argentina, Chile, México	
	Larga distancia	Europa: Suiza, España, Países Bajos, Alemania, Francia y Reino Unido Norteamérica: Canadá, Estados Unidos		Reino Unido - Alemania Australia - Nueva Zelanda

En el cuadro, se relaciona también la temporalidad para llegar a cada mercado con base en su prioridad o categoría. Cabe reiterar que el criterio principal de elección de estos mercados es su capacidad emisiva hacia la zona en el caso de los nacionales, y al país para los internacionales.

5.3.2 Determinación del objetivo de promoción

Una vez los mercados emisores son seleccionados, se procede con el análisis que cruza esa información con la oferta que se ha definido en la estrategia de productos y que permitirá alcanzar el posicionamiento del Departamento, según lo estipulado en el Plan. Todo lo anterior, deberá trabajarse con base en el resultado de la estrategia de posicionamiento del destino, descrita en el apartado 5.1.

Se hacen aquí tres cruces: Mercado – producto, mercado – segmento, motivación – producto, que servirán a los tomadores de decisiones para dirigir las acciones que se recomiendan con el fin de atraer los mercados

5.3.2.1 Mercados – Producto

Se tienen en cuenta los mercados según la categoría a la que pertenecen y su nivel de prioridad, mientras se relacionan con el tipo de producto que podría motivar su visita, con el fin de enfocar la promoción de la oferta en estas particularidades.

Productos	Clave										Nicho				
	Escurrimiento o Avistamiento de aves	Establecimiento de Pesca y Feras (Dorados, robletes)	Avistamiento de aves	Sal y playa	Cultura - Gastronomía tradicional	Cultura - Etnoturismo	Cultura - Feras y fiestas	Cultura - Religiosa	Turismo de Bienestar	Aventura - Buceo	Aventura - Surf	Aventura - Pesca deportiva	Turismo temático	Turismo de crociere	
Clave	Regional														
	Medellin	*	*	**	**	*	*	*	*	*	**	*	**	*	
	Nacional														
	Bogotá	*	*	**	**	*	*	*	*	*	**	*	*	*	
	Larga distancia														
	Europa - Estados Unidos - Canadá	**	**	**		*	**			*	*			*	*
Complementarias	Local														
	Chocó	*	*	*		*	**	*							
	Regional														
	Quindío - Pereira			*		*	*	**	*						
	Medio distancia														
	Argentina, Chile, México	**	**	*						*	**		*		
Nicho	Larga distancia														
	Alemania - Reino Unido	**												*	
	Australia - Nueva Zelanda			*								**		*	
	Vecinos														
	Panamá - Ecuador - Nicaragua											**			
	Brasil										**				
Nacional															
Valle del Cauca - Cali											**				
	**	Muy relevante para este mercado			*	Interesante para este mercado				No relevante					

Se señala con ** los productos que son muy relevantes para atraer al mercado, con * los que son interesantes y, se encuentra la casilla en blanco en aquellos que aún no son importantes.

Es necesario resaltar la diversidad del portafolio con la que se puede acceder a los mercados claves de las ciudades capitales del país, así como al de los Estados Unidos.

Se visualiza en la ilustración también las preferencias de los mercados de nicho como el Australiano por la pesca deportiva, el del Reino Unido por el avistamiento de aves y entre los países vecinos: Brasil por el buceo, y los fronterizos por la pesca deportiva.

5.3.2.2 Mercado – segmento

Para focalizar el trabajo, se hace también un análisis teniendo en cuenta los segmentos de la demanda que pueden estar potencialmente atraídos por los productos propuestos para el departamento del Chocó y el tipo de mercado al que pertenecen, para que los tomadores de decisión puedan establecer “a qué público, de qué mercado” deben dirigir los esfuerzos de promoción haciendo énfasis en qué tipo de productos.

Debe aclararse que, por la falta de datos específicos sobre los segmentos que visitan la zona de estudio, el equipo consultor, toma como base las encuestas realizadas en campo y al análisis de percepción resultado de sus visitas, estableciendo las características generales de los segmentos, relacionadas en el documento de diagnóstico. Esto constituye una propuesta indicativa, no exhaustiva sujeta a análisis posteriores por parte de los actores que liderarán la implementación del Plan de Desarrollo Turístico del Departamento.

Propuesta indicativa de productos por segmento.

Segmento de mercado	Mercado de origen					
	Internacional			General	Nacional	
	Larga distancia	Media distancia	Vecinos		Regional	Local
Generación Z				Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo
					Sol y Playa	Etnoturismo
					Etnoturismo	
Generación Y Estudiante				Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo
				Sol y playa	Sol y playa	Etnoturismo
Generación Y - Trabajadores	Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo	Sol y playa	
	Etnoturismo	Aventura	Aventura-Pesca Deportiva	Sol y playa	Ecoturismo	
	Aventura					
Generación X (Soltero sin hijos)	Ecoturismo	Ecoturismo	Aventura-Pesca Deportiva	Ecoturismo	Ecoturismo	
	Etnoturismo-gastronomía	Bienestar		Aventura	Aventura	
	Bienestar	Aventura		Sol y playa	Sol y playa	
	Aventura			Ferias y fiestas		
Generación X (Casados, doble ingresos - sin hijos)	Ecoturismo	Ecoturismo		Ecoturismo	Ecoturismo	
	Aventura	Bienestar		Sol y playa	Aventura	
	Etnoturismo - gastronomía	Aventura		Etnoturismo	Sol y Playa	
	Bienestar				Bienestar	
Familias	Ecoturismo			Ecoturismo		
	Sol y playa			Sol y playa		
		Etnoturismo				
		Ferias y fiestas				
Senior Baby Boomers	Ecoturismo		Aventura-Pesca Deportiva	Ecoturismo	Ecoturismo	
	Aventura	Etnoturismo - gastronomía		Etnoturismo - gastronomía- religioso	Etnoturismo - gastronomía- religioso	
	Etnoturismo - gastronomía			Aventura - Pesca deportiva		

5.3.2.3 Motivación – producto

Finalmente, cuando se entiende que dependiendo del viajes y del momento de vida en el que se encuentren los potenciales visitantes, pueden responder a motivaciones diversas para tomar la decisión de desplazarse, resulta interesante contribuir con un análisis basado en las categorías de viajeros que establece Amadeus en su estudio "Tribes of 2030"³⁷, para entender quiénes podrían visitar Chocó y qué tipo de producto se le puede ofrecer para captar su atención.

³⁷ AMADEUS. "Future Traveller Tribes 2030: Understanding tomorrows traveller". Disponible en: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/travel-report-future-traveller-tribes-2030.pdf>

Productos		Clave				Complementarios						Nicho				
Motivador		Ecoturismo-Avistamiento de aves	Ecoturismo-Interpretación de la zona	Ecoturismo-Ferias	Ecoturismo-Avistamiento de aves	Sol y Playa	Cultura-Gastronomía tradicional	Cultura-Etnoturismo	Cultura-Ferias y fiestas	Cultura-Religioso	Turismo de Bienestar	Aventura-Buceo	Aventura-Surf	Aventura-Pescas deportivas	Turismo Investigativo	Turismo de cruces
	Viajeros éticos	*	*	*	*	**	**	**	*	*					**	
	Puristas Cultural	*	*	*		**	**	**	*	*					*	
	Buscadores de lo simple	**	**	**	*	*	**		*	*						*
	Viajeros por obligación			*	*	**	*	*	*	**						
	Buscadores de capital social	**	*	**	*	*	**	**						**		
	Buscadores de aventura			**	*	*	**	*		*	**	**	**			
	Buscadores de recompensa	*	*	*	*	**	*						*			*

5.3.3 Definición del presupuesto de promoción

Se refiere a la definición de un presupuesto para cada tipología de producto turístico a promocionar, según su función de clave, complementario o de oportunidad y de acuerdo al tipo de mercado que se busca captar.

Dedicación de presupuesto a productos	% de distribución del presupuesto de MKT		Mercados Nicho
	Mercados clave y complementarios		
	50%	30%	20%
1. Turismo Naturaleza	50%		
1.1. Ecoturismo	50%		
1.2. Turismo de Aventura			10%
1.3. Turismo Rural			
2. Turismo Cultural		15%	
2.1. Gastronómico		5%	
2.2. Etno - turismo		5%	
2.3. Religioso		5%	
3. Turismo Científico - Investigativo			6%
4. Turismo de Salud y bienestar		5%	
5. Sol y Playa	10%		
6. Cruceros			4%
	Clave Corto Plazo	Complementarios Corto y Medio Plazo	Oportunidad sin plazo

Otros elementos que se deben tener en cuenta para entender cómo se debe implementar la estrategia de mercado son:

- ▶ **Gestión enfocada por mercados:** Se pretende dar un tratamiento personalizado a cada mercado (clave y complementario) en la medida de su importancia y priorización. Se deben dedicar esfuerzos, recursos y planificación a cada uno de manera individual.
- ▶ **Promoción en mercados según costo-beneficio:** Aplicar el criterio de rentabilidad para la ejecución de acciones en cualquiera de los mercados definidos.

Será siempre mucho más importante ir a los mercados clave, que dedicar recursos en mercados complementarios o de nicho, aunque por las características especiales del Departamento hay que tener presente la oportunidad que hay en éste e irlo trabajando paralelamente desde el lado de fortalecimiento de la oferta. También es importante valorar el beneficio económico que representarán los esfuerzos en cada uno de los mercados, de tal forma, que si se tienen dos mercados clave y un presupuesto ajustado, se escogerá al que mayor rentabilidad (relación costo-beneficio) pueda representar.

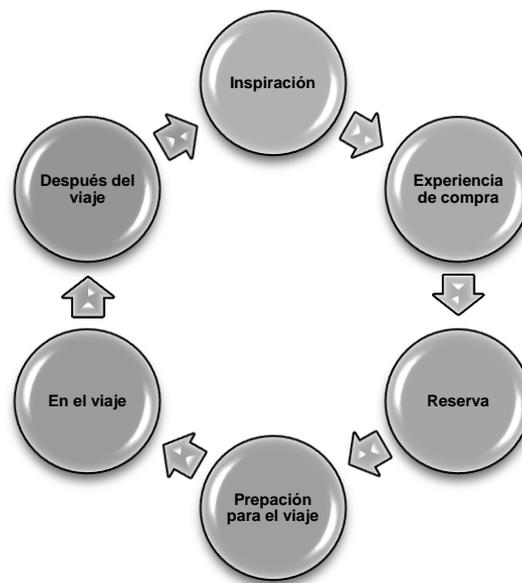
5.3.4 Selección de mecanismos de promoción

5.3.4.1 Conocimiento del ciclo de viaje

Conociendo el mercado y los segmentos, según la priorización hecha en el aparte anterior, resulta interesante presentar como estrategia el resultado de un estudio hecho por Amadeus Future Travel Tribes 2030³⁸, en el que además de categorizar a los viajeros por sus motivaciones, como se presentó en el diagnóstico, estableció los momentos y las formas en que se puede llegar a ellos, según el ciclo de viaje.

El estudio plantea que cuando alguien toma la decisión de viaje, se desplaza por los siguientes estadios:

³⁸ Amadeus. "Future Traveller Tribes 2030: Building a more rewarding journey". 2015. Disponible en: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/amadeus-traveller-tribes-2030-airline-it.pdf>



Fuente: Adaptación del Tryp Circle³⁹

Se definió por grupo de viajeros la forma en que se debe llegar a él para motivar su compra. Se recomienda entonces, que los tomadores de decisiones en el Departamento puedan:

- Ponerlo a consideración para las acciones de posicionamiento del destino, en la fase de inspiración
- Compartirlo con los prestadores de servicios turísticos, para que aprovechen de manera más eficiente las herramientas de mercadeo que tengan disponibles.

Aunque se ha mencionado que los viajeros que principalmente llegan al Chocó podrían encontrarse entre las categorías: Buscadores de los simple, puristas culturales y viajeros éticos, se presentan también los resultados en orden de prioridad para los buscadores de aventura, de capital social, los viajeros de negocios y los buscadores de recompensa.

³⁹ Idem

BUSCADORES DE LOS SIMPLE					
Oportunidad para influenciar	Inspiración	Compra	Reserva	Cerca al viaje	En cualquier momento
Grado de personalización	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
La experiencia de compra	Dependiente de la experiencia de compra		A la carta		Ambos
Nivel de contacto	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Punto de contacto	Centrado en la inspiración		Centrado en la información		Cualquiera
Tipos de experiencia	Conveniencia	Local	Lujo y productividad	Lujo y bienestar	Productividad Ecológico

PURISTAS CULTURALES					
Oportunidad para influenciar	Inspiración	Compra	Reserva	Cerca al viaje	En cualquier momento
Grado de personalización	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
La experiencia de compra	Dependiente de la experiencia de compra		A la carta		Ambos
Nivel de contacto	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Punto de contacto	Centrado en la inspiración		Centrado en la información		Cualquiera
Tipos de experiencia	Conveniencia	Local	Lujo y productividad	Lujo y bienestar	Productividad Ecológico

- Entre los buscadores de lo simple se destaca:
 - ✓ La importancia que le da a las ofertas personalizadas y a la planificación del viaje. Por eso, el momento para influenciar la compra se da en la fase de inspiración
 - ✓ La experiencia de adquirir un viaje debe ser simple y prefiere un solo canal que le organice todo, aunque eso signifique mayores costos.
 - ✓ No ve con buenos ojos las ofertas que se generan una vez ha definido sus actividades, aún cuando estas puedan agregar valor. La interacción que acepta gustosamente es aquella que puede hacer más fácil su viaje, es decir información útil y que no sea intrusiva.
 - ✓ La comodidad es muy importante para este tipo de viajeros mientras disfrutan su experiencia
- Para los puristas culturales es importante:
 - ✓ Encontrar inspiración en documentales, programas de televisión, libros, blogs que dan cuenta de la unicidad del destino.
 - ✓ Los servicios debe ser diversos y flexibles antes que personalizados y estarán dispuestos a recibir información sobre en cualquier momento. Reservarán la menor cantidad posible en el momento establecido para eso, con el fin de tener libertad de hacerlo durante el viaje.
 - ✓ Priorizan el contacto con operadores locales y prestadores de servicios turísticos en el destino para organizar y comprar el viaje.
 - ✓ Su experiencia será más relevante mientras se genere con la mayor espontaneidad posible.

VIAJEROS ÉTICOS					
Oportunidad para influenciar	Inspiración	Compra	Reserva	Cerca al viaje	En cualquier momento
Grado de personalización	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
La experiencia de compra	Dependiente de la experiencia de compra		A la carta		Ambas
Nivel de contacto	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Punto de contacto	Centrado en la inspiración		Centrado en la información		Cualquiera
Tipos de experiencia	Comodidad	Local	Lujo y productividad	Lujo y bienestar	Productividad
					Ecológico

- Los viajeros éticos esperan:
 - ✓ Seleccionarán solamente proveedores de servicios que hayan publicado detalles sobre su conciencia social y ambiental y la forma en que contribuyen con las comunidades de su entorno.
 - ✓ Reciben recomendaciones de organizaciones o empresas que se centren en el turismo responsable.
 - ✓ Las decisiones las tomarán en el momento de planificación y reserva y son menos propensos a hacer cambios sobre la marcha, por la claridad que tienen sobre las actividades en las que quieren participar y el tipo de contribución que harán.
 - ✓ Los principios y valores éticos guiarán sus patrones de compra y buscarán servicios que sean personalizados.
 - ✓ Las actividades que realizarán son aquellas que generen impacto positivo tanto en el ambiente como en las comunidades receptoras y rechazarán todas las que puedan producir lo contrario.

Aunque en los tres mencionados se concentran los mercados objetivos del Departamento, se relacionan los resultados del estudio para las demás categorías de manera indicativa, entendiendo que puede ser de utilidad para estrategias específicas que pueda desarrollar Chocó en la implementación de un Plan de Mercadeo.

AVENTURA					
Oportunidad para influenciar	Inspiración	Experiencia de compra	Reserva	Cerca del viaje	En cualquier momento
Grado de personalización	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
La experiencia de compra	Dependiente de la experiencia de compra		A la carta		Ambos
Nivel de contacto	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Punto de contacto	Centrado en la inspiración		Centrado en la información		Cualquiera
Tiempo de experiencia	Conveniencia	Local	Lujo y productividad	Lujo y bienes tar	Produ ctividad Ecológico

BUSCADORES DE CAPITAL SOCIAL					
Oportunidad de influencia	Inspirar	Compra	Reserva	Cerca de la hora de uso	En cualquier momento
Grado de personalización	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
La experiencia de compra	Dependiente de la experiencia de compra		A la carta		Ambas cosas
Nivel de contacto	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
Punto de contacto	Centrado en la inspiración		Centrado en la información		Cualquiera
Tiempo de experiencia	Conveniencia	Local	Lujo y productividad	Lujo y bienes tar	Produ ctividad Ecológico

Es relevante aclarar que, aunque el estudio no tiene en cuenta a los buscadores de aventura como una motivación, se ha incluido por considerarse relevante para el aprovechamiento de la oferta en el destino. La definición del comportamiento de compra, se ha establecido con base en la experiencia del equipo consultor.

AVENTURA					
Oportunidad para influenciar	Inspiración	Experiencia de compra	Reserva	Cerca del viaje	En cualquier momento
Grado de personalización	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
La experiencia de compra	Dependiente de la experiencia de compra		A la carta		Ambos
Nivel de contacto	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Punto de contacto	Centrado en la inspiración		Centrado en la información		Cualquiera
Tiempo de experiencia	Conveniencia	Local	Lujo y productividad	Lujo y bienes tar	Produ ctividad Ecológico

BUSCADORES DE CAPITAL SOCIAL					
Oportunidad de influencia	Inspirar	Compra	Reserva	Cerca de la hora de uso	En cualquier momento
Grado de personalización	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
La experiencia de compra	Dependiente de la experiencia de compra		A la carta		Ambas cosas
Nivel de contacto	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
Punto de contacto	Centrado en la inspiración		Centrado en la información		Cualquiera
Tiempo de experiencia	Conveniencia	Local	Lujo y productividad	Lujo y bienes tar	Produ ctividad Ecológico

5.3.4.2 Herramientas de comunicación

- Se llama la atención sobre la necesidad de **utilizar los elementos definidos en la estrategia de posicionamiento** y que establecen la forma en que el mercado debe identificar al destino:

“La protección de la biodiversidad mientras se disfruta de una experiencia turística que permite, observar, conocer, entender,

interactuar y aprender las dinámicas de la naturaleza, en un entorno rico en cultura, diversidad, sabor y alegría”.

- Resulta importante también trabajar en la **re-estructuración de la marca actual del Chocó**, que, según las entrevistas realizadas a los actores vinculados al sector, está muy centrada en la oferta que ofrece en la zona pacífico y limita la visibilidad del potencial del centro y norte del Departamento. Para su desarrollo se recomienda tener en cuenta los ejercicios que permitieron plantear la visión, así como los componentes de la estrategia de posicionamiento.
- Mientras se desarrolla esa acción, se exhorta a **crear mecanismos de apropiación y aprovechamiento** para que, tanto las instituciones como los prestadores de servicios turísticos, hagan uso **de los potenciadores creados bajo la marca Colombia**, con el objetivo de avanzar en la generación de identificadores de la riqueza de la oferta que puede disfrutarse en el Chocó, tanto por lo productos de nicho que se propone fortalecer, como es el caso del avistamiento de aves, el turismo comunitario y el termalismo; los que tienen la particularidad de pertenecer a las experiencias únicas que se viven en el Departamento, como el festival de las migraciones y el de las ballenas Yubartas; o aquellos que reflejan la esencia de los municipios.

Dado que solo están los de Quibdó y Bahía Solano, se recomienda, por un lado, revisar con los actores del sector la posibilidad de desarrollar los que hacen falta en los municipios con potencial turístico, y por el otro re - definir para el caso de Bahía Solano un ícono que no relacione la temporalidad de un producto específico, sino la posibilidad de disfrute durante todo el año.

Finalmente, se sugiere plantear un potenciador para el Chocó, de acuerdo con la apuesta turística que se ha establecido con la comunidad en el marco de este Plan, es decir, relacionado con el conocimiento, disfrute y conservación de la biodiversidad en armonía con la experiencia cultural de las comunidades.



Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo

- Adelantar una estrategia de **Relaciones públicas** es fundamental para apoyar el desarrollo y la construcción de una imagen favorable del destino y darlo a conocer en los mercados objetivos de forma eficiente, a través de la generación de comunicados y noticias positivas en los medios de comunicación, por ejemplo.

Resulta de suma importancia para el Departamento que se contemple aquí los mecanismos para el manejo de crisis que requieran la defensa de la imagen, especialmente porque al ser un territorio en el que aún existen brotes de violencia, se necesita contrarrestar las noticias que hagan asociaciones entre el destino y el conflicto. La conformación de una sala de crisis debe mantenerse en tanto las condiciones de seguridad puedan sufrir alteraciones.

Sobre este aspecto, la guía práctica para el manejo de destinos turísticos de la OMT, ha establecido las reglas de oro para manejar las crisis. Se traen a consideración por ser relevantes para el departamento del Chocó.

- Priorizar los retos que deben afrontarse en una crisis: Los de impacto inmediato y los que tendrán implicaciones en el mediano y largo plazo
- Planificar con base en el peor escenario que pueda presentarse
- Aceptar y admitir las cosas que no se pueden cambiar
- No dejar toda la responsabilidad en una sola persona. Debe haber un equipo
- Mantener una lista de todos los medios de comunicación, actores – operadores, mayoristas, etc, a los que hay que contactar con el tipo de información que deben recibir
- Centralizar la comunicación

El uso de todas las vías que permitan el relacionamiento de las iniciativas del Chocó con las políticas de **turismo y construcción de paz** deben ser utilizadas. Lo anterior, con el fin de ganar notoriedad frente a la responsabilidad histórica que está asumiendo el Departamento al buscar caminos para contribuir a la transformación del conflicto, generando opciones de desarrollo y vías para fomentar valores como la tolerancia y el respeto por el otro.

Acciones que involucren press trips y el flujo constante de noticias en ese sentido, aportaría a al éxito de la estrategia.

Los **recorridos de familiarización** de carácter promocional desempeñan también un importante papel en las Relaciones Públicas de mercadeo. Se busca con estos viajes que los operadores de turismo nacional e internacional (de los mercados claves), recorran los principales sitios turísticos del departamento. Así se logra involucrar a los operadores de turismo con el proceso de promoción porque pueden hablar de él a sus respectivos clientes con base en las experiencias vividas.

Se recomienda que los fam trips sean para grupos no mayores a 10 personas de una duración de 7 días dividida en dos tandas por las limitaciones de conectividad: 4 días en el centro y pacífico del Departamento y 3 días en el norte. Para realizarlos, se buscarían alianzas estratégicas con prestadores de servicios turísticos (hotelería y restaurantes).

La idea es que se hagan tanto para operadores nacionales, de los mercados identificados como clave, como para los internacionales.

5.3.4.3 Promoción

Para que los resultados de la estrategia de promoción sean positivos, es importante que ésta se desarrolle teniendo en cuenta los siguientes elementos:

5.3.4.3.1 Publicidad

Supone la transmisión de información sobre los productos o destinos a través de medios de comunicación de masas. Se debe definir el mensaje a transmitir y el público objetivo que se quiere alcanzar según el medio.

Una propuesta en este campo para que los consumidores conozca al Chocó como destino turístico incluye aquellas que son altamente visibles⁴⁰: Radio, televisión, prensa escrita, material POP, entre otros, y las que son más personalizadas: E-mail marketing, página web, redes sociales y la participación en ferias. Todas las acciones deben ir enfocadas a lograr la identificación del Chocó como un destino en el que se disfruta, se cuida y se convive con la naturaleza, en armonía con las comunidades.

Radio y televisión

La radio es un canal importante que se puede aprovechar para contar las historias del Chocó, para difundir la información sobre sus riquezas naturales y culturales y el proceso que está haciendo su gente para compartirlo con los visitantes. Espacios para invitar a descubrir los diferentes atractivos, a través de las experiencias y productos que se han desarrollado, son un valioso elemento de promoción.

Se debe vender la posibilidad de ser aventureros, descubridores, amantes de la naturaleza, de explorar lugares que no han sido dominados por las masas, donde se mezcla la selva con dos mares en armonía con la cultura indígena y afro para brinda bienestar a quienes deciden visitarlo.

La sugerencia, para tener un verdadero impacto, es hacer una cuñas de cuarenta segundos, que aparezcan diariamente en la mañana y en la tarde, durante sesenta días, en las principales emisoras del país.

El guión que debe tener el contenido publicitario, debe ser coherente con el mensaje de posicionamiento que quiere transmitir el destino, haciendo énfasis en los productos claves: Ecoturismo para el mercado internacional y en el nacional adicionando las opciones para el disfrute de sol y playa.

Es necesario tener en cuenta, que la generación de expectativas del destino que se va a crear con la publicidad en los diferentes medios, debe ser coherente con lo que el turista se va a encontrar al llegar a Chocó, todo esto, con el fin de generar un "voz a voz" que complemente la estrategia pensada para los medios masivos.

Inicialmente, se puede promover el destino en Bogotá y Medellín, mientras una estrategia para el Eje Cafetero se plantea en el mediano plazo. El propósito es llegar a audiencias jóvenes y adultos contemporáneos principalmente, en horarios donde se pueda llamar la atención del mayor número de personas, según el presupuesto que se tenga para adelantar las campañas.

Un concurso organizado por el ente territorial para visitar el Departamento puede ser una acción que funcione y comience a generar interés entre el público. Se vincularía a este tipo de actividades los demás canales digitales y no

⁴⁰ El texto tiene adaptaciones de los aportes del consultor de AviaExport Fernando Mandri, en los procesos de diseño de producto turístico.

digitales que se definan para la promoción del destino. Participarían también aerolíneas y prestadores de servicios turísticos del Chocó.

Si se contemplan acciones de promoción en televisión, es necesario proyectar el mejor contenido posible. Además de velar por la participación del Departamento en el marco de las campañas de carácter nacional, debe trabajarse un la producción de un video cuya imagen y contenido promuevan los parajes únicos del Chocó y la experiencias que allí pueden vivirse, mientras se aporta a la construcción de paz y la conservación de la biodiversidad.

El mensaje debe ser claro y contundente frente a un llamado a la acción para que los potenciales viajeros lleguen al destino a un re-encuentro con lo más especial que puede ofrecer la naturaleza y las comunidades del entorno.

Aunque es importante mantener la imagen y la asociación que se hace del Chocó con tipos de productos específicos que solo se ofrecen de manera temporal, como es el caso de las ballenas, es relevante destacar la amplitud de la oferta y las diversas opciones de disfrute que da el territorio. Antes que un posicionamiento de marca, (que sin duda es importante), lo que se busca con estas acciones, en las que más recursos deben invertirse, es vender.

Prensa escrita

Las acciones que se realicen aprovechando la prensa escrita como medio de comunicación deben estar enfocadas en las experiencias que ofrece el Chocó, debe relacionar los productos claves y complementarios con frases atractivas que denoten la sensación o emoción que evocan estos sitios. Por costos, se recomienda hacer publrreportajes, o generar publicaciones pagadas cercanas a los puentes festivos o a los tiempos de vacaciones.

Así mismo, la gestión y el lobby que se haga para lograr "free press", será determinante en la labor de promoción, especialmente si se relaciona con la estrategia de posicionamiento frente al tema de turismo y construcción de paz.

Vía pública

Por medio de vallas donde se promocióne la experiencia en contacto con la naturaleza que se puede vivir en el Chocó, en medio de playas prístinas y en contacto con la cultura ancestral de las comunidades que lo habitan.

Se recomienda generar un portafolio de imágenes de los diferentes productos turísticos que se ofertan. La idea es que los consumidores recuerden la marca a la vez que la relacionen con un destino de múltiples opciones que pueden contribuir a conservar.

Estarán ubicadas cerca de los hoteles en las principales ciudades para, por un lado, llamar la atención de turistas hospedados en ellos y por el otro, de los colombianos que transitan a los alrededores de estos lugares. Ubicarlas cerca de los centros comerciales de las ciudades capitales, es también una opción para acceder al mercado nacional.

Transporte masivo

Principalmente destinado a despertar el interés del turismo nacional. La idea es que se expongan imágenes de los productos turísticos en los medios de transporte masivo en los laterales de las unidades.

Material impreso

Se sugiere elaborar una gama de material POP (tríptico, dípticos y flayers) con imágenes atractivas y variadas del destino. Este material será utilizado como parte de las acciones que se plantean en el Plan y es importante que refleje la oferta completa del Departamento, del pacífico, el norte y el centro.

Press Trips

Una vez que se haya logrado despertar el interés de los medios de comunicación con las otras acciones promocionales, se organizarán viajes de prensa o press trips, donde se recorrerán los atractivos determinados en los productos. El objetivo de estos viajes es incentivar el desplazamiento de los turistas y motivarlos a conocer más sobre el Chocó mediante los recorridos por los principales atractivos.

Los participantes, deberán comprometer a sacar por lo menos un reportaje de la experiencia vivida en el destino. En el caso de los medios masivos, la idea es que se promueva un artículo en la sección de "viajar" o de "viajes" en los periódicos de fin de semana, preferiblemente del día domingo.

5.3.4.3.2 Marketing directo

Una estrategia, para llegar a los clientes, es el contacto directo. Esto se realiza a través de encuentros de socialización, donde se expone la oferta a los principales actores del sector: Operadores turísticos, mayoristas, prestadores de servicio.

Se pueden organizar charlas - desayunos, donde se presente la información sobre el destino y la oferta, con la finalidad de crear alianzas estratégicas con estos actores claves, involucrándolos en la promoción.

La acción se traduce principalmente en ruedas de negocio que pueden llevarse a cabo en el territorio (podrían organizarse en cada uno de los centros de distribución que tienen los municipios con potencial para el turismo en el Chocó), o en los mercados a los que se quiere llegar; tanto en el ámbito nacional como internacional.

Newsletter para el sector

Funcionaría como una herramienta trimestral de información (actividades, lanzamientos de productos, novedades) que se haría llegar a las empresas operadoras, instituciones y profesionales más representativos del mercado nacional e internacional. Para este último es necesario que se pueda entregar la edición en los idiomas de los mercados clave (Inglés, francés y alemán, principalmente)

E-mail marketing

Aunque el mercadeo por correo electrónico ha perdido fuerza, todavía hay un número importante de personas que se sienten atraídas por un buen diseño con contenido de calidad, siempre y cuando perciban que está dirigido a la satisfacción de alguno de sus intereses, como pueden ser los viajes. Si bien a esto no hay que invertirle mucho más de lo que se le invierte a los canales sociales, sí valdría la pena utilizarlo.

El contenido que se debe enviar por este canal será inicialmente la presentación del destino y de los productos y servicios turísticos disponibles. Más adelante, con una periodicidad que puede ser bi-mensual, para no saturar al receptor, se presentaría información novedosa del Chocó a través de un “newsletter para el consumidor final”; eventos pasados y futuros, reformas de establecimientos, inauguraciones en el destino, y en general, las actualizaciones de contenido que se genere en la sección del blog, del cual se hablará más adelante.

Será importante generar una base de datos de los visitantes extranjeros que llegan al Departamento para compartirlles esta información con el mensaje de que la pasen a sus amigos. Todo lo anterior en el entendido de que promoviendo el destino, se ayuda en la construcción de la paz y en la conservación de la biodiversidad.

5.3.4.3.3 Página Web

Una página web⁴¹ es sin duda una herramienta fundamental que puede actuar como motivador para la toma de decisiones de los viajeros.

Para mostrar al Chocó como destino turístico la página web debe tener contenidos atractivos, que motiven al turista a viajar. La información completa del destino y la oferta tiene que estar disponible y transmitir la experiencia que se va a disfrutar, así como el mecanismo para acceder (compra).

Según los mercados priorizados, se debe trabajar en la forma en que se presentará el contenido para que las audiencias esperadas encuentren la información de la manera en que quisieran verla organizada y en un lenguaje fácil y directo.

Para comenzar, se propone desarrollar el contenido de los mercados clave, pero más adelante, se tendrá que pensar en una estrategia para ir vinculando a los complementarios, mientras se genera un desarrollo especial para capturar a los mercados de nicho.

Navegabilidad y diseño

La navegabilidad y el diseño, son factores muy importantes para el éxito de la página web. Es fundamental que el usuario acceda a la información sin mayores inconvenientes.

Se dará prioridad a los productos claves y al “call to action”, que tendrá la función de motivar el viaje. Sin embargo, algunos productos complementarios y

⁴¹ El texto contiene adaptaciones de los aportes del consultor de AviaExport Jorge Bonilla, en los procesos de diseño de producto turístico.

de nicho, podrán tener un espacio en la web que, aunque con menor información, genere inquietud en los posibles viajeros.

El diseño debe ser lo más limpio posible. En turismo, los colores que más se utilizan, son el verde y el azul con fondo blanco, que contrastan perfectamente con la relación que se hace frente al producto clave seleccionados para el Departamento (Naturaleza).

Contenidos

Los contenidos web se distribuyen entre texto, fotos y video que deben ser combinados idealmente en cada una de las secciones.

El texto debe tener en cuenta las palabras clave para posicionar el portal y adicionalmente para motivar al turista.

Cuando el objetivo es el posicionamiento natural de una página web, la generación de contenido único y de manera periódica, es fundamental. Para esto, se sugiere que por lo menos una o dos veces por semana, se generen escritos de aproximadamente trescientas cincuenta palabras como mínimo.

Se puede invitar a bloggers de viajes a escribir, a periodistas y a los prestadores de servicios turísticos del Departamento, a los habitantes de los municipios turísticos, a sus estudiantes y crear toda una comunidad que permita la actualización permanente del portal. Para los bloggers y periodistas que escriban, pueden darse diferentes incentivos, uno puede ser el pago por cada artículo o bien hacerlos parícipes de las acciones de *presstrips/blogtrips*, que luego tendrá que narrar en sus líneas.

SEO y SEM

Optimización de motores de búsqueda, es la traducción de las palabras que representan las letras SEO (*Search Engine Optimization*). Lo que se busca con esto, es posicionar, sin necesidad de invertir en promoción, la página web del destino para que cuando los clientes potenciales busquen información, la puedan encontrar.

La clave está en definir las palabras clave para la página que requiere una labor permanente de gestión, ya que las personas varían las palabras de búsqueda constantemente.

SEM, significa por sus letras en inglés, mercadeo en motores de búsqueda (*Search Engine Marketing*). Se utiliza para posicionar la página web y aparecer en los primeros lugares de la búsqueda, pagando. Es inmediato y genera posibilidades de segmentación.

Para medir estos esfuerzos, es importante mantener una revisión periódica y permanente de la "Análítica Web" que debe tener la página que se cree para el Chocó ya que permite la valoración y evaluación de las visitas.

5.3.4.3.4 Redes Sociales

Las redes sociales se consideran medios de comunicación entre grupos de personas⁴².

Para el sector turístico, la herramienta cobra especial importancia. Por un lado, por el creciente número de personas usuarias de las redes que están dispuestas a comprar en línea, y por el otro, por la relevancia que tiene las opiniones de los demás en la toma de decisión de la compra y que son, en su mayoría, compartidas a través de medios como estos..

Aunque es difícil medir el retorno sobre la inversión de las redes sociales porque un viajero que vea mensajes, fotografías y contenido interesante del Chocó, puede tomar la decisión de viajar, planeando el viaje por su propia cuenta, y esto no queda registrado en ninguna parte, el llamado ROI, se traducirá en una inversión menos costosa en la labor de mercadeo, posicionamiento y consolidación de la marca en el corto, mediano y largo plazo, y en una comunicación permanente con los clientes actuales y potenciales, generando vínculos de altísima rentabilidad para el destino.

Ahora bien, tener abierta una cuenta en una red social, no es, por sí solo, algo positivo, debe haber un responsable de la gestión de contenidos y de la relación con la comunidad.

Es además necesario tener en cuenta que el lenguaje y la forma de manejarlo, dependerá de las redes sociales que sean utilizadas.

Facebook

Se sugiere tener una Fan Page en Facebook donde la comunidad, al dar "like", podrá acceder a las actualizaciones que se hagan en la página web que se propone para el destino, compartiendo las actualizaciones del blog cada vez que haya nuevas entradas, y los fines de semana, preferiblemente el domingo, las de toda la semana.

Otra función principal es que la gente pueda publicar en la página; lo anterior obliga a tener el personal que se encargue de responder lo más pronto posible para no minar la credibilidad del perfil y del destino.

En esta red social, también se puede hacer publicidad pagada, ya sea para que aparezca en la línea de tiempo de los usuarios, o en la parte derecha de la página. Lo interesante de este canal, es que es económico y se puede segmentar de manera muy precisa según localización, edad, intereses, gustos, etc. La publicidad, debe ser enlazada a contenido directamente de la página web, para incrementar las visualizaciones, el posicionamiento natural y los viajes hacia el Chocó.

La Fan Page, debe estar alienada con los mensajes de posicionamiento, diseño y contenido que se desarrollen para la promoción del destino.

Se recomienda que se tenga una Fan Page en inglés.

⁴² El texto tiene adaptaciones de los aportes del consultor de AviaExport Jorge Bonilla, en los procesos de diseño de producto turístico.

Twitter

Twitter permite la comunicación de los usuarios con mensajes breves y sencillos. Para esto, se debe tener una línea de generación de contenido y participar en diferentes temas del día que sean tendencia, según los “Hashtags”. Adicionalmente a los temas relacionados con el Turismo, es importante estar pendiente de aquellos en los que se vincule la construcción de paz y la conservación de la biodiversidad; teniendo en cuenta la importancia de estos conceptos en la estrategia de posicionamiento. También se puede crear un “Hashtag” para compartir siempre información del Chocó como #ViajaAlChoco #ViveElChoco #ConoceChoco, que permita generar comunicación con posibles interesados, viajeros recurrentes o personas que ya estuvieron en el Departamento y que pueden dar consejos o compartir fotos.

El contenido que se genere aquí, debe propender por compartir artículos del blog para incrementar también por este medio, la visita a las diferentes secciones de la web.

Dada la importancia que tiene el mercado internacional, se propone que haya una cuenta en twitter cuyo contenido sea publicado en inglés y se enfoque en la oferta del Departamento, sobre la cual los visitantes extranjeros tendrían mayor interés.

Pinterest

Es una de las principales redes sociales en cuanto a tráfico y ventas se refiere. Se debe buscar que las fotografías que se compartan aquí, no sean las mismas de la visualización de los contenidos en Facebook o de Twitter, ya que lo que se busca es que un mismo usuario pueda acceder a la web en diferentes ocasiones y por diferentes motivos, lográndolo convencer cada vez más de la cantidad de cosas por hacer y disfrutar.

Instagram

También es una red social para compartir fotografías en la que los usuarios comparte en detalle la experiencia del destino turístico de manera espontánea.

Para el caso del destino turístico Chocó, se pueden compartir las fotos de usuarios que, pasando un filtro, publiquen con un “Hashtag” que se configure; lo idea es que sea el mismo de Twitter.

YouTube

YouTube es tanto red social, como plataforma para compartir videos, e incluso, canal para el *video marketing*, o mercadeo a través de la generación y viralización de videos. Si bien funciona con características sociales y un canal puede ser seguido por cualquier persona, también puede ser compartido por otras redes sociales. Si el contenido es bueno y le gusta a la gente, se puede volver viral, logrando maximizar el retorno sobre la inversión del video, posicionando la marca, imagen y hasta la web. El propósito es que se aproveche el canal como herramienta que permita dar a conocer el destino, gestionando contenidos propios y monitoreando los que son producidos por terceros, turistas o entusiastas del destino, para luego compartirlos, usando otras redes sociales como mecanismo de promoción.

5.3.4.3.5 Publicidad a través de canales aliados

Otra forma de promover los contenidos que genere el Departamento y gestionar nuevos, es a través de aliados como blogueros y periodistas, que compartan información sobre el destino turístico en sus propios portales que tengan enlaces hacia la web del Departamento, ayudando así a posicionarla en los motores de búsqueda, aprovechando los viajeros que llegan buscando información procedente de estos canales. Pueden ser pagos o manejados a través de algún tipo de incentivo.

5.3.4.3.6 Ferias

Asistir a una feria turística involucra un costo importante por lo que es muy importante definir aquellas relevantes para los mercados a los que se quiere acceder de acuerdo a la oferta del Departamento. Es decir las que están relacionadas principalmente con el turismo de naturaleza.

La participación en ferias es útil y de vital importancia como una herramienta para dar a conocer el destino, buscar potenciales clientes en un período corto de tiempo y conocer la competencia, sus productos, condiciones de la oferta, tendencias comerciales, etc. Esto permitiría al Chocó fortalecerse y tomar acciones adecuadas para competir.

Dado que el posicionamiento del destino es aún incipiente, la recomendación es que mantenga su participación en las ferias internacionales, de la mano de las que se hace, con el liderazgo de ProColombia, para dar a conocer la oferta país. No obstante, se sugiere que al menos una persona del Departamento encargada de la gestión turística, con capacidades de mercadeo y bilingüe, pueda acompañar la presencia del país en estos escenarios.

A nivel nacional se espera que el Departamento esté presente con un stand e información detallada de su oferta como mínimo en ANATO, y que se pueda garantizar a participación de los prestadores de servicios turísticos.

En los dos casos, además de la labor de comercialización para dar a conocer el destino, que se espera en estos espacios, se propone que sea aprovechada para estudiar la competencia y analizar sus factores de éxito.

En especial se sugiere tener en cuenta los siguientes destinos que por su oferta muestran patrones similares a los del Chocó.

Comparado con: 1= Extremadamente diferente 5= Extremadamente similar	Destinos competidores potenciales nacionales					Destinos competidores internacionales		
	Cauca	Valle del Cauca	Nariño	Magdalena	Amazonas	Ecuador	Costa Rica	Panamá
Los 5 principales mercados emisores	3	4	2	3	4	5	4	3
Distancia y acceso desde el mercado emisor clave	3	4	2	3	1	3	3	1
Productos y experiencias promovidas	3	4	3	4	4	4	4	3
Segmentos de mercado identificados	3	3	2	2	4	4	4	2
Promedio de crecimiento anual de turistas en los últimos 5 años	4	2	4	2	2	2	2	1
Promedio	3,2	3,4	2,6	2,8	3	3,6	3,4	2

Fuente: Elaboración propia

5.3.5 Propuesta de Indicadores

Las acciones propuestas no serían efectivas si no se realiza un seguimiento y control del impacto⁴³.

Al respecto, se recomiendan los siguientes tipos de evaluación para determinar eficiencia y eficacia de las acciones y establecer necesidades de ajuste:

- Evaluación post-venta con los clientes finales e intermediadores mediante la utilización de encuestas de satisfacción y medición de la calidad en el servicio. Esto permitirá ir analizando la efectividad de las campañas promocionales y publicitarias con respecto a lo percibido por el cliente después de haber consumido el servicio.
- Análisis del gasto promedio diario efectuado por el turista. Aunque es importante el número de turistas que llegan al destino, es aún más relevante el gasto realizado y lo que representan para el destino, es muy importante medir el impacto económico que se genera en las comunidades receptoras.
- Análisis financiero una vez finalizada alguna acción promocional. Comparar los montos de inversión inicial con los resultados finales.
- Evolución del número de turistas por nacionalidades y segmentos. Con esta información se podrá conocer si efectivamente están llegando los turistas objetivos de acuerdo a las estrategias promocionales implementadas.
- Evolución de la estancia media. Entre mayor diversidad y competitividad de los productos y servicios turísticos, mayor será el tiempo de estadía de un turista en la zona.
- Evolución de las tasas de ocupación en una muestra representativa de alojamientos turísticos, distinguiendo entre segmentos y ámbitos geográficos.

⁴³ El texto tiene adaptaciones de los aportes del consultor de AviaExport Fernando Mandri, en los procesos de diseño de producto turístico.

5.4 Estrategia de sostenibilidad

El diagnóstico realizado, permitió identificar la necesidad de contar con

Estrategia de sostenibilidad

Diagnóstico	Objetivos relacionados con la estrategia
Factores de oportunidad <ul style="list-style-type: none"> ➤ Riqueza étnica, afros, indígenas y mestizos. ➤ Oportunidad del turismo como mecanismo de diversificación productiva y reducción de la pobreza ➤ Interés por líderes locales por el desarrollo turístico ➤ Establecimiento de áreas de conservación ambiental y motivación de las comunidades por promoverlas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aportar en la preservación de los recursos naturales y identidad cultural de las comunidades del territorio 2. Fomentar modelos de operación incluyentes que aportan a la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales. 3. Involucrar a las comunidades en iniciativas de desarrollo sostenible alrededor del turismo 4. Promover esquemas de ordenamiento, uso y aprovechamiento sostenible de recursos turísticos. 5. Promover el turismo responsable
Factores de mejora <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alta tasa de NBI, con promedio de 71% ➤ Bajo grado de apropiación y concientización del turismo como sector económico en las comunidades. ➤ Limitada articulación del recurso humano al sector empresarial ➤ Desconocimiento y bajo aprovechamiento de las oportunidades del sector turístico en otros eslabones distintos a la alimentación y alojamiento. ➤ Falta de motivación de las comunidades de ser partícipe del ejercicio turístico en apuestas de mediano y largo plazo. ➤ Falta de encadenamiento de los eslabones de la cadena ➤ Riesgo de deterioro ambiental por las prácticas de deforestación, actividad minera y manejo de residuos ➤ Falta de conciencia frente al manejo del patrimonio cultural y natural. ➤ Baja conciencia de las comunidades frente a la conservación y el uso sostenible ➤ No existe planificación sobre el ordenamiento del territorio y su uso turístico. 	

lineamientos de desarrollo integral que aporten a la mejora de la calidad de vida de las comunidades.

El modelo debe estar encaminado al cumplimiento de los objetivos del turismo sostenible planetados por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la Organización Mundial del Turismo y que se resumen a continuación⁴⁴.

1. Viabilidad económica: Garantizar la viabilidad y la competitividad de los destinos y empresas turísticas de forma que sean capaces de seguir prosperando y de obtener beneficios a largo plazo.
2. Prosperidad local: Mejorar en lo posible la contribución del turismo en la prosperidad económica del destino, incluida la proporción del gasto que se retiene localmente
3. Calidad del empleo: Fortalecer el número y la calidad de los empleos locales creados y sustentados por el turismo, incluíos los salarios, las condiciones de los servicios y la igualdad de oportunidades
4. Equidad social: Procurar una distribución amplia y justa de los beneficios económicos y sociales provenientes del turismo entre la comunidad receptora.
5. Satisfacción del visitante: Proporcionar una experiencia segura, satisfactoria y completa a los visitantes con igualdad de portunidades para todos sin discriminación
6. Control local: Implicar y habilitar a las comundiades locales en la planificación y en la toma de descisiones sobre la gestión y el desarrollo futuro del turismo en su entorno.

⁴⁴ PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL MEDIO AMBIENTE/ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "Programa para un turismo sostenible". 2006

7. Bienestar de la comunidad: Mantener y fortalecer la calidad de vida en las comunidades locales, incluidas las estructuras sociales y acceso a recursos y servicios, evitando cualquier forma de degradación o explotación social o medio ambiental
8. Riqueza cultural: Respetar y mejorar el patrimonio histórico, la cultura auténtica, las tradiciones y peculiaridades de las comunidades anfitrionas
9. Integridad física: Mantener y mejorar la calidad de los entornos, tanto urbanos como rurales, y evitar la degradación física y visual del medio ambiente
10. Diversidad biológica: Apoyar la conservación de áreas naturales, hábitats y vida salvaje y reducir al máximo el daño hacia ellos.
11. Eficiencia de los recursos: Reducir la utilización de los recursos escasos y no renovables en el desarrollo y operación de las instalaciones y servicios turísticos
12. Puerza medio ambiental: Reducir al mínimo la contaminación del aire, agua y del suelo y la generación de basura por las empresas y visitantes turísticos.

En ese escenario, se plantea que el turismo en el Chocó sea un instrumento útil para demarcar estrategias que contribuyan a: La gestión de áreas naturales y el ordenamiento del territorio para garantizar el cuidado del medio ambiente, el empoderamiento de las comunidades en estas estrategias de conservación, el fortalecimiento del sector cultural para preservar la identidad socio-cultural y, la generación de ingresos a las comunidades locales receptoras para promover el desarrollo económico.

La estrategia se fundamenta en las ventajas comparativas locales y resalta la necesidad de avanzar en su gestión para que estas aporten a la competitividad turística del destino a la vez que fortalece a las comunidades.

Los esfuerzos que deben realizarse se sintetizan en los siguientes ejes:

- **Conservación del medio ambiente y gestión del patrimonio natural:** Esta es la base sobre la que se soporta el desarrollo de la oferta turística del Departamento por la apuesta de posicionamiento que se propone hacer como destino para el disfrute de actividades únicas en un entorno natural aportando a su conservación. Se busca entonces que existan procesos de soporte para la gestión integral y el uso sostenible.
- **Ordenamiento, uso y aprovechamiento del territorio en el turismo:** Su consideración destaca los aspectos vinculados al uso de suelos, la organización de los escenarios de vocación turística y la mitigación de impactos al entorno social y natural. El Chocó requiere una atención urgente en este componente, especialmente en lo referente al manejo de playas, y al uso turístico de territorios catalogados como colectivos y /o resguardos indígenas.
- **Preservación del patrimonio cultural y fortalecimiento del sector cultural:** Es el componente que permitiría, tras su adecuado proceso de gestión, integrar las expresiones y manifestaciones culturales como parte de una experiencia turística diferenciada. La multiculturalidad del departamento del Chocó encuentra en este factor una oportunidad para generar valor y diferenciación del destino de la mano de sus comunidades afro descendientes e indígenas.
- **Turismo Comunitario,** definido como el modelo de gestión que se plantea para el desarrollo turístico del Departamento con el fin de aprovechar las

oportunidades que el sector puede generar tanto como instrumento para la preservación de la identidad y las prácticas culturales, como para el crecimiento económico de las comunidades receptoras.

Se resalta la necesidad de promover la participación activa de la comunidad, definir parámetros que faciliten la retribución y vinculación de actores a la cadena del sector y fomentar una cultura turística acorde a la vocación del destino y su visión de desarrollo. Para las poblaciones del Chocó este escenario de base comunitaria se consolida como el canalizador de los resultados positivos del sector turístico a la mejora de la calidad de vida.

- **Turismo Responsable:** En el entendido de que el destino permite que los visitantes tengan un rol activo en la experiencia turística, es importante establecer mecanismos que promuevan un adecuado comportamiento de estos en los territorios, mitigando los impactos negativos y maximizando los beneficios integrales que un visitante puede generar al destino.

A continuación se presentan las consideraciones generales frente a cada eje:

5.4.1 Conservación del medio ambiente y gestión del patrimonio natural

Para este componente se recomienda acogerse a los lineamientos de la política nacional para la gestión integral de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos (PNGIBSE)⁴⁵, que concibe “la conservación de la biodiversidad, como un concepto que trasciende la visión asociada exclusivamente a la preservación de la naturaleza”. Considera que esta debe “ser entendida y gestionada como una propiedad emergente, generada a partir del balance entre acciones de preservación, uso sostenible, generación de conocimiento y restauración de la biodiversidad, de manera que se mantenga o incremente la resiliencia⁴⁶ de los sistemas socio-ecológicos y con ella el suministro de servicios eco-sistémicos fundamentales para el bienestar humano”.

⁴⁵ MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE. “Política nacional para la gestión integral de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos (PNGIBSE)”. Colombia. Disponible en http://www.humboldt.org.co/images/pdf/PNGIBSE_espa%C3%B1ol_web.pdf

⁴⁶ “La resiliencia hace referencia a la capacidad de los socio-ecosistemas de absorber los disturbios y reorganizarse mientras se llevan a cabo cambios que permiten mantener la misma función, estructura, identidad y retroalimentación (Folke et al. 2004), aumentando su capacidad de aprendizaje y adaptación al cambio (Carpenter et al. 2001), de manera que se mantenga y aumente el suministro de servicios ecosistémicos. Bajo este escenario, se reconoce que en la naturaleza no existen equilibrios estáticos y que el cambio y la incertidumbre son factores determinantes a ser tenidos en cuenta dentro de la GIBSE” - (PNGIBSE).



Fuente: PNGIBSE, La conservación de la biodiversidad como elemento emergente de la preservación, uso sostenible, restauración y generación de conocimiento.

En este contexto, la política “propone un marco de acción que permita generar un balance entre los diferentes intereses que tiene la sociedad frente a la biodiversidad y el mantenimiento de los servicios eco-sistémicos derivados de ésta, que son clave para el bienestar humano, siguiendo los principios definidos por el enfoque eco-sistémico, propuesto por el Convenio de Diversidad Biológica⁴⁷”.

Los servicios eco-sistémicos descritos en la política son de aprovisionamiento (como comida y agua), de regulación y soporte (degradación de suelos, reciclaje de nutrientes, entre otros) y culturales (que incluye el disfrute turístico especialmente ecoturístico). Su definición relaciona la retribución condicionada por ejercicios que aporten a la conservación de un ecosistema. Desde el pago por el cuidado de las fuentes hídricas y garantía de su calidad por los usuarios finales de este recurso, hasta la retribución por mantener y proyectar los espacios de disfrute turístico en la naturaleza.

En el departamento del Chocó la biodiversidad es el principal recurso para sustentar el desarrollo social y económico de las comunidades, es por ello que se debe velar de manera integral por su salvaguardia, protección y uso sostenible. En este sentido, el principal reto es hacer partícipes de forma activa a los residentes en los procesos de conservación.

La política de biodiversidad y gestión ambiental de Colombia que sigue los lineamientos de la convención de Río y de la secretaría técnica del Convenio sobre Diversidad Biológica firmado por 175 países, establece, en su enfoque por

⁴⁷ ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS. “Convenio sobre la Diversidad Biológica 1992”. Disponible en: <https://www.cbd.int/doc/legal/cbd-es.pdf>

ecosistemas y mecanismos de apropiación, salvaguardia y protección, que el uso o disfrute de los ecosistemas tiene la posibilidad de retribuir de manera condicionada a los actores locales para que velen por la sostenibilidad de sus recursos.

La Biodiversidad del Chocó y su permanencia en el tiempo, requiere que las comunidades locales asuman una visión responsable frente a la riqueza con la que cuenta el territorio y estas se vuelvan oportunidades de aprovechamiento y mejora de la calidad de vida. El turismo en este contexto puede ser un instrumento idóneo que aporte a la conservación del medio ambiente.

Sin embargo, en el Chocó, durante la fase de diagnóstico se identificó un vacío sobre la responsabilidad asumida por los actores locales frente a los escenarios de disfrute turístico y en especial los relacionados con el ecoturismo, tanto por parte de los prestadores de servicios como por las comunidades residentes, lo que ha resultado en escenarios en los que se ha perdido el atractivo.

Explorar los escenarios de retribución condicionada a partir del diseño de servicios eco sistémicos fundados en el ecoturismo es la estrategia que se presenta para el Chocó con el fin de subsanar las dificultades, además de motivar a fortalecer los procesos de conservación y salvaguardia existentes en el territorio.

La prestación de servicios eco sistémicos, también aportaría de manera sustancial con la conservación del territorio especialmente en:

- El incremento de las áreas destinadas a la conservación y protección del medio ambiente, motivando a las comunidades a establecer áreas de disfrute turísticos con parámetros de retribución. Para esto se recomienda tener en cuenta el mapeo de ecosistemas estratégicos y prioridades de conservación existente para el Departamento. (Sistema Departamental de áreas protegidas del departamento del Chocó, Prioridades de Conservación – Codechoco – WWF 2012).
- Propender por la investigación de flora y fauna de los escenarios dedicados a la conservación teniendo en cuenta y resaltando los conocimientos y saberes etno-botánicos de las comunidades.
- Promover la formación y apropiación de la biodiversidad tanto por los pobladores locales como por las nuevas generaciones.
- Fortalecer los grupos de conversación local y motivar la constitución de comités de biodiversidad locales, que puedan resultar en una red de conservación comunitaria, investigación e interpretación de biodiversidad, que favorezcan al control, monitoreo y la gestión de sitios aptos para el ecoturismo.
- Promover programas de manejo de residuos sólidos y reciclaje.

Se resalta el acuerdo entre las comunidades de las poblaciones de Nuquí y los prestadores de servicios turísticos comunitarios, quienes comparten su utilidad con los consejos locales para que éstos garanticen el mantenimiento y la protección de los escenarios de disfrute turístico. Sin embargo, como este no fue concebido como un servicio eco sistémico y la retribución no es condicionada, los resultados no cubren las expectativas del modelo.

Otro acercamiento que hay que considerar sobre la gestión del patrimonio y la participación de la comunidad como una estrategia de conservación en el Chocó, con el fin de ir subsanando las debilidades existentes en el territorio, es el que Adrian Phillips⁴⁸ invita a tener en cuenta en "el nuevo paradigma".

A continuación se presenta una síntesis⁴⁹:

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. "Gestión del

Tema	Como era antes: las áreas protegidas	Como empieza a ser las áreas protegidas
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> Se reservan con fines de conservación Se sale siempre principalmente para proteger la fauna y la flora de los panoramas Se gestionaban principalmente para los visitantes y los turistas. Tenían como razón de ser la protección 	<ul style="list-style-type: none"> Se administran también con fines sociales y económicos Se crean a menudo por motivos científicos económicos o culturales Se gestionan teniendo más presente a la población local. Se valoran por la importancia cultural de las llamadas zonas silvestres También tienen por finalidad la restauración y la rehabilitación
Gobernanza	<ul style="list-style-type: none"> Estaban administradas por el gobierno central 	<ul style="list-style-type: none"> Están administradas por muchos asociados, con la participación de una gran variedad de interesados
Población local	<ul style="list-style-type: none"> Estaban planeadas y gestionadas contra la población Se gestionaba sin tener en cuenta la opinión de la población local 	<ul style="list-style-type: none"> Están administradas para, y en algunos casos por la población local Se gestionan para atender a las necesidades de la población local
El contexto más amplio	<ul style="list-style-type: none"> Se desarrollan por separado Se gestionan como islas 	<ul style="list-style-type: none"> Se planifica como parte de sistemas nacionales, regionales e internacionales Desarrolladas como redes (áreas estrictamente protegidas, amortiguadas y vinculadas por corredores verdes)
Percepción	<ul style="list-style-type: none"> Eran vistas principalmente como un bien nacional Se consideraban en un plano exclusivamente nacional 	<ul style="list-style-type: none"> Son vistas también como un bien comunitario Se consideran también en un plano internacional
Técnicas de gestión	<ul style="list-style-type: none"> Se gestionaban relativamente a corto plazo Gestionadas en manera tecnocrática 	<ul style="list-style-type: none"> Se gestionan adaptativamente en una perspectiva a largo plazo Gestionadas con consideraciones políticas
Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> Las pagaba el contribuyente 	<ul style="list-style-type: none"> Se pagan con cargo a muchas fuentes
Actitudes de gestión	<ul style="list-style-type: none"> Eran gestionadas por científicos expertos en recursos naturales Eran dirigidas por expertos 	<ul style="list-style-type: none"> Las gestionan personas con múltiples aptitudes Aprovecha los conocimientos locales

Patrimonio Mundial Cultural" Francia 2014.

5.4.2 Ordenamiento, uso y aprovechamiento del territorio en el turismo

El ordenamiento del territorio ha sido uno de los principales retos del gobierno en pro de mejorar las condiciones de pervivencia de las comunidades en los

⁴⁸ UNIÓN INTERNACIONAL PARA LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA. "Guidelines for Management Planning of Protected Areas de la UICN" 2003

⁴⁹ ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. "Gestión del Patrimonio Mundial Cultural" Francia 2014

territorios y ha hecho esfuerzos importantes en la reglamentación de este componente a todos los niveles, sobresaliendo la normativa y acciones frente a Planes de Ordenamiento Territorial (Ley 388) que se aplican de acuerdo al tamaño de las poblaciones.

En el turismo, se han diseñado normas técnicas, metodologías de ordenamiento, reglamentaciones y lineamientos que buscan aportar en el establecimiento de parámetros de uso de los escenarios para el disfrute turístico, en pro de la sostenibilidad de los mismos y la maximización de su valor estético.

Sin embargo, estas herramientas no siempre son aprovechadas en los territorios. Se encuentran casos, en los que aunque en planes, programas y proyectos de desarrollo se considera el turismo como uno de los ejes del municipio, los documentos de ordenamiento territorial no tiene en cuenta ni el ejercicio de disfrute ni los impactos o necesidades de la actividad turística en la zona.

La dedicación del territorio al ejercicio turístico debe contemplar acciones de ordenamiento, control y medición del impacto generado en las áreas dispuestas a su disfrute, puesto que la dinámica de uso de los espacios en el turismo resulta en cambios en los volúmenes de población, necesidades de atención en servicios públicos, impactos de carga, contaminación, reducción de espacio vital para los residentes, mayor consumo de productos e incremento de las necesidades de proveeduría, entre otros.

Para el PDT – Chocó 2016-2020, el ordenamiento, uso y aprovechamiento del territorial debe integrar tres elementos: El ordenamiento en sí, la participación comunitaria en el control y monitoreo y la ornamentación del entorno.

En este contexto, un municipio que tenga entre sus ejes el turismo, se recomienda que lo integre en sus **Planes de Ordenamiento Territorial**, resaltando consideraciones frente al uso del suelo turístico, las áreas de urbanización y de servicios y la definición de intervenciones compatibles con el entorno y sus impactos.

Se sugiere exponer las necesidades de:

- Implementar planes de manejo sustentable de ecosistemas que velen por la protección de fuentes hídricas y riveras de los ríos,
- Promover programas de recaudo, manejo y disposición de residuos sólidos y potenciar acciones de reciclaje y reutilización de materiales que no puedan ser tratados,
- Acciones de sensibilización, educación y control.
- Para las zonas urbanas, el ordenamiento también debe propender por mitigar los impactos de la contaminación resultante del pervivir humano, entre esta, la auditiva, visual y la generada por los residuos

El departamento del Chocó, además de incluir al turismo dentro del marco general de ordenamiento territorial, debe **emprender una labor de planificación, normalización y establecimiento de parámetros de uso, disfrute y comportamiento en los lugares destinados en el territorio para el usufructo turístico.**

Se plantea un proceso apto a las actividades que oferta el territorio, basado en la recuperación y control de los escenarios en cada jurisdicción y el de los entornos inherentes a la actividad, tanto para mitigar los impactos negativos como para maximizar sus valores paisajísticos. Es ahí donde resulta imperante la vinculación y participación comunitaria, pues éstos deben ejercer el liderazgo en

la conservación y emprender procesos de control y monitoreo.

Entre las acciones recomendadas se debe considerar: La creación de ordenanzas y reglamentos turísticos, la sensibilización de las comunidades, establecer mecanismos de aplicación de la norma, el control, monitoreo y resolución de conflictos, la implementación de las normas técnicas de sostenibilidad de destinos y de playas, diseñar planes de manejo en áreas de conservación, establecer condiciones de carga y operación, crear e instalar infografía y señalización, desarrollar protocolos de comportamiento y uso, entre otros.

Todo lo anterior como resultado de procesos de participación y concertación con las comunidades residentes, pues son éstas las que deben acoger, implementar y velar por el cumplimiento de los procesos de ordenamiento turístico.

En este orden de ideas, se hace imperante **motivar a los pobladores locales a ser gestores de su propio desarrollo y velar por generar un estrecho vínculo entre su territorio y su acción**, lo cual debe resultar en la **constitución de comités locales** de ordenamiento turístico, comités de playas, normas de uso de espacios, protocolos de intervención en los territorios, definición de responsables y mecanismos de resolución de conflictos de uso y ordenamiento.

Se resalta el rol que pueden asumir los consejos comunitarios locales y las gobernaciones indígenas en este accionar; sin embargo, se recomienda que los espacios de construcción, diálogo y control de los espacios de uso de suelo turístico tengan amplia y representativa participación de cada tipo de actor relacionado a la cadena turística, por lo que se recomienda que sea una labor que lidere el ente administrativo municipal.

Es importante que en el proceso de ordenamiento se gesten espacios de diálogo entre los actores para definir entre ellos parámetros de actuación, uso, usufructo y responsabilidades que permitan mejorar la pervivencia de las distintas comunidades locales.

Cabe resaltar que el ordenamiento y aprovechamiento de los espacios infiere también la necesidad de **contar con equipamiento que aporte a la sostenibilidad de los escenarios**, por lo que, los lineamientos que se generen deben considerar, como parte integral de sus intervenciones, los elementos físicos que se requieren para el disfrute turístico, entre estos, el diseño de malecones y barreras de protección marino-costeras para hacer frente a la erosión costera, la dotación de equipamientos de señalización de áreas de disfrute turístico y sus zonas limítrofes, tanto terrestres como marinas, el equipamiento urbano y de saneamiento necesario acorde a las actividades dispuestas para cada lugar, equipos de seguridad, atención de emergencias, iluminación y accesibilidad.

El ordenamiento, la apropiación y participación comunitaria así como la dotación de equipamiento para **la sostenibilidad de escenarios turísticos también debe ser complementada con estrategias de ornato y embellecimiento urbano – rural**. Es necesario que regiones que le apuesten al turismo tengan un acondicionamiento estético mínimo que contribuya en la generación de una imagen positiva a los visitantes de los territorios. Es importante, especialmente en los poblados del litoral, emprender procesos de sensibilización, acompañamiento, asistencia y motivación para la ornamentación urbano-rural.

5.4.3 Preservación del patrimonio cultural y fortalecimiento del sector cultural

El sistema Nacional de cultura aporta un número importante de herramientas y un marco normativo para este componente que se exhorta considerar, pues brinda los lineamientos de salvaguardia y protección del patrimonio cultural en la nación.

En el caso particular del departamento de Chocó, los resultados del diagnóstico infieren la prioridad de actuar frente al patrimonio inmaterial, entendido éste como las expresiones y manifestaciones intangibles de las culturas residentes del territorio, a la vez que se trabaja en acciones puntuales para promover, especialmente en Quibdó y Tadó, la conservación del patrimonio arquitectónico con reconocimiento de bienes de interés cultural de carácter nacional (BIC)

En este contexto, en adelante nos centraremos en la riqueza cultural del Chocó, sus expresiones y manifestaciones sustentadas en los saberes, prácticas y qué hacer de sus comunidades residentes.

En general el sector cultural cuenta con programas y proyectos que son relevantes para cada zona, entre estos sobresalen las acciones adelantadas en Quibdó (tanto públicas como privadas y comunitarias) en torno a la producción musical, el fomento a la promoción y presentación de artistas locales, la organización de eventos culturales y festivos, la memoria cultural afrodescendiente y la gastronomía. Sin embargo, no se identifican procesos estructurales que permitan en la actualidad tener un puente entre las acciones del sector cultural para preservar y promover la identidad y la posible oferta turística de esta línea.

Por lo anterior, este PDT-Chocó 2016-2020 propone la generación de espacios de articulación entre la gestión cultural local y el desarrollo de una oferta turística diferenciada como una ventana que visibilizaría el resultado de los procesos que se adelanten en el territorio.

Esta oferta debe resultar de procesos estructurales del fortalecimiento de la cultura tales como escuelas de formación, recuperación de memoria, entre otros procesos de gestión en el sector, que tengan como una opción de emprendimiento el turismo, en este contexto uno de los mayores impactos negativos del turismo a las tradiciones culturales es la pérdida de autenticidad por el cambio de significado de la expresión. Es importante que en el proceso de inclusión de la cultura al turismo se tenga estas consideraciones.

Para este fin se recomienda a las direcciones, secretarías o encargados de cultura tener en cuenta en sus procesos de gestión acciones en pro de:

- Recuperar memoria local, promoviendo la creación de centros locales de memoria o procesos que aporten hacia el objetivo de apropiación y valoración de la culturas, sus raíces y expresiones, con el fin de identificar, rescatar y resignificar los conocimientos de la comunidad, fomentando programas y proyectos de inventarios de patrimonio cultural material e inmaterial, la formulación de planes de salvaguardia y

gestión del patrimonio cultural, la investigación cultural temática por áreas de interés (arqueológica, arquitectónica, artística, social, entre otras) y transversal por comunidad, entre otros.

- Establecer programas de formación cultural, con miras a salvaguardar, fortalecer y divulgar las tradiciones propias. La educación cultural es el un instrumento que permitirá brindar ofertas culturales de alta calidad, mientras ayuda en la transmisión de los saberes a las nuevas generaciones. Se recomiendan programas y proyectos de fortalecimiento o puesta en marcha escuelas de artes y oficios, así como las de formación artística, dirigidas a niños y jóvenes, como escenario de fomento y articulación de la cultura al sector productivo.
- Mejora de la infraestructura cultural. Con el propósito de cambiar las condiciones actuales se recomienda gestar proyectos y programas de adecuación y construcción de infraestructura cultural local, especialmente auditorios y escenarios para la presentación de artistas locales, así como la dotación de instrumentos.

Avanzar en las acciones propuestas, aportaría de manera significativa a la posibilidad de que se gesten, a partir de la cultura, ofertas de interés turístico, en tanto el sector jugará un rol activo en la generación de demanda y consumo cultural. Para eso, se recomienda que **toda oferta cultural surta un adecuado proceso de diseño de producto turístico**, en el cual se definan las base de sostenibilidad cultural, se estimen y mitiguen los impactos negativos y maximice el aporte a los elementos estructurales de la cultura como la formación, la apropiación y el fomento.

En este contexto, **el turismo actuaría como un canal de comercialización de las ofertas culturales de los territorios y una ventana para ser visibilizadas**. Su aporte se hace tangible especialmente en el consumo cultural a través de la participación de eventos, muestras culturales (artísticas, musicales, gastronómicas), visitas guiadas, participación en experiencias culturales (escuelas, encuentros), compra o divulgación de manifestaciones las expresiones locales, entre otras.

Por lo anterior, es importante que **la industria cultural que se desarrolle en el Departamento, vea en el turismo una oportunidad de mercado para sus productos**.

5.4.4 Turismo comunitario

Es importante que el turismo en el Departamento se fortalezca desde lo comunitario, enfocándose bajo criterios de sostenibilidad, en la medida que las prácticas productivas que se realicen en los territorios posibiliten dar un uso óptimo a los recursos ambientales; respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y asegurar actividades que reporten a todos los agentes beneficios socioeconómicos⁵⁰.

⁵⁰ MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. "Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario". Colombia, 2012

Lo que se busca para el Chocó es que se motive a las comunidades locales receptoras de la actividad a ser actores de su propio desarrollo, promover su liderazgo y despertar el espíritu emprendedor en torno al sector turístico con el fin de estructurar ofertas sostenibles y atractivas en un sector dinámico y competitivo.

La posibilidad desde las realidades de cada zona del Departamento de construir productos turísticos auténticos y diferenciados que respeten el entorno son amplias. De acuerdo con el documento de lineamientos de política para el desarrollo del Turismo Comunitario del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, "el turismo comunitario debe comprenderse como una estrategia local de aprovechamiento de ventajas comparativas en condiciones complejas desde lo social, económico, ambiental y cultural, que con unas mínimas oportunidades y capacidades pueden transformar su realidad o entorno en oportunidades competitivas para las comunidades involucradas, otorgando así soluciones prácticas". "También se constituye en una alternativa innovadora de aprovechamiento de los recursos locales de manera sostenible, que permiten generar empleo y nuevas formas de generación de ingresos económicos a comunidades con recursos económicos limitados".

En este contexto, el PDT-Chocó 2016-2020 propende por que los actores locales en escenarios individuales y/o colectivos gesten iniciativas de emprendimiento y consolidación de una base de prestadores de servicios turísticos, que puedan integrarse en la cadena de valor del sector turístico en el territorio y resulte en beneficios, de corto y mediano plazo, para el desarrollo de las comunidades.

Con el fin de cumplir ese propósito, se recomienda seguir en primera instancia los lineamientos establecidos por la política pública de turismo comunitario como factores necesarios para el fortalecimiento y la consolidación de este modelo de negocio turístico en el territorio y complementar con otros elementos que permitan:

1. Preparar a la comunidad, para emprender la actividad, su preparación, la construcción de confianza, resolución de conflictos y la búsqueda de consensos.
2. Construir la oferta, definiendo productos, modo de operación, modelos de negocio y retribución. Aportando al desarrollo de competencias de servicio, calidad y liderazgo.
3. Consolidar las herramientas de soporte para la operación del destino.

Es así como se recomienda considerar:

- **Organización de la comunidad:** La principal característica de un proyecto de turismo comunitario se encuentra en la participación decidida de toda la comunidad, que se organiza para ser gestora de su desarrollo y de la superación de sus condiciones de vulnerabilidad, a través de un trabajo colectivo en turismo.
- **Vocación de servicio:** Los actores que participan de un proyecto de turismo comunitario deben tener un conocimiento integral de las implicaciones, costes y beneficios de ser integrante de un emprendimiento de esta naturaleza, puesto que el ejercicio turístico requiere de entrega, dedicación y proyección hacia una actividad de mediano y largo plazo. Bajo el esquema de implementación del turismo comunitario se debe propender por **otorgar a los actores locales**

herramientas e instrumentos de apalancamiento para que sean participes activos de la cadena de valor del sector y entiendan de manera integral el rol que juega cada actor de la comunidad en el sector turístico.

- **Buenas prácticas de calidad y sostenibilidad:** Como requisito fundamental para la creación de ventajas competitivas en los destinos y emprendimientos de turismo comunitario, se debe propender por cumplir marcos normativos, establecer parámetros de comportamiento, estrategias y acciones que se basen en las buenas prácticas para el cuidado de los recursos naturales, salvaguardia del patrimonio cultural a la vez que se preste un buen servicio.
- **Conectividad e infraestructura soporte para el turismo:** Los altos costos asociados a la falta de vías de acceso (aeropuertos, muelles y carreteras) dificultan la comercialización de los destinos y emprendimientos de turismo comunitario, lo cual no permite alcanzar las metas propuestas, dentro del modelo de negocio como alternativa de mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades. Por ello, los gobiernos locales deben comprometerse en gestionar la adecuación de infraestructura soporte y acceso a sus destinos, a través de mecanismos como alianzas público-privadas, y planes de trabajo con articulación interinstitucional.
- **Servicios complementarios:** Todo destino turístico para ser competitivo debe contar con servicios básicos en materia de agua, luz, aseo, hospitales y seguridad. Así, el desarrollo del turismo comunitario puede contemplarse como una estrategia de gestión territorial, por parte tanto de autoridades locales como de actores comunitarios, para el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones con potencial turístico, que implica una real articulación institucional para lograr la provisión de estos servicios.

Las consideraciones propuestas que buscan contribuir al establecimiento del **modelo de implementación del turismo comunitario en el Departamento** deben, en su implementación, tener en cuenta toda la cadena de valor y los eslabones a los que se articula el sector turístico, con el fin de garantizar que el desarrollo sea gestionado desde lo local con la participación de una comunidad empoderada y comprometida con el turismo como generador de beneficios y herramienta para la conservación de los recursos y del recimiento económico.

El Plan exhorta a que se adelanten programas y proyectos que permitan, en el corto plazo, establecer unos parámetros de operación conjunta entre las comunidades, los empresarios del sector turístico y las instituciones del turismo en el departamento de Chocó, con el fin de cimentar las bases para la consolidación de un modelo de desarrollo del turismo comunitario, que sea apropiado, pertinente y comprendido por los actores del sector en el territorio, a la vez que se vuelva de interés para los viajeros a la región.

El propósito es desarrollar oportunidades de emprendimientos, empleos e ingresos para los habitantes de Departamento en equilibrio con el medio ambiente, la preservación de la identidad cultural y la generación de recursos económico que puedan ser aprovechados en las comunidades receptoras en áreas que garanticen su bienestar.

A partir de este modelo, se deben **establecer los lineamientos para la resolución de conflictos y la mitigación de los impactos de la operación del turismo en los territorios**, resaltando que las condiciones actuales proyectan al turismo como el principal eje de desarrollo económico y social de la región, mientras los actores tanto públicos como privados y comunitarios velan por construir un encadenamiento fuerte, capaz de surtir las dificultades del entorno actual y proyectar un crecimiento acelerado maximizando sus recursos y voluntad.

5.4.5 Turismo responsable

Este componente aborda lo relacionado a la corresponsabilidad de los actores partícipes en el turismo, tanto desde el enfoque de la oferta como de la demanda. Colombia, con el crecimiento del sector turístico, ha integrado a sus acciones instrumentos para la mitigación de impactos negativos del sector en las comunidades, especialmente frente al turismo sexual, explotación infantil, el tráfico ilícito de patrimonio cultural y especies de la biodiversidad, la formalidad y legalidad en la prestación de los servicios, entre otras.

Para el PDT-Chocó 2016-2020 el turismo responsable desde el actuar frente a la demanda, exhorta a profundizar las acciones de sensibilización, capacitación, formación y parametrización del comportamiento de los turistas en el destino, a través de herramientas de información, códigos de conducta, pagos, multas y otros instrumentos que motivan y controlan el proceder de los visitantes en el territorio.

Se resalta la importancia de articular las acciones con los conceptos de productos diseñados en el destino y de enmarcarlas bajo el paraguas de la estrategia de posicionamiento concebida para el Departamento. Los mecanismos abarcarían, desde el establecimiento de limitaciones, hasta la recomendación de actividades que garanticen el desarrollo sostenible.

El propósito, es que se generen lineamientos que promuevan la conservación del medio ambiente, reduciendo el impacto personal (reciclado, ahorrando agua, recogiendo la basura) y apoyando programas con actividades, dinero o recomendaciones, la selección de proveedores locales de productos y servicios, el interés por el patrimonio natural y cultural, los códigos de comportamiento que respeten las sensibilidades culturales, el manejo del ruido, las basuras y que contribuya a prevenir el turismo sexual y la explotación infantil.

Para que estas iniciativas sean viables es necesario utilizar todos los mecanismos que permitan darlas a conocer, a través de la implementación de estrategias de promoción y difusión, a la vez que se establecen acciones para velar por su monitoreo y control.

Resulta también relevante aprovechar los esfuerzos que han hecho otros países para crear conciencia entre sus habitantes sobre el turismo responsable con el fin

de priorizar actividades de comercialización en esos mercados.

Identificar acciones como las lideradas por el gobierno de los Estados Unidos "Leave No Trace"⁵¹ que le da a la gente herramientas sobre cómo comportarse en sus viajes, enfocándose en el impacto medioambiental y, las que llevan a cabo fundaciones como The Travel Foundation⁵² en el Reino Unido para apoyar programas medioambientales y sociales en los países destino con recursos que los viajeros pagan a los operadores turísticos, debe ser una tarea de los gestores públicos como un paso en la focalización que se necesita de los esfuerzos para llevar al Departamento del Chocó a turistas comprometidos con la conservación y la valoración de los recursos de las comunidades receptoras.

Respecto al turismo responsable desde la mirada de la oferta, se propone que las acciones sean transversales e involucren ampliamente a las comunidades y a los actores directa o indirectamente relacionados al sector turístico, considerando el establecimiento de normas, parámetros, sellos y estímulos que propendan por generar un ambiente de responsabilidad colectiva en el ejercicio de la actividad turística con el fin de que, por un lado, se sigan los lineamientos del gobierno nacional para mitigar los impactos negativos del turismo, mientras se desarrollan programas colaborativos de iniciativa comunitaria que propendan por el aprovechamiento sostenible.

El PDT Chocó 2016-2020 exhorta a que se establezcan programas de corresponsabilidad turística en el destino que involucren al mayor número de actores de la cadena y proveedores, dando alta importancia a la implementación de normas técnicas de turismo sostenible por parte de los prestadores de servicios, así como a la promoción de sellos de corresponsabilidad turística locales.

5.4.6 Monitoreo de la sostenibilidad

Ahora bien, para garantizar que las propuestas hechas en este componente de sostenibilidad aporten: Al desarrollo del Departamento, a la conservación de sus recursos naturales, fuente de los principales atractivos del Chocó para la oferta turística, a la preservación de la identidad cultural de sus habitantes y generen desarrollo económico en las comunidades receptoras, se recomienda la implementación de una herramienta trabajada por el PNUM y la OMT para hacer seguimiento con el fin de poder tomar los correctivos necesarios en el momento oportuno, a la vez que se cuenta con la información para aprovechar los beneficios que se estén generando.

En cada uno de los municipios priorizados se recomienda que los gestores públicos evalúen los principales temas que, según la coyuntura, puedan adaptarse mejor a los objetivos.

⁵¹ Ver: <https://lnt.org/about>

⁵² <http://www.thetravelfoundation.org.uk>

A continuación se presenta el instrumento desarrollado en términos de indicadores de gestión⁵³:

Planteamiento para la sostenibilidad	Indicador sugerido
Satisfacción local con el turismo	Nivel de satisfacción local con el turismo (cuestionario)
Efectos del turismo en las comunidades	Relación entre turistas y personas locales (valor medio y máximo por día)
	% de personas que creen que el turismo ha colaborado a traer nuevos servicios o infraestructuras (basado en cuestionarios)
	Número y capacidad de los servicios sociales disponibles a la comunidad (% atribuible al turismo).
Mantenimiento de la satisfacción del turista	Nivel de satisfacción de los visitantes (basado en cuestionario)
	Percepción sobre los precios (basado en cuestionario)
	Porcentaje de visitantes que vuelven
Estacionalidad del turismo	Llegadas de turistas por mes o trimestre (distribución durante el año)
	Tasa de ocupación para alojamientos oficiales por mes (temporada alta en relación con la temporada baja) y % de toda la ocupación del trimestre o mes de mayor ocupación
	% de establecimientos abiertos todo el año
	Número y % de empleos en la industria del turismo permanentes o de todo el año (comparado con los empleos temporales)
Beneficios económicos del turismo	Cantidad de población local (y % de hombres y de mujeres) empleada en el turismo (tasa de desempleo en el turismo en relación con el desempleo total)
	Ingresos generados por el turismo en % de los ingresos totales generados en la comunidad
Gestión de la energía	Consumo per capita de energía de todos los orígenes (global, y por sector turístico, por persona y día)
	Porcentaje de empresas que participan en programas de conservación de energía o que aplican políticas y técnicas de ahorro energético
	% de consumo de energía proveniente de fuentes renovables (en destinos, establecimientos)
Disponibilidad y consumo de agua	Consumo de agua: (volumen total consumido y litros por turista y día)
	Ahorro de agua (% ahorrado, recuperado o reciclado)
Calidad del agua potable	Porcentaje de establecimientos turísticos con agua tratada siguiendo normas internacionales de agua potable
	Frecuencia de enfermedades debidas al agua: cantidad/ porcentaje de visitantes que informan de enfermedades debidas al agua durante su estancia
Tratamiento de aguas residuales (gestión de aguas residuales)	Porcentaje de aguas residuales que reciben tratamiento (niveles primario, secundario y terciario)
	Porcentaje de establecimientos turísticos (o de alojamientos) pertenecientes al sistema o sistemas de tratamiento (si existe)
Gestión de residuos sólidos (basura)	Volumen de residuos producido por el destino (toneladas) (por mes)
	Volumen de residuos reciclados (m3) / Volumen total de residuos (m3) (especifique diferentes tipos)

⁵³ PNUM/OMT. Programa para un turismo sostenible. 2006

	Cantidad de residuos recogidos en zonas públicas (incluida la basura)
Control de desarrollo	Existencia de procesos de planificación del uso del suelo o de desarrollo, incluido el turismo
	% de área sometida a control (densidad, diseño, etc.)
Control de la intensidad de uso	Número total de llegadas de turistas (valor medio, mensual, temporada alta)
	Número de turistas por metro cuadrado en el lugar (por ejemplo, en playas, atracciones), por kilómetro cuadrado en el destino, número medio / media de la temporada alta.

5.5 Estrategia de calidad

Estrategia de calidad

Diagnóstico	Objetivos relacionados a la estrategia
<p>Factores de oportunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Existencia de una planta turística desarrollada de diversas categorías. ➤ Se ofertan programas de formación turística. ➤ Ambiente hospitalario y de amabilidad de sus gentes <p>Factores de mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Poco interés en la educación técnica y profesional en la zona rural ➤ Competencia desleal entre los prestadores de servicios turísticos ➤ Baja implementación y control de las regulaciones de transporte marítimo y fluvial. ➤ Ausencia de señalización vial reglamentaria ➤ Bajos niveles de preparación para atención médica y de emergencias. ➤ Baja divulgación de actuaciones preventivas frente a enfermedades tropicales. ➤ Baja preparación frente a contingencias naturales en el territorio. ➤ Inexistencia de cifras estadísticas formales ➤ No se cuenta con oferta de guías en el destino con RNT ➤ Baja competencia en bilingüismo ➤ Bajo grado de formalidad empresarial en el sector turístico ➤ Baja preparación frente a contingencias naturales en el territorio. ➤ El recurso humano no cuenta con la formación idónea para el desarrollo de productos turísticos especializados. ➤ Falta de recurso humano capacitado y profesional vinculado al ejercicio del sector turístico ➤ Limitada accesibilidad a servicio de internet y conectividad móvil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar estándares de calidad turística en prestadores de servicios turísticos. • Promover la formalidad empresarial y visibilizar a los prestadores de servicios turísticos en todos los niveles. • Fortalecimiento de los programas de formación media, técnica relacionada al sector.

La calidad es uno de los factores integrales sobre los que el desarrollo turístico debe hacer énfasis, sobre todo si se considera el perfil de experiencias turísticas que se quiere posicionar en el Chocó.

Durante la fase de diagnóstico se evaluaron aspectos relacionados con la infraestructura física, procesos operativos, administrativos y comerciales de la oferta turística del Departamento, encontrando significativos espacios de mejora. La región se caracteriza por una prestación de servicios básica, el personal empleado en su mayoría realiza el trabajo de forma empírica, no es bilingüe, el desarrollo y control de procesos administrativos es casi nulo y las estrategias de comercialización y promoción son precarias.

No obstante, debe resaltarse que, en el trabajo de campo, también se identificaron algunos prestadores que se pueden catalogar como íconos sub-regionales por sus altos estándares, reconocidos tanto a nivel local como nacional y en casos puntuales hasta internacional como el caso del Hotel el Cantil en Nuquí o el Almejal en Bahía Solano.

Dicho lo anterior, el PDT Chocó 2016-2020 plantea abordar el mejoramiento de las condiciones de calidad desde un trabajo en tres componentes, a saber:

5.5.1 Clasificar, visibilizar y facilitar la formalización de prestadores de servicios turísticos:

Las condiciones comerciales actuales del destino no facilitan a los visitantes los elementos idóneos para apoyar la decisión de compra, no existen mecanismos que permitan distinguir un alojamiento rural de una posada turística, un alojamiento tipo lodge, de un hotel de playa o un hostel; tampoco hay información sobre las capacidades de transporte y tipos de motores, la especialidad de un guía o un baquiano, ni forma de conocer la formalidad o informalidad de prestadores de servicios en su actividad.

En el marco del PDT Chocó 2016-2020 se recomienda abordar un trabajo específico que permita identificar, clasificar, visibilizar, acompañar y facilitar el proceso de formalización de los prestadores de servicios turísticos en el destino.

Esto requiere que se desarrollen programas y proyectos para:

- La definición de perfiles de prestadores activos, resaltando los valores de diferenciación de los mismos, como la autenticidad o la sofisticación de los servicios que prestan, la cercanía a la cultura local y su garantía de calidad.
- La clasificación de los prestadores, estableciendo las condiciones de operación, resaltando las características de cada tipología.
- Sensibilizar y desarrollar una campaña que visibilice a los prestadores de servicios ante el mercado turístico, a través de señalización, directorios, catálogos, información web u otras herramientas que se consideren pertinentes, buscando que se otorgue, con toda la transparencia del caso, la información al turista para que éste cuente con los elementos necesarios para tomar su decisión de compra; así mismo, el destino contaría con un claro perfilamiento de tipologías de prestación de servicios y tamaño de la oferta.

Así las cosas, se sugiere trabajar con los prestadores de servicios en toda la cadena de valor, informadores, guías, transportadores, restaurantes, servicios de alojamiento, traductores, comercios de artesanías u otros, cuya labor sea dar algún tipo de facilidad al visitante en su experiencia en el destino, aunque en la actualidad se encuentran formalizados o no.

Esta acción busca que las comunidades se apropien del tipo de servicio que ofertan y exalten sus bondades; aquellos que tienen un alojamiento rural o una posada, o un baquiano que acompaña recorridos, valoren y se sienta orgulloso de su labor tanto como lo hacen quienes cuenta con un lodge o hacen guía especializada.

Identificar, clasificar y visibilizar a los prestadores tiene el objetivo de constituirse como una herramienta que motive a los actores a avanzar en los procesos de formalización y cumplimiento de criterios para acceder a las oportunidades de desarrollo del destino, siendo el cimiento para avanzar en otros procesos de implementación de estándares de calidad, sellos y otras estrategias que aporten a la mejora de las condiciones del servicio en el territorio.

Se resalta que es importante contar con el soporte pertinente en formación, acompañamiento y asesoría para que los prestadores cumplan los parámetros básicos de operación turística y se apoye en la búsqueda de mecanismos de formalización que sean accesibles, fáciles y acordes a cada tipología de servicios.

5.5.2 Adopción e implementación de sellos de calidad y de especialización de la oferta:

Los sellos de calidad turística, han sido instrumentos que sumados a las herramientas de retroalimentación hoy existentes en la web o portales de reservas, buscan contribuir con argumentos a la elección de los viajeros.

El Gobierno Nacional desde el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, mediante la Resolución 650 de 2008, ha procurado reglamentar el uso de la marca de Certificación de Calidad Turística, con el objetivo de fomentar el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos en el país. Creó además, las Unidades Sectoriales de Normalización en todos los subsectores turísticos, con el fin de contribuir a la conceptualización de la normatividad especial que requiere cada eslabón involucrado en la cadena de prestación del servicio para velar por la estandarización de los procesos de calidad en materia turística, y aportar a la creación de una cultura de excelencia de servicios en el país.

Sin embargo, es necesario destacar que en el departamento del Chocó no se han identificado resultados sustanciales en el proceso de implementación de estos instrumentos, puesto que las condiciones de certificación nacionales son estrictas en el criterio de cumplimiento o no cumplimiento.

Dado que los avances parciales no tienen mecanismos para ser visibilizados y las condiciones empresariales de los territorios no tienen la facilidad para hacer implementaciones integrales en el marco de la normativa existe o requieren tiempos más prolongados que los establecidos, podría ser importante proponer en el marco de este PDT-Chocó 2016-2020 que se avance en una estrategia de creación de sellos regionales que promuevan de forma escalonada el logro de los estándares establecidos en la normativa nacional, a la vez que propendan por resaltar los elementos de diferenciación del destino y motiven a la especialización de la oferta para productos de nicho en el territorio.

En este sentido, se recomienda desarrollar tres categorías:

- La primera, centrada en la calidad turística, en donde se establezcan parámetros de cumplimiento escalonado de los criterios del servicio, desde el nivel básico hasta el nivel más alto relacionado a la especialidad, esta categoría estaría directamente relacionada a los principales temas que abarcan los programas de certificación: Calidad de la infraestructura e instalaciones, calidad del servicio (Experiencia), proceso de gestión de los prestadores de servicios y cumplimiento de las normas de salubridad y seguridad.
- La segunda categoría, estaría relacionada a los sellos que vinculan el prestador de servicio a las estrategias de posicionamiento y sostenibilidad del destino, la propuesta es crear distintivos según el aporte que se haga a los objetivos del turismo sostenible en los pilares del desarrollo económico, la preservación de la identidad socio cultural y la

conservación del medio ambiente.

- La tercera, respondería al nivel de especialización de la oferta en el marco de productos del destino y estaría directamente articulada con la constitución de clubs de producto. El prestador podrá acceder a distintivos que lo referencien como parte del “club de producto” aplicado de manera independiente para cada oferta (buceo, pesca, avistamiento de aves, cultural, ecoturismo, surf, entre otros).

Para este propósito se recomienda avanzar en programas de diseño de sellos, establecimiento de criterios, conformación del comité de acreditación y veeduría, mecanismos de control, estrategias de soporte y divulgación.

Es importante resaltar que esta estrategia de certificación sería de carácter voluntario y se propone como paso previo al cumplimiento de la normatividad tanto de calidad como de sostenibilidad que establece el gobierno; todo lo anterior por considerar que los tiempos y niveles de preparación del territorio necesitan un proceso en fases que contribuya de manera escalonada al desarrollo del destino.

Es necesario también que se generen los mecanismos adecuados para asegurar que en el Departamento los requisitos para los programas de certificación estén vinculados al fortalecimiento de las capacidades técnicas de los prestadores de servicios turísticos y de la comunidad en general.

5.5.3 Formación para el turismo:

Este componente de la estrategia de calidad en el PDT Chocó 2016-2020 profundiza sobre el trabajo a realizar con el recurso humano, uno de los principales ejes sobre los que se ejerce la actividad turística y que en el Chocó presenta grandes problemáticas.

Entre las más significativas se encuentra la poca motivación de las comunidades por ser parte de la base laboral en el sector turístico, a la que se suma la difícil permanencia de quienes se interesan en ella y la susceptibilidad a abandonar su labor por otras actividades que generen réditos financieros a menor plazo o, en ocasiones, mayor estabilidad.

Resulta primordial partir de una diferenciación clara que se da en los territorios respecto del grado de conocimiento sobre el sector turístico que poseen los prestadores de servicios nativos y los foráneos.

Los primeros, que pertenecen a comunidades indígenas o negras, generalmente –excluyendo casos aislados– cuentan con un bajo nivel educativo y por tanto, sus conocimientos resultan limitados frente a temas como administración, servicio al cliente, manejo de experiencias turísticas, entre otros. En contraste, aquellos prestadores con 5, 10, 20 años o más en los territorios, provenientes de ciudades como Bogotá, Medellín o Cali, han tenido facilidad para formarse en dichas regiones, evidenciando un mayor conocimiento y capacidades que les otorga mayores posibilidades para el desarrollo de sus negocios o iniciativas.

Por lo anterior, cualquier programa que se desarrolle en la región en este tema,

debe apuntar a: la generación de capacidades técnicas locales, desarrollo de herramientas que fomenten el emprendimiento en las comunidades, el desarrollo de modelos de interacción y el fortalecimiento de las habilidades que tienen los foráneos.

En este contexto, un elemento importante a trabajar en los programas de formación, es la sensibilización sobre la importancia del sector turístico como opción de vida para las comunidades locales, en tanto cada proceso de formación, programa o actividad al que se vinculen debe concebirse como un proceso de construcción y transferencia de herramientas de vida.

Bajo este panorama los programas deben abordarse en dos líneas de implementación: La formación teórica – académica y el aprender haciendo.

Para la primera línea es importante la formalización de los **programas** con las instituciones educativas y promover ciclos de capacitación integrales, con el fin de estimular el sector y contrarrestar las problemáticas del destino.

A continuación se presentan una serie de recomendaciones de temas a tener en cuenta, que parten del trabajo realizado en campo y que están directamente relacionadas con la realidad social y con las necesidades de formación para el sector turístico:

a) Capacitaciones en torno al concepto de turismo comunitario

Es necesario formar además de los miembros de la comunidad en entornos turísticos, a las autoridades municipales y a los prestadores de servicios en este tema, de tal forma que se avance en la construcción conjunta de un modelo turístico organizado, renovador y sostenible que permita:

- Fortalecer el desarrollo turístico a partir del modelo de turismo comunitario
- Generar ingresos para las comunidades
- Coordinar acciones entre las entidades nacionales y territoriales para proporcionar herramientas de asistencia a los emprendimientos de turismo comunitario.
- Estructurar planes de trabajo para el desarrollo de proyectos turísticos e iniciativas propias de las comunidades
- Generar alianzas entre las comunidades, los gobiernos locales y las organizaciones no gubernamentales, para el desarrollo de las iniciativas que existen en la actualidad
- Impulsar la creación de una red de turismo comunitario

b) Conformación de organizaciones

Aunque en los territorios se observa que ha existido un proceso de organización de tipo comunitario, no se encuentra solidez en los mismos, menos en los que conciernen al sector turístico, Así, resulta clave la formación en los siguientes aspectos:

- Construcción de confianza
- Economía solidaria y participativa
- Formalización empresarial de las distintas organizaciones, asociaciones y grupos ya conformados
- Asesoramiento para articulación de organizaciones ya existentes que compartan o coincidan en su misión y visión.

c) Investigación de mercados y diseño de productos turísticos.

Se propone generar procesos de formación en los siguientes temas:

- Identificación de prácticas culturales tradicionales de las comunidades (gastronomía, ferias y fiestas, bailes, medicina tradicional, etc.) y riquezas naturales, como método de apropiación para que los habitantes del territorio valoren sus recursos en tanto puedan considerar a partir de estos potenciar fuentes de ingresos económicos.
- Formación de formadores: resulta clave brindar capacitaciones a líderes en torno a la valoración y el reconocimiento de la cultura, el folclor, la gastronomía y la biodiversidad de los territorios, a fin de generar pertenencia por parte de las comunidades respecto de las potencialidades con vocación turística en sus territorios.
- Desarrollar procesos de intercambio de experiencias con comunidades de similares características que hayan tenido experiencias exitosas en sus territorios.
- Asesoría técnica a las administraciones municipales para la creación de mapas culturales de los territorios que permitan identificar las potencialidades culturales de sus comunidades como productos turísticos.

d) Prestación de servicios

- Formación enfocada al fortalecimiento de las actividades que ofrecen: transporte, guianza turística, hotelería, servicio al cliente gastronomía
- Servicio al cliente

e) Patrimonio cultural y ambiental

- Capacitar en conservación del medio ambiente y uso sostenible de los recursos para la prestación de servicios turísticos
- Generar programas de intercambio de experiencias que permitan a prestadores de servicios locales, en lo posible nativos, conocer prácticas similares y de éxito en sus ciudades o países.

f) Desarrollo empresarial

- Es recomendable dar pautas para la incursión, gestión y gerencia de organizaciones empresariales en el sector turístico en todas las etapas del desarrollo de la empresa, desde la ideación, emprendimiento, crecimiento, madurez.

- Aplicación de normas técnicas sectoriales
- Competitividad empresarial y diferenciación

g) Comercialización y mercadeo

- Canales de distribución
- Uso y aprovechamiento de las redes sociales como medio de promoción, pago y gestión de destino.

g) Investigación aplicada y generación de contenidos

- Avanzar hacia la generación de competencias en pro de que las comunidades apropien las investigaciones ambientales existentes y las conviertan en contenidos interpretativos para el disfrute turísticos.

H) Otras habilidades

Inglés para el turismo
Manipulación de alimentos
Resolución de conflictos

Con respecto a la **segunda línea, de aprender haciendo**, se resaltan algunos casos de éxito que a pesar de su singularidad pueden ser altamente representativos para motivar su réplica y fortalecimiento. Es el caso del alojamiento “La Joviseña” en Nuquí o los guías del río Tundó en Bahía Solano, como ejemplo, quienes en sus primeras etapas de incursión al sector turístico, fueron empleados por prestadores de servicios turísticos consolidados en las regiones; actualmente son parte de la cadena de valor del sector turístico con un trabajo independiente generando ofertas diferenciadas que agregan valor al destino.

Siguiendo la referencia del modelo de operación de las escuelas de arte y oficios promovidas por AECID (Agencias Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo) y lideradas en la actualidad por el Ministerio de Cultura en Colombia, que a través de becas de formación experiencial (pagadas por cooperación internacional o gobiernos regionales) a grupos de población vulnerables, permite vincularlos a una vida económica activa; este caso de éxito, puede adaptarse al sector turístico a través de los prestadores de servicios consolidados icónicos en el territorio Chocano.

El PDT Chocó 2016-2020 exhorta a emprender esta iniciativa como un modelo de apadrinamiento y trabajo articulado entre empresarios, comunidad y academia. Los prestadores de servicios turísticos icónicos del territorio (empresarios) son el escenarios de aprendizaje y se apoyan técnicamente de instituciones de formación especializada en el sector turístico (academia), que durante un período específico forman grupos de población (comunidad) en la prestación del servicio y operación turística, bajo un programa integral que considere los temas recomendados en el acápite anterior como otros pertinentes al ejercicio

de la actividad turística.

Las escuelas de artes y oficios, construyen un programa de formación entre 1 y 3 años de tipo técnico o tecnólogo aplicado, que al culminar facilita vincular a los capacitados a la vida económica, a la vez que aporta a la salvaguardia, protección y divulgación de técnicas y prácticas propias de las culturas.

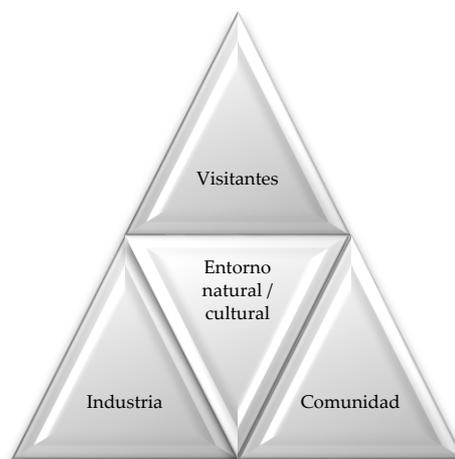
Su aplicación al turismo en el Chocó requiere algunas adaptaciones bajo el mismo esquema de formación aplicada, se resalta el grado de formación de los propietarios de algunos prestadores localizados en la zona (especialmente litoral) interesados en transferir sus saberes y experticie a las comunidades, en este sentido, el escenario de formación sería el prestador de servicio y la experiencia que se vaya adquiriendo laboralmente (enmarcada en un programa de formación integral construido previamente) le permitirá ir ganando competencias que al cabo de un periodo de tiempo (1-3 años) reciba una titulación que acredite su proceso. Esta acción permitirá primero acercar los prestadores a la comunidad, segundo, transferir conocimiento y experiencia a los actores locales y tercero, motivar la vinculación laboral de mediano plazo en el turismo.

También de manera transversal es importante incluir en este componente la necesidad de formar a las autoridades, líderes locales y comunitarios y representantes de las comunidades, en desarrollo turístico, formulación de proyectos, herramientas de cooperación, entre otros, en tanto sean estos actores quienes apropien los lineamientos y sean gestores de su propio desarrollo.

5.6 Estrategia de Gobernanza y gestión

Estrategia de gobernanza y gestión	
Diagnóstico	Estrategias
<p>Factores de oportunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prioridad de atención al territorio en Planes Nacionales ➤ Existencia de mecanismos de participación comunitaria establecidos (Territorios colectivos y resguardos indígenas) ➤ Los consejos comunitarios tienen motivación por participar activamente en los procesos de desarrollo turístico. ➤ Ausencia de soporte institucional y de organización comunitaria específica para el sector turístico. ➤ Avance en la puesta en marcha de mesas municipales de promoción y desarrollo turístico. <p>Factores de mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ No se considera el desarrollo turístico como prioritario para los planes de gobierno municipales y de ordenamiento territorial. ➤ La relación público-privada a nivel regional y municipal no es articulada y fluida. ➤ No tiene un presupuesto asignado específicamente para turismo a nivel regional y municipal en las instituciones públicas. ➤ El liderazgo comunitario y administrativo no tiene conocimiento técnico frente al sector turístico. ➤ Falta de espacios de diálogo y concertación entre las comunidades y los actores participantes del sector turístico. ➤ Falta claridad en el rol y alcances de los consejos comunitarios para el ejercicio de la actividad turística. ➤ Desconocimiento, interpretación e implementación subjetiva de la normatividad étnica frente a la propiedad colectiva y el rol de las comunidades en los territorios. ➤ Baja presencia institucional en los territorios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contribuir a la priorización del sector turismo en el ámbito departamental y municipal. 2. Fortalecer el rol y mejorar la capacidad institucional de las autoridades departamentales, municipales y comunitarias participantes en el sector turístico. 3. Establecer espacios de diálogo permanente entre el sector público, privado y las comunidades locales

Para la gestión de destinos, la estrategia del Plan de Desarrollo se fundamenta en el modelo VICE desarrollado en el 2003 por el "English Tourist Board and Tourism Management Institute", en el que se relacionan los visitantes que llegan al Departamento, los empresarios del sector turístico que prestan servicios, la comunidad que los recibe y el entorno natural y cultural en el que se genera la interacción.



Teniendo en cuenta los resultados en la etapa de diagnóstico y la evaluación de las funciones y la eficiencia del sector público y privado hecha por la consultoría,

se observa una clara necesidad de coordinación entre actores para la mejora de la competitividad, de manera tal que el desarrollo de la oferta, la captación de la demanda y la gestión de destino se haga en interacción con las comunidades y sus esquemas de operación.

La estrategia para el desarrollo turístico que plantea el PDT del Chocó contempla:

5.6.1 La generación espacios de encuentro y diálogo permanente

No se trata solamente de involucrar a la comunidad en procesos de consulta, tan difundidos en el Departamento, si no de generar las herramientas para que se apropien y comprometan con el desarrollo turístico del Chocó; así mismo, es importante considerar el diálogo a alto nivel con poder de decisión para la integración de los actores en la definición de políticas de desarrollo de forma coordinada (sector público y privados y comunitarios).

Se debe seguir los lineamientos y principios planteados en la estrategia de sostenibilidad con base en lo recomendado por la OMT y el PNUD.

Para poder asegurar que los objetivos de sostenibilidad se cumplan, la estrategia pasa por la creación o fortalecimiento de las mesas de turismo locales con el propósito de que la comunidad se involucre en el diseño e implementación de las políticas públicas del sector, en su planificación, implementación seguimiento y evaluación; a la vez que se institucionalizan las de carácter regional para la toma de decisiones y articulación de lineamientos.

No obstante, hay que tener en cuenta lo arrojado en el análisis hecho para esta consultoría sobre el rol de los actores que se puede ver en el aparte , para entender las dinámicas de interrelación sobre las cuales se mueven, así como sus debilidades y fortalezas, con el fin de aprovechar las oportunidades que se presentan para el desarrollo y contrarrestar las amenazas.

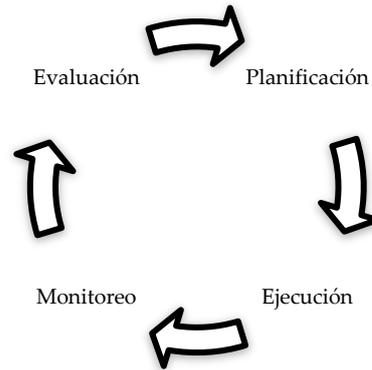
La constitución de las mesas locales de diálogo turístico, la formalización de las mesas de carácter regional y departamental, son un espacio necesario y apremiante en las regiones de desarrollo turístico del Chocó, en tanto para su establecimiento se debe dar una asistencia y acompañamiento que permita definir los mecanismos de participación, las temporalidades de reunión, construir el reglamento interno que incluya los mecanismos para la toma de decisiones y la resolución de conflictos. Se sugiere los medios de información y comunicación más apropiados a cada territorio.

Este soporte a la constitución de espacios de diálogo debe aportar de manera transversal también al fortalecimiento adela capacidad de la comunidad para participar de manera eficaz en la toma de decisiones, avanzando en procesos de sensibilización sobre el impacto del turismo, formación para ampliar los conocimientos sobre el sector entre los actores de las comunidades receptoras y el establecimiento de mecanismos que permitan el flujo de información sobre proyectos de carácter nacional y regional que se realicen en todo el Departamento, resultando en la construcción de confianza y cohesión de los actores locales. En este entendido, las mesas, comités u otras instancias de participación propuestas, serían la plataforma de un proceso de generación de capacidades locales de gestión para el desarrollo turístico.

Es claro que para el desarrollo del sector en el Chocó deben considerarse las

particularidades de las comunidades étnicas del territorio afro e indígena, respetando sus creencias y tradiciones, reconociendo sus autoridades y garantizando los derechos conferidos por ley, que les permite tomar decisiones sobre las áreas de disfrute turístico.

En todo caso, los esquemas de participación que se consoliden deben estar en la capacidad de trabajar de la mano en cada una de las etapas de desarrollo de destinos:



Respondiéndose a las cuatro preguntas que sugiere el modelo VICE , a saber:

- ¿Cómo las decisiones van a afectar a los visitantes?
- ¿Cuáles son las implicaciones para el sector privado?,
- ¿Cómo se va a ver impactada la comunidad? Y
- ¿Cuál será el impacto ambiental y/sociocultural del destino?⁵⁴.

Son relevantes estos cuestionamientos, porque sino pueden responderse todas de manera positiva, las acciones que se estén proponiendo para el destino no serán sostenibles y no podrá cumplirse con los objetivos del desarrollo que se requiere en el Departamento.

5.6.2 Fortalecimiento de la institucionalidad para el desarrollo turístico

Otro de los elementos a resaltar entre los resultados del diagnóstico para la formulación del plan, fue la ausencia de una **estructura institucional** consolidada en los entes territoriales frente al turismo, resultando en la no existencia de planes de desarrollo locales vigentes, ausencia de planes de acción operativos y precaria disponibilidad presupuestal para adelantar acciones en pro del desarrollo turístico.

Este contexto el PDT-Chocó 2016-2020 invita a las autoridades locales a que asuman el turismo como un eje de desarrollo estratégico para las comunidades

⁵⁴ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO "A Practical guide to tourism destination management. Madrid 2007

del Chocó, por lo que debe considerarse como una prioridad dentro del Plan de Desarrollo Departamental, desde donde debe propender por el fortalecimiento institucional a través de la puesta en marcha de direcciones, secretarías o sub-secretarías de turismo locales, promover por la creación de planes de desarrollo municipales y de acción locales que soporten la asignación y gestión de recursos.

La definición de **procesos que permitan monitoreo y seguimiento** al sector, también resulta un componente relevante para la toma de decisiones y la consolidación institucional en pro del turismo; en este marco se vuelve fundamental:

- Establecer mecanismos de medición del flujo de visitantes a los territorios, conocer sus expectativas y retroalimentación y recoger de manera permanente las consideraciones de las comunidades receptoras, así se podrán, en la dinámica operativa del turismo, hacer ajustes frente a las estrategias de promoción, la gestión de proyectos que aporten a la sostenibilidad o la seguridad de la actividad, la mejora del recurso humano, entre otros.
- Monitorear la gestión e intervención frente al sector turístico que se adelantan desde distintas entidades e instituciones presentes en el territorio, con el fin de alinear las acciones y hacer más efectivos los resultados, evitando la duplicidad de actuaciones o limitando acciones que no sean congruentes con las políticas de desarrollo turística locales.
- Establecer mecanismos de retroalimentación de los avances y la gestión en el sector.

Un tercer elemento que aporta a la consolidación institucional, refiere al **fortalecimiento de las organizaciones comunitarias**, públicas y/o privadas de carácter local o regional que puedan aportar a los procesos de ejecución in-situ de iniciativas de desarrollo turístico; es decir, promover y fortalecer las capacidades locales para que sean los actores de estos territorios los responsables de su propio desarrollo. Para esto es importante, desde la autoridad departamental y municipal, trabajar para revitalizar iniciativas asociativas existentes así como apoyar estrategias que permitan su fortalecimiento y promover de forma activa la participación de las universidades locales y los grupos organizados con capacidades técnicas y operativas que puedan aportar al desarrollo del sector.

5.6.3 Generación de capacidades para la captación de fondos de inversión públicos y de cooperación internacional para el desarrollo turístico, así como inversión privada dirigida al fomento del emprendimiento comunitario.

Teniendo en cuenta la apuesta del destino y la estrategia que promueve el Plan de desarrollo de turismo sobre la base de un modelo de gestión comunitaria, fomentando la participación de la comunidad local en toda la cadena de valor del sector, se establece la necesidad de: Preparar a los actores, generando las habilidades requeridas para captar fondos que apalanquen sus iniciativas y, promover un ambiente de certidumbre que sea atractivo para la inversión.

Definidas las estrategias para el desarrollo turístico del Departamento a saber:

- Productos y destinos
- Mercados, marketing y promoción
- Sostenibilidad
- Calidad
- Gobernanza y gestión

Se establecen proyectos para cumplir con los objetivos y se presentan en formato de fichas.

6.1 Programa de productos y destinos

El objetivo de este programa es:

Estructurar una **oferta turística diferenciada** y de calidad

La estrategia que soporta este programa se resume a continuación:

Estrategia de oferta productos y destino

Diagnóstico	Objetivos relacionados a la estrategia
<p>Factores de oportunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ubicación estratégica: Chocó Biogeográfico - ➤ Biodiversidad de flora y fauna y Parques Nacionales Naturales reconocidos ➤ El entorno geográfico y social facilitan la existencia de una oferta diversa en turismo de naturaleza, cultura y sol y playa ➤ Posicionamiento del producto de avistamiento de ballenas en el mercado turístico nacional. <p>Factores de mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Las ofertas turísticas no están pensadas como experiencias. ➤ Falta de productos turísticos consolidados y limitantes de temporalidad de la oferta principal actual del destino ➤ Desarticulación de prestadores de servicios en las zonas de aprovechamiento turístico. ➤ Operación hotelera concentrada en los cascos urbanos y en corporativo trabajador (Quibdó) ➤ Operación hotelera dispersa en playas y zonas rurales de limitada conectividad (Litoral) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidar productos clave, fortalecer complementarios y desarrollar productos de nicho. 2. Zonificación turística del territorio y diferenciación conceptual de las sub-regiones a través de productos clave, complementarios y de nicho. 3. Fortalecer el desarrollo de experiencias únicas relacionadas con el turismo de naturaleza en armonía con las comunidades étnicas para todo el año



Portafolio de productos del Departamento:

Productos Clave		
Línea	Producto	Rol en el destino
Ecoturismo	Avistamiento de aves	Clave
	Interpretación de flora y fauna	Clave
	Avistamiento de ballenas	Clave
Sol y Playa	Sol y Playa	Clave
Productos de Nicho		
Turismo de Aventura	Buceo	Nicho
	Deportes náuticos* (SURF)	Nicho
	Pesca deportiva (Altura)	Nicho
Turismo Científico	Investigativo y académico	Nicho
Turismo de Cruceros	Cruceros temáticos	Nicho
Productos Complementarios		
Patrimonio Cultural Inmaterial	Etno-turismo (Indígena/Afro descendiente)	Complementario
	Gastronomía tradicional	Complementario
	Fiestas y ferias:	Complementario
	Turismo religioso	Complementario
Turismo Rural	Agroturismo y pesca tradicional	Complementario
Salud y Bienestar	Bienestar/Termalismo	Complementario

Para cada uno de los productos identificados se señala, a continuación, el objetivo:

Producto		Estrategia en el mercado			
		Producto Nuevo		Producto existente	
		Diversificación	Desarrollo de producto	Desarrollo de mercado	Penetración
Avistamiento de aves	Clave				
Interpretación de flora y fauna	Clave				
Avistamiento de ballenas	Clave				
Sol y playa	Clave				
Etnoturismo (indígena/Afro descendiente)	Complementario				
Gastronomía tradicional	Complementario				
Bienestar	Complementario				
Fiestas y ferias:	Complementario				
Turismo religioso	Complementario				
Agroturismo	Complementario				
Turismo investigativo científico	Nicho				
Aventura en el agua (buceo)	Nicho				
Aventura en el agua (surf):	Nicho				
Pesca deportiva (altura)	Nicho				
Cruceros	Nicho				

Fuente: elaboración propia

de estrategia de intervención frente a los productos:

Productos Clave	Productos Complementarios	Productos de Nicho
Avistamiento de aves	Etno-turismo (indígena/Afro descendiente)	Aventura en el agua (Buceo)
Interpretación de flora y fauna	Gastronomía tradicional	Turismo investigativo científico
Avistamiento de ballenas	Bienestar	Aventura en el agua (Surf)
Sol y playa	Fiestas y ferias:	Pesca deportiva (Altura)
	Turismo religioso	Cruceros y navegaciones
	Agroturismo y pesca tradicional	

Optimización Agresiva
Reposicionamiento
Innovación

Priorización de áreas de intervención para el desarrollo de oferta turística en Chocó:

ZONAS	ÁREAS	Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo
ZONA 1 CARIBE	A 1: Acandí			
	A 2: Katíos Unguía			
ZONA 2 PACÍFICO	A 3: Nuquí – Cabo Corrientes			
	A 4: Bahía Solano – Cúpica			
	A 9: Humboldt – Juradó			
ZONA 3 CENTRO	A 5: Medio Atrato			
	A 6: Quibdó – Itzmina - Andagoya			
	A 7: Cordillera (PNN Tatamá)			
ZONA 4: PACÍFICO SUR	A 8: Bajo San Juan			
	A 10: Cuenca Baudó			


Proyectos

Accesibilidad y conectividad para el disfrute turístico en Chocó
Diseño de experiencias turísticas y articulación de actores de productos
Generación de contenidos, herramientas y capacidades de interpretación para los productos turísticos

Accesibilidad y conectividad para el disfrute turístico en Chocó		
Objetivo del Proyecto	Plazo de realización	
<u>Mejorar las condiciones de acceso y conectividad de los escenarios de disfrute turístico y los centros de distribución del territorio Chocoano.</u>	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Mejora de la conectividad interregional en el Departamento.	Años 1 y 2	\$ 650.000.000
Acciones relacionados		
<p>Se hace imperante adelantar acciones de planificación que den al Departamento un panorama de actuación de corto y mediano plazo para el mejoramiento de las condiciones de conectividad:</p> <p>Entre las acciones a desarrollar están:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de mejora de conectividad aérea del departamento Contratar y trabajar conjuntamente con la aeronáutica civil para la elaboración del plan de conectividad aérea del departamento, que proyecte las necesidades de mejora del sistema de aeropuertos, la viabilidad de establecimiento o ampliación de rutas, tanto interregionales como intra-departamentales y determine la idoneidad de equipos y capacidades existentes y proyecte las necesidades de infraestructura, equipamiento y crecimiento, teniendo en cuenta las particularidades de líneas de productos importantes para el destino, principalmente las relacionadas con aventura que tienen requerimientos específicos de infraestructura para el traslado de equipo, como en el caso del surf. • Acompañamiento y gestión para la implementación de los lineamientos del Plan Náutico en el Chocó, Siguiendo los lineamientos establecidos en el Plan Náutico Nacional, se requiere contar con un proceso de gestión, seguimiento y monitoreo de avances en la implementación de dicho plan. Específicamente en las proyecciones para los municipios de Bahía Solano, Acandí y Nuquí, además de gestionar la inclusión de otros escenarios con potencial turístico que requieran infraestructura turística especializada. • Plan de navegación fluvial, Contratar una consultoría especializada que permita a través de estudios de viabilidad técnica y prospectiva definir los escenarios idóneos para la construcción y/o mejora de las infraestructuras de muelles con vocación turística en áreas fluviales navegables en el Departamento, definiendo proyectos apuesta para el departamento vinculados a los productos de naturaleza. • Diseñar y promover la puesta en operación de rutas de conectividad permanente entre atractivos y centros de distribución. Diseñar y propender conjuntamente con los prestadores de servicios de transporte (aéreos, terrestres, fluviales y marítimos) la puesta en operación para cada zona, rutas de transporte que faciliten el disfrute de los escenarios turísticos en el Departamento y la conectividad de las poblaciones vinculadas a su usufructo. • Acompañar y promover la gestión de rutas de conectividad intra e inter regionales. Acompañar los procesos de gestión y promover acciones que permitan avanzar en los procesos de consolidación de la red vial nacional que propenda por la conectividad terrestre de destinos turísticos en el Chocó, especialmente la vía Pereira- Quibdó y Turbo-Unguía-Capurganá. 		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado

Proyecto de atención prioritaria a vías y senderos de conectividad con centros de distribución y atractivos de alto interés.	Año 1,2, 3 y 4	\$ 4.500.000.000
Acciones relacionados		
<p>Las condiciones actuales del destino, hacen necesario priorizar acciones frente a algunos escenarios de acceso y conectividad con los centros de distribución y atractivos de alto valor, para suplir esta necesidad se requiere adelantar las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto de mejora de vías terciarias de acceso a atractivos y conectividad con centros de distribución. Un proyecto de mantenimiento de la red terciaria departamental que permita atender las necesidades prioritarias de intervención y realizar el respectivo mantenimiento y mejora de las vías de conectividad tanto para atractivos como para centros de distribución, entre estas se resaltan las vías de conexión de Aeropuerto Acandí – Acandí- Capurganá, La vía Bahía Solano – El Valle, Vía Istmina – Andagoya y Acandí – SF Acandí, Playón y Playona. • Identificación de la red de senderos y/o rutas eco-turísticos del departamento de Chocó Realizar un estudio de identificación y caracterización geográfica y ambiental de los senderos y/o rutas con dedicación eco-turística o de potencial usufructo en el departamento de Chocó, con el propósito de elaborar un plan de intervención y mejora de las condiciones de oferta de productos turísticos de naturaleza en el destino al mediano plazo. • Proyecto de mejora, mantenimiento y creación de senderos que permitan el acceso a atractivos turísticos de alto reconocimiento. Un proyecto que resulte en la mejora de las condiciones de acceso a los atractivos turísticos de mayor reconocimiento en el departamento. El propósito será garantizar el mantenimiento y la mejora de los senderos existentes, así como la creación de aquellos que se requieran en la medida en que se desarrollen nuevos atractivo turísticos, para lo cual, deberán hacerse estudios previos. Cabe considerar aquellos en los que potencie el desarrollo de un turismo especializado pensar en miradores, torres u otros elementos que complementen el ejercicio ecoturístico en dicho escenario. En esta proyección se recomienda hacer intervenciones frente al senderos que cada territorio considere importantes para su puesta en valor. Esta consultoría relaciona algunos que considera relevantes: Capurganá – el Cielo, <ul style="list-style-type: none"> o Capurganá - Sapzurro o Nabugá – Cascada Nabugá, o Tutunendo – Sal de Frutas o Bahía Solano – Mirador de la Virgen o Bahía Solano – Huina o Senderos del corregimiento de Joví o Sendero Sapzurro – La Miel. <p>Especial atención hay que poner en la consolidación de los senderos eco turísticos de Capurganá – Sapzurro, Bahía Solano – El Valle y Medio Atrato, que están siendo actualmente adelantados con el soporte del Ministerio de Comercio Industria y Turismo.</p> <p>Se exhorta el proyecto vaya incluyendo los escenarios que lo requieran en tanto se amplió la oferta turística de los destinos.</p> <p>Para este componente, se recomienda, entre otras cosas contratar la consultoría especializada para los estudios y diseños del sendero de observación de tortugas sobre la playa de Playona como escenario especializado para el ecoturismo, que incluya terrazas y zonas especiales de avistamiento, sin afectar la dinámica natural de estos reptiles en su temporada de anidamiento. A la vez que establezca la mejor opción para manejar el flujo de personas y automotores (motos) de la población residente en la zona para mitigar el impacto ambiental de este tránsito durante el año, este plan ha considerado un presupuesto base para la implementación de la iniciativa de \$ 1.500.000 millones que deberán ajustarse a lo correspondiente que resulte de los estudios y diseños.</p>		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	

<p>Gobernación departamental.</p> <ul style="list-style-type: none"> Secretario de Desarrollo Económico y Recursos Naturales – Coordinación de turismo Secretaría de Planeación. <p>Alcaldías municipales. Mesa sectorial de Turismo Comité municipales de turismo</p>	<p>CODECHOCÓ IIAP SENA AERONÁUTICA CIVIL DIMAR Parques Naturales Nacionales – regional pacífico y occidente. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Fondo Nacional de Turismo Consejos comunitarios y comunidades indígenas</p>
Áreas de implementación del programa	
<ul style="list-style-type: none"> Todo el departamento del Chocó 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del programa a 4 años (pesos): 5.150 millones</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Ministerio de transporte, Ministerio de Ambiente, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, soporte de fondos de ONGs para el desarrollo. Entidades financieras, fondos de cooperación internacional (BID).</p>
<p>Indicadores: Plan de mejora de conectividad aérea realizado Documento de seguimiento del Plan Náutico en los lineamientos que establece para Chocó Plan de navegación fluvial contratado Número de rutas entre atractivos operando Cantidad de metros que se han adecuado para hacer senderismo Implementación del muelle (si/no) Participación en acciones para promover la conectividad intra e inter regional No. metros de mejoramiento vial terciario de acceso a atractivos Red de senderos identificada Metros de senderos mejorados Metros de senderos creados</p>	<p>Componentes y factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto. Ambientales: Necesidad de licencia ambiental Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad y consultas a las comunidades. Institucional: Decisión política y vinculación de entes nacionales para la consecución de recursos. Coordinación interinstitucional</p>

Diseño de experiencias turísticas y articulación de actores de productos		
Objetivo del Proyecto	Plazo de realización	
Promover el desarrollo del portafolio de productos turísticos concebidos para el departamento del Chocó, que permita mejorar su condición competitiva y de atractivo en el mercado.	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Constitución de redes de actores de productos clave y de nicho para la atracción de públicos al destino	Años 1	\$ 180.000.000
Acciones relacionados		
<p>El proyecto debe permitir en su primera etapa de construcción de la oferta del destino, la identificación de los actores relacionados a los productos clave y de nicho en el destino, promoviendo la creación de redes de actores por producto a quienes se transfiera herramientas de gestión y con quienes se elabore de manera conjunta planes de acción para la gestión y puesta en marcha de cada iniciativa.</p> <p>La intervención refiere a un acompañamiento para la creación de las redes de productos en cada territorio y establecer mecanismos de diálogo entre los actores a nivel regional, a la vez que se construye un plan de acción para su configuración.</p> <p>Proyecto con valor estimado para 9 redes de actores entorno a los productos clave y de nicho.</p>		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diseño de productos turísticos clave y de nicho para la atracción de públicos en el destino.	Año 2	\$ 560.000.000
Acciones relacionados		
<p>Tras identificar y conformar la red de actores de productos, se debe proceder de manera participativa con el de diseño conjunto de cada experiencia, definiendo sitios idóneos de operación, determinando las capacidades instaladas y los parámetros de operación y conceptos de experiencia. Este proyecto permitirá que se establezcan e implementen los lineamientos para la promoción en la escala local y regional y la definición de un modelo de gestión del producto para que acoga el liderazgo a la red constituida.</p> <p>Se considera necesario realizar este proyecto para los productos clave y de nicho que permitan atraer públicos al destino y seguir las recomendaciones de mejora estipuladas en las fichas de cada producto en el aparte de Estrategias de Producto y Destino de este Plan.</p> <p>Los productos clave sobre los que se debe trabajar en el diseño son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación de flora y fauna • Avistamiento de aves <p>Los productos de nicho son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pesca recreativa/deportiva • Buceo • Surf • Turismo investigativo <p>Para su diseño el propósito es que se identifiquen las principales zonas en que se pueden practicar para garantizar una experiencia gratificante y segura, según niveles de complejidad con base en la preparación de los viajeros para esas actividades (Amateur / Profesional)</p> <p>Establecer las brechas existentes en los niveles de competitividad de la operación de las actividades para definir los requerimientos de formación, equipamiento y prestación de servicios.</p> <p>Definir las actividades relacionadas a las prácticas deportivas, que pueden complementar la oferta, según las características especiales de las zonas que se prioricen. En ellas se identificarán además los espacios para escuelas y realización de eventos.</p>		

Proyecto con valor estimado para 7 productos.		
Sub Proyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diseño de experiencias turísticas en las áreas protegidas de PNN Katíos y SF Acandí, Playón y Playona	Año 2 y 3	\$ 140.000.000
Acciones relacionados		
Un proyecto que resulte en el diseño de las experiencias turísticas y planes de implementación y operación eco-turística de las áreas protegidas de PNN Katíos y SF Acandí, Playón y Playona como escenarios de alto potencial para la atracción de públicos en el corto y mediano plazo.		
Sub Proyecto 4	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diseño de productos turísticos complementarios para la mejora de las experiencias turísticas en el destino.	Año 2, 3 y 4	\$ 480.000.000
Acciones relacionados		
<p>Contar con un portafolio de productos clave y de nicho es importante para la atracción de públicos al destino, mientras que las experiencias que complementan el motivo principal de viaje, aportarán de manera significativa a ampliar el gasto y la duración del viaje.</p> <p>El destino debe avanzar a partir del año 2 en el diseño e implementación básica de los siguientes productos complementarios:</p> <p>Producto de Gastronomía del Pacífico: El proyecto debe considerar, la identificación de prácticas, productos y recetas y necesidades de formación a los actores frente a los componentes de la experiencia.</p> <p>Se recomienda considerar en la experiencia espacios de formación e interacción de los visitantes con las cocinas locales, como oportunidad de generación de valor a la experiencia turística.</p> <p>“Agenda cultural del Chocó” como oferta turística del territorio. Resaltando los avances en la gestión cultural del Departamento y en especial con las expresiones de baile y música que encuentra en Quibdó su epicentro, es importante proyectar el producto conjuntamente con los actores del sector cultural para resultar estas expresiones en una agenda de actividades y eventos que faciliten la participación de los visitantes de la región, motiven el desplazamiento nacional al territorio y aporten a la promoción y circulación de artistas locales. Para la zona centro, se recomienda considerar la constitución de escuelas de baile, con oferta permanente que permitan incluir en la agenda de viajes al Quibdó un contacto con esta importante expresión de la cultura afro-descendiente. En las regiones costeras fortalecer los eventos culturales promoviendo la estandarización en fechas de realización.</p> <p>Pesca artesanal en las áreas de conservación marino costera y ríos navegables como experiencia turística. Uno de los elementos de mayor interés en el litoral pacífico es la importancia que han dado las comunidades locales al establecimiento de áreas protegidas marino-costeras, en especial para permitir el sustento económico sostenible de los residentes locales.</p> <p>Este proyecto se sustenta en la ficha de producto de agroturismo – de este Plan y pretende resaltar los elementos propios de la tradición pesquera en las comunidades de los municipios de Nuquí, Acandí y Bahía Solano en el mar y Quibdó en pesca en río.</p> <p>Diseñar para la zona centro del Departamento el producto de Etno – turismo afro descendiente, que considere las expresiones culturales y de fe en el territorio. Resaltando los avances del centro de memoria afro localizado en Quibdó, esta acción propende por el diseño de una ruta de turismo cultural e histórico que interconecte los escenarios icónicos y resalte las expresiones culturales y de fé de la cultura afro-descendiente en la zona del centro del Departamento. El recorrido Quidó – Istmina – Tadó – Unión Panamericana - Condoto – Novita, integra un legado histórico de gran importancia para la cultura afro descendiente en el Chocó.</p> <p>En este contexto se relaciona el producto étnico y el religioso de manera conjunta por su complementariedad</p>		
Sub Proyecto 5	Plazo (años)	Valor Aproximado

Mejora de la competitividad de productos existentes en el destino	Año 2, 3 y 4	\$ 2.700.000.000
Acciones relacionados		
<p>La mejora de la competitividad enmarca todas las actuaciones que aporten a las condiciones operativas del producto y lo pongan a punto para fortalecer su presencia en el mercado. Incluye el proceso de implementación, normalización, infraestructura u otras que se consideren pertinentes. Tienen como objetivo cerrar las brechas de la oferta y las expectativas de los viajeros y promover un nivel de estandarización de operación del producto.</p> <p>La situación actual del destino y el alto grado de relevancia en especial de los productos de Avistamiento de Ballenas y Sol y Playa hacen imperante tomar acciones tanto correctivas como estratégicas para la mejora de la condición de la oferta de estos productos en el destino.</p> <p>Para el año 1 se debe considerar avanzar hacia:</p> <p>Consolidación de la oferta de producto de avistamiento de ballenas en los municipios de Bahía Solano y Nuquí: El proyecto debe consolidar los avances logrados en el producto, aportando a implementar la normativa existente a nivel local y mejorar las condiciones de seguridad de la operación, a la vez que promueva mitigar los impactos negativos y mejorar la experiencia.</p> <p>Se recomienda tener en cuenta los lineamientos expuestos en la ficha de producto de avistamiento de ballenas y propender por fortalecer los procesos a través de formación, la reglamentación de estándares de seguridad y establecer modelos de condicionamiento, monitoreo y control de la prestación del servicio. Se considera importante acogerse a los lineamientos de operación del producto diseñados por el MinCIT para el país y las normas técnicas que se consideren pertinentes y fortalecer los proyectos que vienen avanzando alrededor de este producto.</p> <p>Consolidación del producto de sol y playa en el destino: De manera articulada con los programas de ordenamiento territorial y gobernanza del destino es importante consolidar la oferta de Sol y Playa bajo el concepto expuesto en la ficha de producto de este plan, en donde se hace énfasis en la categoría de “Playas Prístinas”.</p> <p>Con este objetivo el proyecto debe considerar, la identificación de playas con disposición para el disfrute turístico, la geo-referenciación, diseño de cartografía de recorridos temáticos multi-playa, o la segmentación para públicos específicos (surfistas, pescadores, otros) que permita ampliar la oferta y articular a prestadores de servicios de cada lugar. Se debe hacer un trabajo importante de la mano de los transportadores locales para establecer los parámetros la movilidad y operatividad en cada escenario, estableciendo rangos de tarifas y temporalidad de operación que hagan viable el desarrollo del producto.</p> <p>Se recomienda iniciar por los escenarios en Bahía Solano, Nuquí y Acandí y en el mediano plazo proyectarlos hacia los otros municipios con playas en el territorio.</p> <p>Mantenimiento físico y estructuración del modelo administrativo del centro de termales y bienestar en Nuquí</p> <p>El proyecto de Termales (Nuquí) ha logrado consolidarse como parte fundamental en la oferta complementaria; la comunidad ha emprendido su labor de gestión y ha obtenido réditos positivos para la comunidad local.</p> <p>Sin embargo, el bajo flujo de visitantes y el modelo administrativo implementado ha limitado la posibilidad de realizar intervenciones de mantenimiento idóneas para el lugar; en este contexto, y entendiendo las condiciones extremas climáticas, es importante generar una estrategia de mantenimiento y programar una intervención de mantenimiento para evitar mayores daños futuros del inmueble.</p> <p>Así mismo, rediseñar conjuntamente con la comunidad y las instituciones el modelo administrativo del lugar, para mejorar sus condiciones de sustentabilidad en el tiempo y definir un modelo de asistencia y acompañamiento.</p> <p>Consolidar la experiencia piloto de Etno-turismo indígena en la comunidad Embera en la ecoaldea en (Nuquí). El proyecto debe contribuir en la consolidación de los avances obtenidos en la iniciativa de turismo comunitario de la etno-aldea que se construyó con el aporte del Gobierno Nacional, especialmente en lo que refiere al modelo administrativo, operativo, salvaguardia y promoción del producto. Entre las acciones que se pueden adelantar se relacionan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de “voluntariado” o RSC (Responsabilidad Social Corporativa) en el que profesionales del sector hagan un seguimiento y acompañamiento del desarrollo etno-turístico de los 		

proyectos de las comunidades. Realizarían también funciones de "Tutor". (ejemplo de referencia la fundación panameña Dobbo Yala⁵⁵)

- **Incubadora de Micro-empresas** para desencadenar actividad económica y productiva turística de las comunidades. Transformar en actividad económica y en atractivo turístico las actividades culturales que diferencian a cada comunidad (afro-indígena), respetando la identidad.
- **Prácticas turísticas especializadas:** En alianza con las universidades o el SENA, se sugiere promover el espacio para que estudiantes de áreas relacionadas al turismo o ciencias administrativas puedan participar a manera de prácticas en procesos que aporten a la consolidación de la oferta del lugar.
- **Asistencia en la búsqueda de fuentes de financiación de las que el proyecto sea susceptible,** y que facilite el acceso al crédito (microcréditos o créditos blandos, etc.). Dirigido a entidades de crédito con el fin de facilitar el acceso a la financiación a los actores del sector interesados en desarrollar sus propios productos turísticos. Esto se deberá coordinar con el proyecto que se propone en el aprate de Gobernanza de la unidad de búsqueda de fondos de financiamiento para el desarrollo.
- **Asistencia a la comercialización** en el que las comunidades reciban acompañamiento en el proceso de negociación, promoción y venta del producto turístico .

Acompañamiento técnico permanente: Es importante para este proyecto, que se establezcan acuerdos de mediano plazo entre un equipo de soporte técnico y la comunidad para brindar el apoyo, monitoreo y seguimiento permanente al proyecto.

Sub Proyecto 6	Plazo (años)	Valor Aproximado
Expansión de oferta en los territorios del producto etno-turístico indígena	Año 3 y 4	\$ 260.000.000

Acciones relacionados

entrar las bases para el desarrollo de otras experiencias de contacto con la comunidad indígena a nivel regional.

Recogiendo los avances y experiencias que se logren en el proyectos piloto es importante rescatar los elementos positivos y replicarlos en otros escenarios del Departamento que pueden ser de disfrute etno-turístico.

El proyecto debe partir de la identificación de las comunidades en el territorio que pueden ser objeto de articulación a la oferta de etno-turismo indígena, el diseño del producto y la definición de parámetros operativos y de actuación para la implementación en el mediano plazo en los territorios. Entre las acciones se recomienda tener en cuenta:

- Inventario de comunidades indígenas de Chocó susceptibles de su inclusión al turismo. Se deberá identificar los atractivos de sus alrededores y los itinerarios fluviales, así como la línea de producto que podría completar, . Se deberá incluir en los listados, de forma manifiesta la voluntad o no que tiene una comunidad de participar en la oferta de etno-turismo en Chocó.
- Socialización del proyecto y captación de comunidades. Apertura de un plazo para la incorporación de las comunidades que decidan participar en el programa de "Etno-turismo" considerando los tiempos de consulta que tienen las comunidades para la toma de decisiones. El procedimiento para la inclusión debe ser sencillo y accesible según las particularidades de cada región.
- Definición del Modelo de Etno-turismo a desarrollar en el Departamento: en conjunto y de manera consensuada con las comunidades involucradas que deseen participar en turismo, definir alternativas (según la viabilidad social y voluntad de las comunidades de participar) de desarrollo de etno turismo en sus comunidades. Definir modelos de gestión, de visita a las comunidades, alcances e interferencias en la vida cotidiana, elementos de las comunidades a poner en valor como atractivo turístico; modelo de negocios; modelos de asociación pública, privada y comunitarias.
- Diagnóstico turístico por comunidad con el fin de identificar qué es lo que podría ofrecer la comunidad como servicio turístico de acuerdo al modelo que hayan seleccionado.

⁵⁵ Más información sobre la fundación en: http://www.ecoportal.net/Servicios/Directorio-de-ONGs/D/Dobbo_Yala_Fundacion

<ul style="list-style-type: none"> Definir un plan de negocio de etno-turismo por comunidad, según las actividades turísticas y culturales a desarrollar. <p>Puesta en marcha de iniciativas de turismo de las comunidades y enlace comercial: estructurar los mecanismos de comercialización de la oferta etnoturística de las comunidades.</p>		
Sub Proyecto 7	Plazo (años)	Valor Aproximado
Sofisticación de productos especializados	Año 3	\$ 720.000.000
Acciones relacionados		
<p>Tras la primera etapa de diseño de productos y articulación de actores propuesta para los años 1 y 2, esta sofisticación responde a generar una oportunidad de financiamiento para consolidar las ofertas y mejorar los elementos que se consideren pertinentes a cada producto.</p> <p>Las intervenciones de sofisticación deben velar por la profesionalización del servicio, el cumplimiento de estándares internacionales y normas específicas, mejorar las condiciones de seguridad, apoyar iniciativas de innovación aplicada a los productos, como experiencias de monitoreo, investigación u otra iniciativa específica como centros de entrenamiento, interpretación, observatorios, infraestructuras especializadas o cualquier otro que se considere pertinente en la generación de valor de las ofertas del destino.</p> <p>En este proyecto se recomiendan acciones para:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sofisticación del producto de interpretación de flora y fauna en el destino a través de la red de senderos y rutas fluviales del Chocó Biogeográfico Sofisticación del producto de turismo científico en el territorio Sofisticación del producto de avistamiento de aves en áreas protegidas y reservas de la sociedad civil Sofisticación del producto de buceo Sofisticación del producto de surf Sofisticación del producto de pesca recreativa 		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	
Gobernación departamental <ul style="list-style-type: none"> Secretario de desarrollo Económico y recursos Naturales – Coordinación de Turismo Alcaldías municipales Mesa sectorial de turismo Comité municipales de turismo	CODECHOCÓ IIAP SENA Parques Naturales Nacionales – regional pacífico y occidente. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Fondo Nacional de Turismo Consejos comunitarios y comunidades indígenas Universidad Tecnológica de Chocó Prestadores de servicios turísticos	
Áreas de implementación del programa		
<ul style="list-style-type: none"> Todo el Departamento, específicamente Nuquí, Bahía Solano, Quibdó, Istmina y Acandí 		
Componentes económico-financieros		
<u>Costo total del programa a 4 años (pesos):</u> 4.000 millones	<u>Posibles fuentes de financiación:</u> Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Soporte de fondos de ONGs para el desarrollo. Entidades financieras, fondos de cooperación internacional (BID).	
<u>Indicadores:</u> Redes de actores constituídas Número de productos diseñados Número de ofertas consolidadas en el territorio Llegadas al destino Incremento de prestadores de	<u>Componentes y factores de riesgo:</u> Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto. Ambientales: Necesidad de licencia ambiental, impacto por el crecimiento de la oferta de productos y la llegada de turistas Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad y consultas a las comunidades. Concertación	

servicios en los territorios Días promedio de permanencia en el destino Gasto promedio Manuales de funcionamiento elaborados Manuales de calidad desarrollados	entre las comunidades el sector empresarial y la autoridad local. Impacto por el crecimiento de la oferta de productos y la llegada de turistas Institucional: Decisión política y vinculación de entes nacionales para la consecución de recursos.
--	---

Generación de contenidos, herramientas y capacidades de interpretación para los productos turísticos		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
<u>Soportar las experiencias turísticas del destino a través de herramientas de interpretación especializadas para cada tipo de producto respondiendo a la estrategia de posicionamiento y diferenciación del destino.</u>	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Planificación para el desarrollo de infraestructuras de interpretación y observación eco-turística en el Departamento.	Año 1, 2, 3 y 4	\$ 840.000.000
Acciones relacionados		
<p>Los espacios de interpretación se han convertido en instrumentos fundamentales en las experiencias eco-turísticas de alto valor.</p> <p>El enfoque de conservación y sostenibilidad medio ambiental de este Plan, da gran relevancia a los proyectos relacionados a la interpretación medio-ambiental de los escenarios dispuestos al turismo. En tanto, propone se adelanten proyectos hacia:</p> <ul style="list-style-type: none"> Acompañamiento y consolidación de centros de interpretación para el eco-turismo Acompañar los procesos necesarios para avanzar en los proyectos de centros de interpretación en el Chocó específicamente los proyectados para Medio Atrato, Tutunendo, Utría y Kafiós. Esta actuación desde lo regional debe tener en cuenta definir mecanismos de administración, operación y mantenimiento de los sitios. Debe resultar en el plan administrativo y operativo del sitio validado y apropiado por las instituciones y comunidades de los entornos a cada lugar. Estudios y diseños para el centro de interpretación ambiental del SF Acandí, Playón y Playona Teniendo en consideración la importancia de este escenario de conservación y su gran atractivo por la localización y unicidad en el país, es importante avanzar en la proyección de un centro de interpretación y atención de visitantes en el santuario que facilite los procesos para la conservación y dé soporte a la experiencia turística en el escenario. Estudios y diseños para el centro de interpretación y atención de visitantes en el PNN Kafiós Con el interés de potenciar este importante ícono del país, para la oferta en el mediano plazo, se considera relevante propiciar la realización de estudios y diseños arquitectónicos y de obra para el centro de atención de visitantes del PNN Kafiós, tras avanzar en la etapa de identificación y definición de escenarios de disfrute eco turísticos para el área Estudios de factibilidad para la construcción y puesta en operación del centro de observación e interpretación del ecosistema marino del pacífico Colombiano El proyecto debe enmarcar la identificación idónea para su localización, las condiciones de operación, servicios tanto al ecoturismo como a la conservación ambiental y requerimientos técnicos, a la vez que estime los costes de diseños, construcción y modelo de operación para su sostenibilidad. Es importante articular la iniciativa a proyectos de sostenibilidad ,específicamente a los que conciernen actividades de observación, control y monitoreo de especies emblemáticas, en este caso particular las ballenas Yubartas y las tortugas Caguama que anidan en la zona. En el caso de establecerse las condiciones de viabilidad se exhorta dar continuidad a la elaboración de estudios y diseños. 		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Infraestructura para al interpretación eco-turística en el Departamento.	Año 2 y 3	\$ 2.500.000.000
Acciones relacionados		
<p>Tras realizar los estudios y diseños de los centros de interpretación en el territorio, se exhorta dar prioridad a la construcción y puesta en operación de estos centros en el territorio.</p> <p>La inversión requerida para cada uno de los centros resultará de los estudios y diseños, este plan</p>		

deja un estimativo de inversión que requerirá su ajuste en el momento de contar con los resultados técnicos de cada uno.		
Sub Proyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado
Formación e investigación participativa de lugareños para la prestación de servicios eco-sistémico, al menos uno por municipios priorizado:	Año 2 y 3	\$ 600.000.000
Acciones relacionados		
<p>Se debe considerar la formación a lugareños para la interpretación, identificación y monitoreo facilitando las herramientas necesarias para apoyar procesos de acompañamiento especializado en los territorios.</p> <p>Es importante tener en cuenta para los la importancia de resaltar los saberes etno-botánicos y definir colectivamente mecanismos de monitoreo, control y apropiación comunitaria de los escenarios.</p> <p>Este proceso de formación no se logra sin adelantar acciones de investigación que retomem los avances y mapeo de ecosistemas realizados por CODECHOCO, el IIAP, y otras instituciones; la consolidación de la información y/o la investigación de lo concerniente a las áreas que tienen uso o potencial uso turístico en el Departamento y que se relacionen con ecosistemas estratégicos.</p> <p>El proyecto debe considerar la identificación de escenarios en uso o que proyecten su usufructo para el ecoturismo, correlacionar la información con los ecosistemas estratégicos y para cada uno de estos compilar, complementar y publicar la información de flora y fauna del lugar, así como su estado de conservación.</p> <p>En este contexto la formación será participativo, práctica y considerará la transferencia de conocimiento técnico y científico al tiempo que contribuye a la investigación y monitoreo.</p> <p>El proceso considerará el recaudo de información existente, un número de horas de acompañamiento para la investigación etno-botánica en el territorio, espacios de socialización de saberes en talleres y encuentros comunitarios y formación especializada de al menos 120 horas en aspectos medio ambientales y del ejercicio turístico.</p>		
Sub Proyecto 4	Plazo (años)	Valor Aproximado
Elaboración de guías interpretativas de productos turísticos	Año 2	\$ 400.000.000
Acciones relacionados		
<p>Soportando de manera práctica a los productos turísticos y entendiendo que la interpretación es un aporte fundamental para el entendimiento de la naturaleza y la cultura, este Plan considera prioritario avanzar en la construcción de:</p> <ul style="list-style-type: none"> Guías especializadas para el turismo de naturaleza, especialmente de observación de aves, anfibios, reptiles, ballenas, flora y otras especies de fauna para los ecosistemas estratégicos del Chocó Biogeográfico. <p>A partir de la información recaudada en la investigación de riqueza de flora y fauna y estados de conservación de ecosistemas relacionados al ecoturismo en el Chocó, es importante su divulgación y promoción.</p> <p>En tanto se proyecta la publicación de una colección de guías de observación especializada impresas o virtuales. (Ejemplo: guía de buceo de Colombia, elaborada por ProColombia o listas gráficas de especies, como se relacionan en Galápagos-Ecuador)</p> <ul style="list-style-type: none"> Publicación de guías de interpretación cultural: <p>Al igual que con los elementos naturales, las condiciones de diversidad en el Chocó obligan a considerar los elementos culturales y de conocimiento étnico como un instrumento fundamental, con el fin de aportar a la apropiación y la salvaguardia pero también a mejorar la experiencia a la hora de compartir con los visitantes los elementos significativos de cada una de las culturas que perviven en el territorio Chocoano.</p> <p>Se referencia las publicaciones del Consejo Nacional de Cultura – Chile “Guías de dialogo intercultural” como referente de interés para el fortalecimiento del turismo cultural y étnico en el territorio.</p> <p>Se debe considerar la Investigación antropológica de las etnias indígenas y afro-descendientes del</p>		

Chocó, los parámetros de manejo del patrimonio inmaterial y los límites de cada territorio.		
Sub Proyecto 5	Plazo (años)	Valor Aproximado
Señalización interpretativa de escenarios eco-turísticos del destino.	Año 2	\$ 1.200.000.000
Acciones relacionados		
Gestar y apoyar las iniciativas de señalización turística de tipo interpretativo para los escenarios que se dispongan al ejercicio turístico, senderos, playas tras sus procesos de ordenación, los jardines botánicos existentes, apoyar los procesos de señalización de Parques Naturales, entre otros que aporten y se relacionen a los productos turísticos diseñados en cada territorio. El proyecto debe considerar la investigación, construcción de guiones, diseño de herramientas interpretativas, elaboración e instalación.		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	
Gobernación departamental <ul style="list-style-type: none"> Secretaría de desarrollo Económico y recursos Naturales – Coordinación de Turismo Alcaldías municipales Mesa sectorial de turismo Comité municipales de turismo Codechocó Instituto de Investigaciones del Pacífico Parques Naturales Nacionales – regional pacífico y occidente.	CODECHOCO IIAP SENA Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Ministerio de Ambiente Fondo Nacional de Turismo Prestadores de servicios turísticos Universidad Tecnológica de Chocó Consejos comunitarios y comunidades indígenas Ministerio de Cultura	
Áreas de implementación del programa		
<ul style="list-style-type: none"> Todo el departamento – especialmente los escenarios de intervención y usufructo directo de la actividad turística. 		
Componentes económico-financieros		
Costo total del programa a 4 años (pesos): 5.540 millones	Posibles fuentes de financiación: Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Soporte de fondos de ONGs para el desarrollo. Entidades financieras, fondos de cooperación internacional (BID). Ministerio de Ambiente.	
Indicadores: Informe de gestión de acompañamiento a los centros de interpretación Dos estudio y diseños de centros de interpretación realizados Estudio de factibilidad del centro de interpretación del ecosistema marino realizado No. de centros de interpretación construidos Guías de observación y culturales publicadas Número de descargas de guías Número de escenarios señalizados Número de actores con capacidades locales con acompañamiento especializado en ecosistemas estratégicos	Componentes y factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto. Ambientales: Necesidad de licencia ambiental. Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad y consultas a las comunidades. Conflictos al interior de las comunidades. Capacidad de generar diálogo entre las comunidades, los empresarios y la autoridad local Institucional: Decisión política y vinculación de entes nacionales para la consecución de recursos.	

6.2 Programa de mercados y promoción

Partiendo de las estrategias definidas, los objetivos de este programa son:

Consolidar una imagen turística del Departamento

Incrementar la llegada de visitantes

A continuación el resumen de estrategia de sostenibilidad que soporta este programa:

Estrategia de mercadeo

Diagnóstico	Objetivos relacionados a la estrategia
Factores de oportunidad <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tendencia positiva en crecimiento de los mercados turísticos nacionales e internacionales ➤ Esfuerzos de promoción al turista final ➤ Mejora en la percepción del mercado nacional frente al Chocó como destino turístico ➤ Necesidad de posicionar la paz en el destino como condición de desarrollo ➤ Crecimiento de la demanda por turismo de naturaleza, en especial ecoturismo 	1. Priorización de mercados de atracción, corta distancia, media distancia y larga distancia. Atracción de públicos de principales zonas urbanas del país con facilidades de conectividad (Medellín – Bogotá)
Factores de mejora <ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de penetración en los canales intermediarios de turismo ➤ No hay manejo de la relación fronteriza como ejercicio turístico posible 	2. Promover acciones para atracción de mercados de nicho (larga distancia – larga estancia) – Alemania, UK, USA, Europa a través de clubs y asociaciones. 3. Fortalecer las acciones de información y comunicación de la oferta del destino.
	4. Fomentar el uso de canales comerciales y de promoción estratégicos para el destino enfocados a los mercados deseados.



	Grupos de Mercado	Distribución de mercados por tipo y grupo		
		Mercados Clave	Mercados Complementarios	Mercados de Nicho
		Corto Plazo	Medio Plazo	Largo Plazo
Nacional	Local		Chocó	
	Regional	Antioquia - Medellín	Eje Cafetero - Quindío/Pereira	
	General	Bogotá		Valle del Cauca - Cali
Internacional	Vecinos			Ecuador - Nicaragua - Panamá
				Brasil
	Media distancia		Perú, Argentina, Chile, México	
	Larga distancia	Europa: Suiza, España, Países Bajos, Alemania, Francia y Reino Unido		
Norteamérica: Canadá, Estados Unidos				

Relación mercados productos:

Productos	Clave										Nicho					
	Ecoturismo	Aventura	Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo	Sol y playa	Cultura	Cultura	Cultura	Cultura	Turismo de bienestar	Aventura	Aventura	Aventura	Turismo	Turismo
↓	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado
Clave	Regional	*	*	**	**	*	*	*	*	*	**	*	**	*		
	Medellín	*	*	**	**	*	*	*	*	*	**	*	**	*		
	Nacional	*	*	**	**	*	*	*	*	*	**	*	**	*		
	Bogotá	*	*	**	**	*	*	*	*	*	**	*	**	*		
Complementación	Larga distancia	**	**	**	*	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Europa - Estados Unidos - Canadá	**	**	**	*	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Local	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Chocó	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Regional	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Quindío - Pereira	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Media distancia	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Argentina, Chile, México	**	**	*	*	*	*	*	*	*	*	**	*	*	*	*
	Larga distancia	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Alemania - Reino Unido	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Vecinos	Australia - Nueva Zelanda	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Panamá - Ecuador - Nicaragua	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Brasil	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Nacional	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Valle del Cauca - Cali	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
**	Muy relevante para este mercado					*	Interesante para este mercado					No relevante				

Relación productos – segmentos:

Segmento de mercado	Mercado de origen					
	Internacional			Nacional		
	Larga distancia	Medía distancia	Vecinos	General	Regional	Local
Generación Z				Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo
					Sol y Playa	Etnoturismo
Generación Y Estudiante				Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo
				Sol y playa	Sol y playa	Etnoturismo
Generación Y - Trabajadores	Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo	Sol y playa	
	Etnoturismo	Aventura	Aventura-Pesca	Sol y playa	Ecoturismo	
	Aventura		Deportiva			
Generación X (Soltero sin hijos)	Ecoturismo	Ecoturismo	Aventura-Pesca	Ecoturismo	Ecoturismo	
	Etnoturismo-gastronomía	Bienestar		Aventura	Aventura	
	Bienestar	Aventura		Sol y playa	Sol y playa	
	Aventura			Ferías y fiestas		
Generación X (Casados, doble ingresos - sin hijos)	Ecoturismo	Ecoturismo		Ecoturismo	Ecoturismo	
	Aventura	Bienestar		Sol y playa	Aventura	
	Etnoturismo - gastronomía	Aventura		Etnoturismo	Sol y Playa	
	Bienestar				Bienestar	
Familias	Ecoturismo			Ecoturismo		
	Sol y playa			Sol y playa		
Senior Baby Boomers	Ecoturismo		Aventura-Pesca	Ecoturismo	Ecoturismo	
	Aventura Etnoturismo - gastronomía			Etnoturismo - gastronomía- religioso	Etnoturismo - gastronomía- religioso	Aventura - Pesca deportiva

Relación motivación – mercados

Marca turística del Chocó	
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización

Productos		Eco-turismo	no-Asistemático	de alto valor	Estrategia	Iniciativa
Motivador	Producto					
	Viajeros éticos	*				
	Puristas Cultural	*				
	Buscadores de lo simple	**				
	Viajeros por obligación					
	Buscadores de capital social	**				
	Buscadores de aventura					
	Buscadores de recompensa	*				

Distribución presupuesto de promoción:

Dedicación de presupuesto a productos	% de distribución del presupuesto de MKT Mercados clave y complementarios		Mercados Nicho
	50%	30%	20%
1. Turismo Naturaleza	50%		
1.1. Ecoturismo	50%		
1.2. Turismo de Aventura			10%
1.3. Turismo Rural			
2. Turismo Cultural		15%	
2.1. Gastronómico		5%	
2.2. Etno - turismo		5%	
2.3. Religioso		5%	
3. Turismo Científico - Investigativo			6%
4. Turismo de Salud y bienestar		5%	
5. Sol y Playa	10%		
6. Cruceros			4%
	Clave Corto Plazo	Complementarios Corto y Medio Plazo	Oportunidad sin plazo



Proyectos

Marca turística del Chocó
Observatorio turístico del Chocó
Clubs de productos
Plan operativo de mercadeo
Red de información turística del Chocó

Aportar al posicionamiento del Chocó como destino turístico de calidad y sostenible.		2 años
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diseño y manual de gestión de la marca turística de Chocó	Año 1	\$ 80.000.000
Acciones relacionados		
<p>Los espacios de interpretación se han convertido en instrumentos fundamentales en las experiencias eco- El Departamento no cuenta con una marca comercial con la que se sientan identificados los actores del sector de las zonas de desarrollo turístico y que represente la diversidad de la oferta del territorio.</p> <p>Si bien es necesario mantener el posicionamiento logrado a través de los esfuerzos por generar identidad con productos turísticos en temporadas puntuales, se requiere concertar una imagen y slogan que contribuya a su promoción.</p> <p>Los elementos definidos en la estrategia de posicionamiento, la visión planteada por la comunidad y los objetivos de desarrollo del Departamento, deberán intergrarse en el proceso.</p> <p>El resultado, además de contribuir a que el mercado identifique al Chocó como un destino de experiencias únicas en contacto con la naturaleza y en armonía con las comunidades, que pueden contribuir a conservar, deberá aportar en la transformación de la percepción negativa que existe a causa del conflicto.</p> <p>La biodiversidad y multiculturalidad serán las características principales a comunicar, teniendo en cuenta la estrategia de productos turísticos y de mercados definida para el Chocó, así como los lineamientos de promoción país establecidos en "Marca Colombia". El proyecto contempla las fases siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria de concurso: Llamamiento público a diseñadores para el desarrollo de la marca turística • Propuestas y validación: Propuestas de logos y de eslóganes turísticos para el Departamento de acuerdo a las líneas estratégicas del PDT. Presentación a los actores del sector y validación de la marca turística • Manual de uso de la marca: Como parte del trabajo del diseñador se le requerirá que defina las especificaciones para la correcta utilización de la marca: qué colores se pueden utilizar, cómo utilizar la marca en folletería, páginas webs, cartelería, etc. • Modelo de administración de marca: Definir el rol y alcance del ente administrador y las condiciones de uso de la marca permitidas en el destino, estableciendo mecanismos de solicitud, autorizaciones de uso, sanciones y otras a las que se vea pertinente considerar. 		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Difusión	Año 1 y 2	\$ 30.000.000
Acciones relacionados		
<p>La apropiación de marca responde al proceso que se debe adelantar para hacer entender al público local y empresarios del sector turístico el significado y relevancia de la marca, promoviendo su valoración, buen uso y proyección positiva.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos en el manual de marca, se recomienda adelantar acciones en los territorios de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación a empresarios y comunidad del destino frente a la importancia y condiciones de uso de la marca: Realizando al menos un taller de socialización y formación en los principales núcleos de ejercicio turístico. • Conformación de los comités veedores de marca del destino: Integrados por las autoridades municipales, comunidad y empresarios del sector se constituye el comité veedor de uso de marca en los municipios y se establece los mecanismos de acción y regularización según lo establecido en la etapa de creación. 		
Sub Proyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado

Apropiación del sector y comunitaria de la marca del destino	Año 2 y 3	\$ 30.000.000
Acciones relacionados		
<p>Tras la creación y entendimiento de los parámetros de uso e importancia de la marca es necesario darla a conocer a los actores del sector turístico en el país, por lo que se recomienda la realización de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evento de presentación en Bogotá y Medellín: Organización de un evento en el que se presentará la marca turística a los intermediarios turísticos, prensa, asociaciones de viajeros de nicho e instituciones de carácter científico, susceptibles de ser comercializadores del Departamento; para generar una primera aproximación y avanzar en el posicionamiento del destino acompañada de la oferta turística más competitiva Chocó. 		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	
Gobernación del Departamento Secretaría de Desarrollo Económico y de Recursos Naturales – Coordinación de Turismo	Operadores turísticos del Departamento Prestadores de servicios turísticos Consejos comunitarios Cámara de Comercio Ministerio de Comercio Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo Mesa sectorial de turismo – comités municipales de turismo	
Áreas de implementación del programa		
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento – 		
Componentes económico-financieros		
Costo total del proyecto a 4 años (pesos): 200 millones (Honorarios- premio concurso y evento)	Posibles fuentes de financiación: Fondo Nacional de Turismo	
Indicadores: Cumple o no con el desarrollo de la marca	Componentes y factores de riesgo: Financieros: Obtener los recursos para la campaña de promoción con el uso de la nueva marca Ambientales: Considerando la vocación ambiental del departamento, esta se debe tener en cuenta en el momento de la formulación de la marca Socio – cultural: apropiación de la marca por la comunidad Institucional: Utilización generalizada de la marca.	

Plan operativo de mercadeo del destino		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
<u>Realizar un proceso sistemático de promoción y penetración en los mercados clave establecidos para el destino.</u>	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diseño del plan de marketing operativo del destino	Año 1	\$ 160.000.000
Acciones relacionados		
<p>Este proyecto debe considerar doble propósito, posicionar al Departamento como destino de experiencias únicas en la naturaleza en armonía con las comunidades, contribuyendo a la conservación del territorio, y aportar en el cambio de imagen del Chocó como sitio inseguro y distante, a la vez que se relaciona con los esfuerzos para la construcción de paz en el país.</p> <p>Se exhorta también a garantizar que las zonas con potencial de desarrollo turístico se vean reflejadas en las acciones de promoción.</p> <p>Teniendo en cuenta las limitaciones de presupuesto el proyecto se enfoca principalmente en los mercados y productos clave definidos en el apartado estratégico.</p> <p>Todas las acciones además, deberán aprovechar las sinergias que se presenten, al menor costo posible, desde la promoción del destino Colombia.</p> <p>Dentro del Plan Operativo de Marketing para el Departamento habrá que considerar las acciones siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sinergias con campañas de Colombia para turismo doméstico: buscar sinergias con todas las campañas de promoción turística de Colombia para los nacionales con el fin de difundir el mensaje de destino seguro, fortalecer el producto avistamiento de ballenas y comunicar la diversidad de oferta que se puede disfrutar en el Choó. Foco especial en las ciudades capitales seleccionadas en la estrategia de mercado, en donde hay mayor tradición cultural, académica y científica y se puede orientar la demanda al conocimiento y disfrute de la biodiversidad, sin perder de vista que el producto Sol y Playa es también un motivador importante para el mercado nacional, siempre teniendo en cuenta el concepto "prístino" • Relaciones públicas y manejo de crisis: Con el fin de apoyar el desarrollo y la construcción de una imagen favorable del destino y darlo a conocer en los mercados objetivos. Es necesario crear el comité de manejo de crisis para contrarrestar las noticias negativas que pudiesen afectar la percepción de seguridad y por ende la llegada de turista al Departamento. • Campañas especializadas con nuevas tecnologías: <p>Creación de la web de turismo del Chocó organizada por productos turísticos, con información específica sobre las experiencias que ofrece, los prestadores de servicios turísticos de los municipios en los que se encuentran los atractivos turísticos, la comunidad del entorno y la posibilidad de comprar el viaje, o por lo menos la información que facilite la adquisición del producto.</p> <p>Incluir en el contenido las aplicaciones para bloggers, georeferenciación de atractivos, espacio para promocionar a través de videos, y herramientas para que los visitantes contribuyan con fotos, comentarios y artículos, entre otros.</p> <p>Creación y gestión de las redes sociales del destino (Facebook, twitter, pinterest, youtube, instagram)</p> <p>Generación de newsletters</p> <p>Acciones de e-mail marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferías: Fortalecimiento de la presencia en ANATO, y selección de ferias a las cuales participar bajo el paraguas de Colombia, en función de los mercados y segmentos considerados objetivo. Aprovechar especialmente la participación del país en Fitur e ITB y hacer presencia con material en las ferias especializadas que se desarrollan principalmente en el Reino Unido y Estados Unidos por estar entre los mercados prioritarios.. • Viajes de familiarización: Identificación de profesionales (operadores turísticos y agencias de viaje) de los mercados objetivo. Se propone que sean para grupos no mayores a 10 personas de una duración de 7 días dividida en dos tandas por las limitaciones de conectividad: 4 días en el centro y pacífico del departamento y 3 días en el norte. Para realizarlos, se buscarían alianzas estratégicas con prestadores de servicios turísticos (hotelería y restaurantes). 		

<ul style="list-style-type: none"> • Viajes de prensa / Press Trips: A través de las asociaciones y operadores turísticos, , identificar los medios de comunicación (prensa, revistas, bloggers y programas de televisión) de los mercados considerados objetivos, para organizar viajes de prensa tematizados y especializados en los productos clave. • Publicidad: Supone la trasmisión de información sobre los productos o destinos a través de medios de comunicación de masas. Se necesitará definir el mensaje y elaborar un plan de medios que contemple la promoción del destino en: Radio y televisión, prensa escrita, transporte masivo y material impreso 		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Acciones de mercadeo del destino	Año 1, 2, 3 y 4	\$ 1.800.000.000
Acciones relacionados		
<p>Tras la definición del Plan operativo de marketing del destino se debe destinar un rubro para su implementación.</p> <p>Entendiendo la proyección internacional de los productos clave y de nicho, se estima para este plan operativo y las acciones la necesidad de realizar una inversión anual mínima.</p>		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	
Gobernación del Departamento, Secretaría de Desarrollo Económico y de Recursos Naturales – Coordinación de Turismo	Operadores turísticos del departamento Mesa sectorial de turismo Alcaldías municipales Comités municipales de turismo Ministerio de Comercio Industria y Turismo Fondo Nacional de Turismo	
Áreas de implementación del programa		
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento – 		
Componentes económico-financieros		
Costo total del proyecto a 4 años (pesos): 2160 millones	Posibles fuentes de financiación: Fondo Nacional de Turismo - Procolombia	
Indicadores: Plan de medios elaborado Porcentaje de pauta en medios tradicionales Comité de crisis creado No de acciones en free press Porcentaje de avance en la creación de la página web. Porcentaje de presencia publicitaria en la web Número de fam trips realizados Número de viajes de prensa realizados Cantidad de material informativo, realizado sobre la oferta (productos y experiencias)	Componentes y factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal Sociocultural: Participación y acompañamiento de las comunidades y los prestadores de servicios turísticos Institucional: Liderazgo e implementación de las estrategias Orden público	

Clubes de Producto		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
Potenciar la participación de los actores de los productos en las estrategias de mercadeo y promoción del destino.	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Consolidación de redes de actores y avance hacia la conformación de los clubes de producto	Año 1	\$ 280.000.000
Acciones relacionados		
<p>Este proyecto propone potenciar la red de actores de productos a través de la creación de clubes para operativizar, asociar y concretar el posicionamiento de los productos principales según segmentos, como se establece en la estrategia de mercado, con la finalidad de aumentar la competitividad del destino, a través de la consolidación de la oferta turística.</p> <p>Consiste en una asociación específica por interés común, entre empresas privadas, instituciones relacionadas con el sector y la comunidad receptora para organizarse y adecuar la oferta a los objetivos marcados.</p> <p>La participación requiere del cumplimiento de unas condiciones mínimas de entrada y un esfuerzo para ser socio (económicos o no) y pretende mejorar la capacidad de asociación de los actores turísticos del Chocó.</p> <p>La conformación de los club y las estrategias que se desarrollen para la comercialización, deben partir de la identificación de las tipologías de productos potenciales para el Chocó, tener en cuenta la clasificación que se ha hecho para la priorización: Clave, complementario y de nicho y definir las cualidades del producto y la demanda objetivo.</p> <p>Se hace necesario evaluar la situación de oferta de cada opción, tomando en cuenta la información recolectada en la fase de diagnóstico de la elaboración del Plan, y la demanda potencial, para definir qué clubes de producto son viables. Para ésto, se deben hacer consultas con los actores involucrados en cada caso y validar con intermediarios que podrían comercializar los productos del club.</p> <p>Los clubes que se establezcan comenzarían por:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar los productos turísticos, según sean viables y vendibles • Definir precios, formas de comercialización, conceptos de posicionamiento. <p>Diseñar de la marca turística de cada Club de Producto</p>		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Promoción turística especializada por productos	Año 2, 3 y 4	\$ 320.000.000
Acciones relacionados		
<p>Esta idea tiene dos tipos de objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vender los productos de forma clara: Transmitir transparencia en la venta, siendo capaces de distinguir la calidad de un servicio turístico que hace parte de un "club de producto". • Potenciar la oferta de servicios de calidad: Diferenciando tipos de cliente dentro de cada línea de producto segmentando la demanda. <p>Para eso, se deben adelantar acciones encaminadas a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar estrategias de comercialización de la oferta del club • Promocionar los productos turísticos de los clubes de creados 		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	
<p>Redes de empresarios y/o clubs de productos vinculados</p> <p>Gobernación del Departamento, Secretaría de Desarrollo Económico y de Recursos</p>	<p>Mesa departamental de turismo</p> <p>Comités municipales de turismo</p> <p>Según la temática de los clubes</p>	

Naturales. Alcaldías municipales Consejos comunitarios y autoridades étnicas	
Áreas de implementación del programa	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento – 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 1 años (pesos): 600 millones (Honorarios, asistencia técnica y estrategias de marketing on-line para cada club)</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondo Nacional de Turismo</p>
<p>Indicadores: Número de clubes definidos y creados Evento de socialización de los clubes de productos propuestos Clubes de productos en funcionamiento: ventas y mejora de la calidad Marcas de clubes creadas Acciones de comercialización diseñadas</p>	<p>Componentes y factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal Socio-cultural: participación comunitaria en los clubes Ambiental: Aporte de los clubes a a conservación ambiental Institucional: Apoyo y visibilización de los clubes</p>

Observatorio turístico del Chocó		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
Estudio y monitoreo permanente de la dinámica del sector turístico, especialmente frente al comportamiento del mercado y su satisfacción.	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diseño e implementación del observatorio turístico del Chocó	Año 1	\$ 200.000.000
Acciones relacionados		
<p>Desarrollar un sistema para la recolección de estadísticas e información de satisfacción de los turistas en el destino, que permita reacciones rápidas, fundamentadas y racionales encaminadas a la toma de decisiones y a la generación de acciones corto plazo, frente a situaciones positivas o negativas de la coyuntura turística y la situación del Departamento.</p> <p>Además, permitirá conocer la salud del sector y su evolución, así como los resultados frente a acciones de mercadeo que ejecute el Departamento. De esa manera se podrá medir efectividad y beneficios por cada acción, y así reforzarla o descartarla según convenga.</p> <p>La información se recolectaría principalmente a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registro en el aeropuerto de Quibdó, Bahía Solano, Nuquí y Acandí • Registro en los hoteles • Registro de los operadores turísticos locales • Registro en el embarcadero de Capurganá • Registros de entradas a los Parques Nacionales Naturales (Principalmente Katíos) • Encuestas de satisfacción en los aeropuertos al momento de salida del visitante • Encuestas trimestrales – aleatorias a turistas en las zonas de mayor atractivo. <p>Entre los contenidos de la información a recolectar se encuentra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variaciones del volumen de visitantes, estadía y gasto diario; por origen y segmento de mercado • Variaciones en la percepción de seguridad para el turismo • Variaciones en la satisfacción de la experiencia turística en el destino y por tipo de producto y zona de desarrollo turístico, percepción sobre los precios y porcentaje de visitantes que regresan <p>Para la sistematización de resultados y distribución de la información se requiere establecer un mecanismo ágil de integración y difusión.</p> <p>Implementar el sistema diseñado para el territorio, este debe ser liderado en cada zona por el coordinador de turismo con la colaboración de la policía, que es quien actualmente tiene a su cargo la labor de registro y los prestadores de servicios. A nivel departamental será la Secretaría de Desarrollo Económico, a través de la coordinación de turismo, la encargada de la consolidación y la responsable de procesar la información a fin de replantear los lineamientos estratégicos a que haya lugar, así como brindar contenidos para las acciones de Relaciones Públicas, contenidos para la página web, los medios y los operadores turísticos.</p> <p>El sistema sería además una herramienta que aprovecharía el destino para actuar frente a momentos de crisis. El equipo deberá evaluar las reacciones del mercado de ocio frente a exposición de noticias negativas, originada ocasionalmente por incidentes a raíz de la situación de conflicto y actuar frente a estas.</p>		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	

<p>Gobernación del Departamento, Secretaría de Desarrollo Económico y de Recursos Naturales – Coordinador de Turismo</p>	<p>Policía – Policía de turismo Aeronáutica civil Migración Colombia Alcaldías municipales Prestadores de servicios turísticos Consejos comunitarios y autoridades étnicas Cámara de Comercio Ministerio de Comercio Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo</p>
<p>Áreas de implementación del programa</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento – 	
<p>Componentes económico-financieros</p>	
<p>Costo total del proyecto a 4 años: 200 millones (Honorarios, sistema de información, salario del personal de apoyo para la recolección y consolidación de la información, 1 por municipio priorizado)</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondo Nacional de Turismo</p>
<p>Indicadores: Estadísticas consolidadas por año Encuestas realizadas bi-mensualmente</p>	<p>Componentes y factores de riesgo: Institucional: Coordinación departamental con las zonas de desarrollo turístico Cooperación de los prestadores de servicios turístico Coordinación con la policía No aprovechamiento de la información obtenida en la toma de decisiones</p>

Red de información turística del Chocó		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
Fortalecer la red de información turística del Departamento	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Consolidar la presencia Web del destino como instrumento de información	Año 1	\$ 80.000.000
Acciones relacionados		
<p>Para el posicionamiento web del destino es importante recoger los lineamientos establecidos en la estrategia de mercadeo de destino. Sin embargo no solo influye procesos de promoción en tanto se debe considerar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con un portal único de información turística del destino en lo ideal con un dominio .travel. • Contar con una red de generadores de contenidos local. Se recomienda articular los procesos con los proyectos de apoyo trabajados en las regiones con los colectivos de comunicación y las instituciones educativas a través de los puntos vive digital. • Formar a los actores del sector turístico en el uso de herramientas de posicionamiento web como buscadores (trip-advisor, booking, trivago, google y redes sociales, entre otros). • Promover la articulación de bloggers de viajeros al uso de herramientas web del destino, como estrategia de posicionamiento y generación de información. 		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Red de puntos de información del destino	Año 2,3 y 4	\$ 800.000.000
Acciones relacionados		
<p>Es importante consolidar la red de puntos de información turística del Departamento especialmente en los municipios de Bahía Solano, Nuquí, Acandí – Capurganá, Istmina y Quibdó, especialmente aquellos que están articulados a la red nacional de PITs. Para su consolidación se debe considerar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener actualizada la información de prestadores de servicios turísticos presentes en la región. • Contar con un sistema de información y registro para el monitoreo de cifras y estadísticas del destino articulados al observatorio del destino. • Mantener actualizada la información de atractivos y facilidades de disfrute de estos en cada territorio. • Promover la articulación con los consejos comunitarios locales para que sean gestores de información turística local en cada territorio. • Contar con un sistema de información de intranet para la red de puntos de información sobre el destino. • Contar con material gráfico de impresión y divulgación permanente. 		
Sub Proyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado
Infraestructura de información turística del destino	Año 1, 2,3 y 4	\$ 240.000.000
Acciones relacionados		
<p>El proyecto se relaciona a la adecuación, instalación y/o mantenimiento de puntos de información turística en el destino.</p>		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	

<p>Gobernación del Departamento Secretaría de Desarrollo Económico y de Recursos Naturales – Coordinación de Turismo Alcaldías municipales</p>	<p>Policía – Policía de turismo Aeronáutica civil Prestadores de servicios turísticos Cámara de Comercio Ministerio de Comercio Industria y Turismo Fondo Nacional de Turismo Alcaldías municipales Consejos comunitarios y autoridades étnicas</p>
Áreas de implementación del programa	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento – 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 4 años: 1120 millones</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondo Nacional de Turismo</p>
<p>Indicadores: Estadísticas consolidadas por año Encuestas realizadas bi-mensualmente</p>	<p>Componentes y factores de riesgo: Institucional: Coordinación departamental con las zonas de desarrollo turístico Cooperación de los prestadores de servicios turístico Coordinación con la policía No aprovechamiento de la información obtenida en la toma de decisiones</p>

6.3 Programa de sostenibilidad

Partiendo de las estrategias definidas, el objetivo de este programa es:

Contribuir al desarrollo sostenible y mejora de la calidad de vida

A continuación el resumen de estrategia de sostenibilidad que soporta este programa:

Estrategia de sostenibilidad

Diagnóstico	Objetivos relacionados con la estrategia
Factores de oportunidad <ul style="list-style-type: none"> ➤ Riqueza étnica, afros, indígenas y mestizos. ➤ Oportunidad del turismo como mecanismo de diversificación productiva y reducción de la pobreza ➤ Interés por líderes locales por el desarrollo turístico ➤ Establecimiento de áreas de conservación ambiental y motivación de las comunidades por promoverlas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aportar en la preservación de los recursos naturales y identidad cultural de las comunidades del territorio 2. Fomentar modelos de operación incluyentes que aportan a la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales. 3. Involucrar a las comunidades en iniciativas de desarrollo sostenible alrededor del turismo 4. Promover esquemas de ordenamiento, uso y aprovechamiento sostenible de recursos turísticos. 5. Promover el turismo responsable
Factores de mejora <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alta tasa de NBI, con promedio de 71% ➤ Bajo grado de apropiación y concientización del turismo como sector económico en las comunidades. ➤ Limitada articulación del recurso humano al sector empresarial ➤ Desconocimiento y bajo aprovechamiento de las oportunidades del sector turístico en otros eslabones distintos a la alimentación y alojamiento. ➤ Falta de motivación de las comunidades de ser partícipe del ejercicio turístico en apuestas de mediano y largo plazo. ➤ Falta de encadenamiento de los eslabones de la cadena ➤ Riesgo de deterioro ambiental por las prácticas de deforestación, actividad minera y manejo de residuos ➤ Falta de conciencia frente al manejo del patrimonio cultural y natural. ➤ Baja conciencia de las comunidades frente a la conservación y el uso sostenible ➤ No existe planificación sobre el ordenamiento del territorio y su uso turístico. 	



Se fundamenta en cinco componentes:

Área	Síntesis
Ordenamiento, uso y aprovechamiento del territorio en el turismo	Su consideración resalta los aspectos vinculados al uso de suelos, la organización de los escenarios de vocación turística y la mitigación de impactos al entorno social y natural. El Chocó requiere una atención urgente en este componente, especialmente en lo referente al manejo de playas, y al uso turístico de territorios catalogados como colectivos y /o resguardos indígenas.

Conservación del medio ambiente y gestión del patrimonio natural	Esta es la base sobre la que se soporta el desarrollo de la oferta turística del Departamento por la apuesta de posicionamiento que se propone hacer como destino para el disfrute de actividades únicas en un entorno natural. Se busca entonces que existan procesos de soporte para la conservación, la gestión integral y el uso sostenible.
Preservación del patrimonio cultural y fortalecimiento del sector cultural	Es el componente que permitiría, tras su adecuado proceso de gestión, integrar las expresiones y manifestaciones culturales como parte de una experiencia turística diferenciada. La multiculturalidad del departamento de Chocó encuentra en este factor una oportunidad para generar valor y diferenciación del destino de la mano de sus comunidades afro descendientes e indígenas.
Turismo Comunitario	Entendido como el modelo de gestión que se plantea para el desarrollo turístico del Departamento con el fin de aprovechar las oportunidades que el sector puede generar tanto como instrumento para la preservación de la identidad y las prácticas culturales, como para el crecimiento económico de las comunidades receptoras.
Turismo Responsable	Dado que el destino permite que los visitantes tengan un rol activo en la experiencia turística, es importante establecer mecanismos que promuevan un adecuado comportamiento de estos en los territorios, mitigando los impactos negativos y maximizando los beneficios integrales que un visitante puede generar al territorio



Proyectos

Ordenamiento turístico
Conservación y uso sostenible de ecosistemas estratégicos para el disfrute turístico
Articulación de las comunidades étnicas y aprovechamiento de los recursos culturales en el turismo de manera sostenible.
Participación comunitaria en la cadena de valor del sector turístico
Turismo responsable para el desarrollo sostenible

Ordenamiento turístico		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
Promover un marco normativo que facilite el desarrollo del sector turístico en el territorio.	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Promover un marco normativo que facilite el desarrollo del sector turístico en el territorio.	Año 1	\$ 120.000.000
Acciones relacionados		
<p>Proyecto que consolide el marco normativo para el desarrollo turístico en los territorios. Se contemplan acciones centradas en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Considerar la actividad turística como eje de desarrollo integral en los Planes de Gobierno Municipal a gestarse en el periodo 2016-2019. • Incluir transversalmente el turismo como parte fundamental de los POT, avanzando en la definición de usos de suelo turístico, áreas de urbanización, ampliación de redes de servicios, accesibilidad, equipamiento, condiciones de urbanización y relacionando inversiones compatibles con el entorno. • Reglamentación de la actividad turística, incluyendo definición de capacidades de carga de los sitios y de la oferta de prestadores por tipología. • Reglamentación para el uso de espacios dispuestos al turismo • Reglamentación concertada sobre las normas de comportamiento turístico en el territorio <p>La actividad infiere el acompañamiento y asesoría especializada para que en los municipios consideren de manera pertinente el sector.</p>		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Ordenamiento de playas y zonas costeras en el Pacífico y Atlántico Chocoano	Año 1 y 2	\$ 475.000.000
Acciones relacionados		
<p>La zona costera del Chocó y en especial la determinada por la demanda actual, a pesar de su vocación turística y uso, adolece de un adecuado modelo de ordenamiento y operación, para atender esta problemática.</p> <p>Las actividades propuestas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilización ciudadana para desarrollar en forma ordenada la actividad turística. • Elaboración de un estudio y plan de ordenamiento de playas y riberas en general • Creación de comités de playas con la participación de prestadores de servicios y comunidades étnicas locales que se relacionen a cada lugar • Propuesta de construcción participativa para el Ordenamiento de la Zona Costera y sus componentes Creación de ordenanzas y reglamentos turísticos para el uso de los espacios • Aplicación de la normativa existente para recuperar zonas de playa y riberas <p>Como parte del proceso para la implementación del concepto de Manejo Integrado de zonas costeras (MIZC) a nivel nacional, se han elaborado herramientas técnicas para que los gobiernos municipales puedan llevar a cabo en forma eficiente esta labor.</p> <p>Dentro de las responsabilidades de los municipios, y con la finalidad de establecer un marco legal apropiado, se debe diseñar y expedir una Ordenanza para la Gestión y Manejo Integrado de la Zona Costera del territorio costero departamental, en cuyo contenido se establezcan los criterios técnicos, sociales y político administrativos para garantizar el uso responsable de los recursos de la zona costera y garantizar su sostenibilidad.</p> <p>La propuesta de Ordenamiento, Gestión y Manejo Integrado de la Zona Costera establece el marco de referencia en materia de conservación, uso y aprovechamiento sustentable y sostenible; y debe ser una herramienta adicional, requerida y contemplada en la Ordenanza Municipal que se cree.</p> <p>Para el efecto, el Plan de Ordenamiento, Gestión y Manejo Integrado de la Zona Costera se debe elaborar tomando en cuenta el Plan de Ordenamiento territorial, el Plan Estratégico de Desarrollo</p>		

<p>Turístico departamental y las Agenda de Manejo Costero Integrado que establezcan MINAMBIENTE, el MINCT, INVEVAR, etc., así como los planes reguladores de desarrollo urbano y desarrollo físico municipales existentes.</p> <p>Este proceso tiene como objetivo, contar con un documento modelo para la gestión municipal de la zona costera chocoana y específicamente en los escenarios de playa definidos como de alta potencialidad en el Caribe y Pacífico Chocoano.</p> <p>La propuesta es que se haga de la mano de los Consejos comunitarios, avanzando en los procesos de consulta que se requieran y acompañados por los empresarios de las zonas priorizadas.</p> <p>El presupuesto estimado para el ejercicio en 5 playas de atención prioritaria en los municipios de Acandí, Bahía Solano y Nuquí puede ampliarse en tanto el desarrollo del destino lo considere pertinente.</p>		
Sub Proyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado
Equipamiento de playas.	Año 2, 3, 4	\$ 600.000.000
Acciones relacionados		
<p>En el marco del cumplimiento de lineamientos de seguridad en la operación de los escenarios y la sostenibilidad, es necesario un proyecto de dotación de equipamiento que considere entre otros elementos, señalización, torres de vigilancia, dotación de elementos para atención de emergencias, alarmas, entre otras. Cabe resaltar que esta debe estar articulada a los procesos de ordenamiento, lineamientos de las normas técnicas y concepto de producto (prístino) especialmente en la zona pacífica.</p>		
Sub Proyecto 4	Plazo (años)	Valor Aproximado
Implementación de lineamientos establecidos en las normas técnicas de sostenibilidad en Playas	Año 2,3 y 4	\$ 800.000.000
Acciones relacionados		
<p>En el marco de la norma técnica para sostenibilidad de playas, se proyecta la implementación de los lineamientos en 4 playas de gran representatividad en el territorio, con miras a un proceso de certificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Playa el Almejal • Playa Guachalito • Playa de la Bahía de Sapzurro <p>El proyecto puede ampliarse a las áreas en las que se vea pertinente.</p>		
Sub Proyecto 5	Plazo (años)	Valor Aproximado
Fortalecer el marco normativo y mecanismos de control para la operatividad del producto.	Año 2,3 y 4	\$ 180.000.000
Acciones relacionados		
<p>Es importante para garantizar la idoneidad y cumplimiento de los estándares de operación el producto y velar por su constante mejora, implementar para las regiones marcos normativos y mecanismos de control de la operatividad, con el propósito de mitigar los impactos negativos que pueden generar experiencias de turistas en el destino y propender por el cumplimiento de normas técnicas, estándares de calidad internacional y otros elementos específicos que aporten competitividad.</p> <p>Este marco normativo debe considerar la definición de protocolos, manuales, planes operativos de atención, mecanismos de control, verificación y retroalimentación de la experiencia, haciendo un énfasis importante en el cumplimiento de parámetros de seguridad que mitiguen los riesgos vinculados al ejercicio de cada producto y protocolos frente a la atención de emergencias, entre otros que sean pertinentes para cada iniciativa.</p> <p>Se resalta que éstas se deben articular a la constitución de las redes de actores de productos y deben enmarcar en parte su responsabilidad frente a la oferta del destino.</p>		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	

<p>Gobernación Departamental Secretaría de desarrollo económico y recursos naturales – Coordinación de Turismo Alcaldías municipales</p>	<p>Consejos comunitarios y comunidades indígenas Prestadores de servicios turísticos</p>
Áreas de implementación del programa	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del programa a 4 años (pesos): 2175 millones</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Soporte de fondos de ONGs para el desarrollo. Entidades financieras, fondos de cooperación internacional (BID). Ministerio de Ambiente. DNP – Plan Pazcífico Contrato Plan Urabá-Darién</p>
<p>Indicadores: Marco normativo para el desarrollo turístico generado No. de Playas identificadas en el territorio/número de playas con plan de ordenamiento No de Playas con el equipamiento requerido No. Playas en proceso de certificación con la norma técnica sectorial de sostenibilidad. No. de comités locales creados con plan de acción operativos a nivel local Grado de satisfacción de visitantes en la experiencia turística No. productos con marco normativo establecido</p>	<p>Componentes y factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto. Ambientales: Impactos ambientales y de carga Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad y consultas a las comunidades. Resistencia a la re-organización. Conflictos entre los actores sociales. Institucional: Decisión política y vinculación de entes nacionales para la consecución de recursos</p>

Conservación y uso sostenible de ecosistemas estratégicos para el disfrute turístico		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
<u>Propender porque el turismo sea una herramienta que aporte a la conservación de ecosistemas y especies en el Chocó biogeográfico.</u>	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Plan de manejo turístico de las áreas naturales de la sociedad civil, comunidades indígenas y afro descendientes.	Año 1 y 2	\$ 240.000.000
Acciones relacionados		
<p>El objetivo de este proyecto consiste en proteger tanto el entorno natural como las especies que en él se encuentran, mediante la realización de planes de uso turístico. Es importante mencionar, que este proyecto no incluye un plan de manejo de las áreas naturales, con todos sus componentes ambientales y sociales, sino simplemente hacer un plan de manejo del turismo exclusivamente y sobre las zonas que sean de uso turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como primer paso se deberá hacer una selección de las áreas naturales más frágiles y que tienen una tasa de visita más elevada, de manera de implementar los planes de manejo de forma priorizada. Esta selección se realizará sobre el material ya desarrollado por las distintas instituciones del Departamento. • Definir un plan de manejo de los visitantes, según los criterios ambientales de las áreas de uso turístico. Se deberá definir principalmente: <ul style="list-style-type: none"> ○ Capacidad de carga turística diaria estimada para cada sitio. ○ Los momentos y logística para la operación turística en cada sitio ○ Los mecanismos de gestión de la operación (teléfonos de contacto, organismo gestor, actores responsables, normativa de trabajo, etc.) ○ Establecer consecuencias (multas u otras medidas) para aquellos que no respeten la capacidad de carga y los recursos naturales <p>Estimado para 4 planes de manejo eco turístico básico implementados en áreas estratégicas, se puede ampliar en tanto el destino lo considere pertinente.</p>		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Piloto de implementación de un modelo de contribución por servicios eco sistémicos en territorios colectivos de alta incidencia turística	Año 2	\$ 90.000.000
Acciones relacionados		
<p>Siguiendo los lineamientos de la estrategia de sostenibilidad se proyecta implementar como piloto en el área que consideren de mayor pertinencia y de mejores condiciones, un modelo de retribución condicionada por la prestación de servicios eco-sistémicos en el turismo. La acción es básicamente asistencia técnica especializada para el establecimiento colectivo del modelo de retribución condicionada, incluye la etapa de identificación, diseño de los servicios eco sistémicos, validación de la demanda, definición de condiciones de contraprestación y establecimiento del mecanismo de operación y gestión.</p> <p>Tras la evaluación del ejercicio piloto puede proyectarse para otros escenarios, en especial territorios colectivos y resguardos indígenas.</p>		
Sub Proyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado
Centros de control y monitoreo eco sistémico	Año 3, 4	\$ 220.000.000
Acciones relacionados		
<p>De manera articulada con los centros de investigación, entes académicos e instituciones ambientales es importante considerar tanto para la sostenibilidad ambiental como para generar información pertinente con respecto a los visitantes de la zona, el establecimiento de procesos de control y monitoreo locales. Para eso se debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las necesidades y oportunidades de monitoreo eco sistémico en los escenarios de disfrute turístico. • Identificar la red de actores clave que aporten en los territorios a los procesos de control y 		

<p>monitoreo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las necesidades de equipos técnicos necesarios para la consolidación, control y monitoreo. • Propiciar el monitoreo colectivo realizado por los habitantes locales y los turistas visitantes de las zonas • Establecer procesos de digitalización y divulgación permanente de la información recaudada. • Definir mecanismos de interacción entre las comunidades y/o los visitantes y posibilitar su participación en el proceso de monitoreo. • Sensibilizar a las comunidades locales y a prestadores de servicios turísticos. <p>Es necesario que en el mediano plazo, (año 5), se contemple la ejecución de la iniciativa monitoreando un año completo.</p>		
Sub Proyecto 4	Plazo (años)	Valor Aproximado
Red de conservación ambiental del Chocó Biogeográfico	Año 1, 2,3 y 4	\$240.000.000
Acciones relacionados		
<p>El proyecto tiene por objeto promover una mayor conciencia medioambiental, social y de calidad entre los turistas, las comunidades y la población local. Para ello se proyecta vincular a las comunidades o fortalecer en estas los procesos de conservación eco sistémica y de especies que tienen vínculo con el ejercicio de la actividad turística, para esto será necesario realizar las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la red de conservación ambiental del Chocó biogeográfico. • Definición de mecanismos de oferta y sustentabilidad de esta red a partir de su vínculo con el ejercicio de la actividad turística (bonos, comercialización de suvenires, servicios eco sistémicos u otros). • Campaña de marketing de la red de conservación y el aporte turístico a la causa regional. • Creación de material didáctico que apoye la campaña personalizada de sensibilización los visitantes, a ser distribuido en todos los establecimientos turísticos. • Evento anual de socialización de la campaña de concientización y ampliación de la red de conservación. • Desarrollo de herramientas de seguimiento y monitoreo sobre los efectos de la campaña en la protección del medio ambiente 		
Sub Proyecto 5	Plazo (años)	Valor Aproximado
Red de custodios	Año 1, 2,3 y 4	\$ 320.000.000
Acciones relacionados		
<p>El proyecto tiene por objeto consolidar la actuación local en el custodio, manejo y responsabilidad colectiva sobre los escenarios de disfrute turístico. Uno de los programas que ha sido de gran interés en Colombia, puntualmente en el área Cultural es el de Vigías del Patrimonio, especialmente como veedores y gestores de procesos culturales.</p> <p>En la aplicación al Chocó y siendo muy relevante lo concerniente al cuidado medio ambiental, se visualiza la importancia de establecer mecanismos sociales de custodia de escenarios de usufructo turístico.</p> <p>El proyecto debe considerar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los escenarios de custodio y sus necesidades (de intervención, mantenimiento y gestión). • Identificación de actores relacionados a los escenarios, directos e indirectos. • Diseño de las estrategias de adopción comunitaria o custodio de escenarios, estableciendo parámetros, responsabilidades y beneficios. • Promover espacios de encuentro de custodios, banco de buenas prácticas y casos de éxito. • Es importante vincular estas prácticas sociales de custodio a modelos de usufructo en la cadena de valor a través de emprendimientos tanto comunitarios como empresariales. <p>Así como todos los procesos con las comunidades a gestarse en el Chocó, éste debe tener asistencia especializada y acompañamiento permanente de tipo institucional y técnico para que se logren consolidar de manera eficaz.</p>		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	

<p>Gobernación del departamento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secretaría de Planeación • Secretaría de Desarrollo Económico y Recursos Naturales. <p>Alcaldías municipales Parques Naturales Nacionales – regional pacífico y occidente. Reservas de la sociedad civil Mesa Sectorial de Turismo departamental y comités municipales CODECHOCÓ SENA IIAP</p>	<p>DIMAR Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Ministerio de Ambiente Ministerio del Interior Fondo Nacional de Turismo Consejos comunitarios y comunidades indígenas Universidad tecnológica del Chocó Prestadores de servicios turísticos</p>
Áreas de implementación del programa	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento 	
Componentes económico-financieros	
<p><u>Costo total del programa a 4 años (pesos):</u> 1110 millones</p>	<p><u>Posibles fuentes de financiación:</u> Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Soporte de fondos de ONGs para el desarrollo. Entidades financieras, fondos de cooperación internacional (BID). Ministerio de Ambiente. DNP – Plan Pazcífico</p>
<p><u>Indicadores:</u> No. de participantes en la red de conservación Áreas con plan de manejo turístico No. de escenarios con implementación de servicios eco sistémicos en el ecoturismo. Sistema de monitoreo y contro creado No. de custodios</p>	<p><u>Componentes y factores de riesgo:</u> Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto. Ambientales: Evaluación del impacto ambiental Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad y consultas a las comunidades. Institucional: Decisión política y vinculación de entes nacionales para la consecución de recursos.</p>

Articulación de las comunidades étnicas y aprovechamiento de los recursos culturales en el turismo de manera sostenible.		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
<u>Propender porque el turismo sea una herramienta que aporte a la conservación de las tradiciones culturales locales.</u>	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Elaboración de planes de manejo en espacios de intercambio cultural de alto impacto que se vinculen al turismo.	Año 1 y 2	\$ 180.000.000
Acciones relacionados		
<p>Elaboración de un plan que contemple:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesos de sensibilización con las comunidades sobre las oportunidades que genera el turismo y sus impacto. • Concertación sobre las experiencias turísticas que se decida compartir. • Definición de la capacidad de carga turística de la zona, para que no afecte la cotidianidad de las comunidades, • Definición de instrumentos y herramientas para la mitigación de impacto de la actividad en el territorio. <p>Esa actividad se recomienda adelantarse de manera prioritaria en el proyecto de etno-turismo apoyado por el MinCIT en el municipio de Nuquí para mitigar los impactos negativos del turismo y consolidar el modelo a replicar en otros escenarios de interés en el territorio Chocoano.</p>		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Sensibilización a la comunidad en la salvaguardia del patrimonio cultural y mitigación de riesgos en el ejercicio del turismo.	Año 1, 2, 3 y 4	\$ 240.000.000
Acciones relacionados		
<p>Propender por hacer participe a las comunidades locales en los procesos de rescate, salvaguardia, protección, apropiación y divulgación de las expresiones culturales propias. Para tal objetivo es importante adelantar conjuntamente con las comunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesos de caracterización y rescate de memoria local frente a expresiones de las cultura propia. • Establecer escenarios de diálogo intercultural que permitan resaltar los elementos de cada cultura y compartirlos con otras que pervivan o visiten el territorio. • Diseñar cartillas articuladas a las guías de observación e interpretación cultural que permitan divulgar, fomentar y dar a conocer las culturas locales y sus principales expresiones. <p>Realizar un evento anual de intercambio cultural y re-significación de las tradiciones propias en cada territorio.</p>		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	
<p>Asociaciones indígenas y consejos comunitarios</p> <p>Gobernación del Departamento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secretaría de Desarrollo Económico y Recursos Naturales <p>Alcaldías municipales, en especial Nuquí</p>	<p>CODECHOCÓ</p> <p>SENA</p> <p>Parques Naturales Nacionales – regional pacifico y occidente.</p> <p>Ministerio de Comercio, Industria y Turismo</p> <p>Ministerio de Cultura</p> <p>Ministerio de Ambiente</p> <p>Ministerio del Interior</p> <p>Fondo Nacional de Turismo</p> <p>Prestadores de servicios turísticos</p> <p>Mesa sectorial de turismo</p> <p>Comités municipales</p>	

Áreas de implementación del programa	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del programa a 4 años (pesos): 420 millones</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Soporte de fondos de ONGs para el desarrollo. Entidades financieras, fondos de cooperación internacional (BID). Ministerio de Ambiente. DNP – Plan Pazcífico Contrato Plan Urabá-Darién Ministerio de Cultura – concertación cultural UNESCO</p>
<p>Indicadores: Plan de manejo elaborado No de personas de la comunidad sensibilizadas No. de visitantes participantes de espacios de intercambio cultural</p>	<p>Componentes y factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto. Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad y consultas a las comunidades. Institucional: Decisión política y vinculación de entes nacionales para la consecución de recursos.</p>

Participación comunitaria en la cadena de valor del sector turístico		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
<u>Propender porque el turismo aporte de manera integral a la generación de ingresos de las comunidades locales participantes de la actividad, de manera equitativa en el sector y justa con el visitante.</u>	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Acompañamiento y potencialización del emprendimiento local comunitario	Año 1, 2, 3, 4	\$ 800.000.000
Acciones relacionados		
<p>Este proyecto tiene como objetivo que las comunidades cuenten con herramientas que les permitan desarrollos empresariales que los articulen de manera competitiva y diferenciada a la cadena de valor del sector turístico.</p> <p>Para esto, las acciones dentro del proyecto son:</p> <ul style="list-style-type: none"> Promover emprendimientos especializados o complementarios a la cadena de valor de cada producto en los territorios. <p>A partir del análisis de la cadena de valor y condiciones de operación de cada producto, el proyecto facilitará apoyo y acompañamiento al emprendimiento comunitario con el objetivo subsanar vacíos o aprovechar espacios de oportunidad en la cadena de valor del producto y/o aportar a la diferenciación específica en la operatividad de los productos.</p> <p>En este contexto es importante resaltar los avances y casos de análisis resultantes del trabajo de la reserva natural el Almejal con quien conjuntamente se puede desarrollar un proyecto piloto y ampliarse a otros territorios.</p> <p>La diferencia específica con otros proyectos de emprendimiento comunitarios radica en el grado de especialidad y alta relación a los productos turísticos de la zona.</p> <ul style="list-style-type: none"> Definición del Modelo de turismo comunitario a implementar en el Departamento: en conjunto y de manera consensuada con las comunidades involucradas que deseen participar en turismo, definir alternativas (según la viabilidad social, económica y voluntad de las comunidades de participar) posibles para accionar dentro de los parámetros del turismo comunitario en el destino, promoviendo un trato y participación equitativa de todos los actores de la cadena en el sector; planteando un modelo de gestión de ingresos y cobros por servicios turísticos; modelos de asociación pública, privada y comunitarias y modelos de interacción y relacionamiento entre los actores de los distintos eslabones. Incubadora de Micro-empresas para desencadenar actividad económica y productiva turística de las comunidades. <p>Transformar en actividad económica las oportunidades de la cadena de valor y generar nuevos espacios para la generación de valor. La incubadora asiste y acompaña los procesos de ideación, emprendimiento, formalización y start up de las iniciativas comunitarias.</p> <p>Asistencia a la comercialización en la que las comunidades reciban un apoyo y acompañamiento permanente para mejorar sus estrategias de ingreso al mercado</p>		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	
Asociaciones indígenas y consejos comunitarios Empresarios del sector y comunidades locales Gobernación del departamento <ul style="list-style-type: none"> Secretaría de Desarrollo Económico y Recursos Naturales. Alcaldías municipales Mesa Sectorial de Turismo departamental y	CODECHOCÓ SENA Parques Naturales Nacionales – regional pacífico y occidente. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Ministerio de Cultura Ministerio de Ambiente Ministerio del Interior Fondo Nacional de Turismo	

comités municipales	Consejos comunitarios y comunidades indígenas Universidad tecnológica del Chocó
Áreas de implementación del programa	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del programa a 4 años (pesos): 480 millones</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Soporte de fondos de ONGs para el desarrollo. Entidades financieras, fondos de cooperación internacional (BID). Ministerio de Ambiente. UNESCO BID -</p>
<p>Indicadores: No. de emprendimientos gestados en el territorio.</p>	<p>Componentes y factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto. Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad y consultas a las comunidades. Concertación al interior de los Consejos. Conflictos con los prestadores de servicios. Institucional: Decisión política y vinculación de entes nacionales para la consecución de recursos.</p>

Turismo responsable para el desarrollo sostenible		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
<u>Propender porque el turismo enmarque acciones de corresponsabilidad en el territorio e involucren tanto a la oferta como la demanda, considerando actores directos e indirectos del ejercicio turístico.</u>	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Creación de manuales de comportamiento turístico y mitigación de riesgos culturales y ambientales en el destino	Año 2, 3,	\$ 180.000.000
Acciones relacionados		
<p>El proyecto tiene como objetivo visibilizar los parámetros de comportamiento esperados y requeridos por parte de los visitantes en el destino para proteger el medio ambiente y a las comunidades principalmente en las expresiones de su cultura, a la vez que busca divulgar la información pertinente para mitigar los posibles riesgos del ejercicio turístico en el destino. Para lo cual entre las acciones a llevar a cabo se consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección de las expresiones culturales y territorios ambientalmente más frágiles y que tienen mayor riesgo de impacto negativo en el intercambio. Esta selección se realizará sobre las investigaciones y trabajo consensuado entre las comunidades interesadas en participar como parte de la oferta turística. • Concertación con las comunidades de frente a las expectativas y límites del comportamiento del visitante en el destino, definición de máximas esperadas y mínimas permitidas. • Identificación de información relevante para mitigar los posibles riesgos del ejercicio turístico en el destino, definiendo parámetros de atención de emergencias, contactos, recomendaciones de viaje u otras. • Establecer los mecanismos de distribución eficaces y definir el modelo de sostenibilidad de la publicación del manual. <p>Se propone el trabajo en 4 comunidades en los años dos y tres que podrá ser replicado en aquellas que consideren prioritario involucrarse en el desarrollo turístico.</p>		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Plan de manejo y aprovechamiento de residuos sólidos en el territorio	Año 1	\$ 560.000.000
Acciones relacionados		
<p>El proyecto tiene por objeto promover una mayor conciencia medioambiental y social frente al manejo y disposición de los residuos sólidos en los territorios, para lo cual se proponen las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un diagnóstico sobre las condiciones sanitarias actuales, con especial énfasis en lo referente a la disposición y tratamiento de sólidos en el sector poblado y en las áreas de playa. • Diseñar un plan para la recolección y tratamiento de las basuras domiciliarias, comerciales e institucionales a nivel de los centros poblados. • Diseñar un plan de recolección y tratamiento de los residuos sólidos depositados sobre las áreas de disfrute turístico y sus entornos. • Diseñar un programa de aprovechamiento de residuos no tratables y materiales reciclables <p>La situación a resolver, se fundamenta principalmente en el manejo técnico que desde el punto de vista sanitario se le debe dar a la recolección, tratamiento y disposición final de los residuos sólidos (basuras), producidos a nivel domiciliario, comercial e institucional tanto en el área poblada como en el sector de playas recreativas, aumentándose el problema a raíz de los desechos de diferente orden que se depositan en las zonas de playas por efectos de arrastre debido a las mareas que se presentan en el territorio.</p>		

Igualmente se considera como agravante del problema la disposición de aguas residuales de sectores urbanos que de manera inclemente se vierten a playas de uso público, como se detectó en los recorridos de campo, haciendo que los atractivos turísticos de playa pierdan cada vez mayor potencial para el uso de los turistas que visitan el territorio, bajo el concepto "prístino".

Lo anterior se vuelve más complejo, por la ausencia de entes municipales organizadores y ejecutores de las actividades de saneamiento, la cual, se circunscribe a la labor de empresarios hoteleros y turísticos que, especialmente en épocas de alta temporada, apoyan lo mejor que pueden pero sin contar con un lineamiento claro de disposición y reciclaje.

No se debe desconocer que tanto particulares como algunas entidades de cooperación inetrancional han generado iniciativas particulares; el caso específico del Nuquí, donde el Municipio, la Asociación de Consejos comunitarios LOS RISCALES, CODECHOCO y Conservación Internacional Colombia están elaborando un proyecto demostrativos que comprende: Una red de comunicación organizacional, recolectores de residuos (asociaciones, grupos organizados e individuos), puntos de reciclaje y centros de acopio, donde a partir de procesos de educación ambiental grupal, generan excedentes debidamente empaquetados que serán comercializados vía Buenaventura, con disposición final en Santiago de Cali, para generar procesos de reciclaje, fundición y generación de materias primas, anotándose que estos procesos están en una etapa de implementación por lo que aún no hay resultados evidentes.

Toda la problemática anterior se pretende resolver a través de un programa adecuado de recolección, tratamiento y disposición final de las basuras producidas en los centros poblados y en las zonas de playa, el cual debe estar sustentado de manera efectiva en una organización público privada que garantice su correcto desarrollo y que disponga de un presupuesto y equipamiento adecuado para garantizar acciones como:

- Limpieza y recuperación de las áreas invadidas por basuras provenientes del mar y del continente
- Equipamiento de zonas de playa para la recolección de las basuras depositadas por las mareas y las producidas por la actividad turística y recreativa.
- Señalización sobre restricciones, usos de áreas e infraestructuras a los largo de las playas.
- Recuperación de zonas comunes invadidas por negocios no estables.
- Propuestas para sitios de almacenaje y botaderos amigables
- Sistemas de reciclaje y selección para comercialización
- Mecanismos de comercialización y transporte
- Procesos administrativos para la operación del sistema.

Una vez establecido el Plan, es necesario que con las entidades competentes se presente un proyecto para la implementación.

Sub Proyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado
Creación del sello de proveeduría responsable	Año 2, 3,	\$ 180.000.000
Acciones relacionados		
<p>El proyecto tiene por objeto promover una mayor conciencia medioambiental en la cadena de proveeduría del sector turístico, se propone la creación del sello de proveeduría responsable que reconoce los aportes en esta materia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los productos de uso turístico con alto impacto ambiental que se comercialicen territorio. • Definir políticas de comercio responsable en toda la cadena de distribución, promoviendo que los empresarios tanto que distribuyen productos a la zona como los del departamento establezcan políticas de sostenibilidad, entre estas comerciar solo botellas de vidrio, aportar a la recolección de latas y plásticos, entre otras que se consideren pertinentes. • Establecer mecanismos de acreditación y monitoreo del sello de proveeduría responsable. • Establecimiento de multas y sanciones por incumplimiento. 		
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto	
Alianza pública privada Gobernación del departamento <ul style="list-style-type: none"> • Secretaría de Planeación • Secretaría de Desarrollo Económico y Recursos Naturales – Coordinación Turismo Alcaldías municipales	CODECHOCÓ SENA IIAP Universidad Tecnológica del Chocó Parques Naturales Nacionales – regional pacifico y occidente. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	

<p>Empresarios y/o gremios del sector comercial Mesa Sectorial de Turismo departamental y comités municipales</p>	<p>Ministerio de Cultura Ministerio de Ambiente Ministerio del Interior Fondo de nacional de Turismo Consejos comunitarios y comunidades indígenas Prestadores de servicios turísticos Gremios comerciales y grandes empresas (fabricantes-mayoristas).</p>
<p>Áreas de implementación del programa</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento, principalmente área de litoral. 	
<p>Componentes económico-financieros</p>	
<p><u>Costo total del programa a 4 años (pesos):</u> 900 millones</p>	<p><u>Posibles fuentes de financiación:</u> Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Soporte de fondos de ONGs para el desarrollo. Entidades financieras, fondos de cooperación internacional (BID). Ministerio de Ambiente. UNESCO BID – Responsabilidad social empresarial RSE</p>
<p><u>Indicadores:</u> Manuales de comportamiento creados Plan de manejo elaborado No. de establecimientos vinculados a la iniciativa % de cumplimiento de las políticas de proveeduría responsable No de empresas que obtengan el sello de proveeduría responsable</p>	<p><u>Componentes y factores de riesgo:</u> Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto. Ambientales: Necesidad de licencia ambiental. Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad y consultas a las comunidades. Necesidad de cambiar patrones de comportamiento frente al manejo de los residuos. Receptividad que pueda haber frente al proyecto en las comunidades Institucional: Decisión política y vinculación de entes nacionales para la consecución de recursos.</p>

6.4 Programa de calidad

Partiendo de las estrategias definidas, los objetivos de este programa son:

Consolidar una imagen turística del Departamento

A continuación el resumen de estrategia de sostenibilidad que soporta este programa:

Estrategia de mercadeo	
Diagnóstico	Objetivos relacionados a la estrategia
<p>Factores de oportunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Existencia de una planta turística desarrollada de diversas categorías. ➤ Se ofertan programas de formación turística. ➤ Ambiente hospitalario y de amabilidad de sus gentes <p>Factores de mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Poco interés en la educación técnica y profesional en la zona rural ➤ Competencia desleal entre los prestadores de servicios turísticos ➤ Baja implementación y control de las regulaciones de transporte marítimo y fluvial. ➤ Ausencia de señalización vial reglamentaria ➤ Bajos niveles de preparación para atención médica y de emergencias. ➤ Baja divulgación de actuaciones preventivas frente a enfermedades tropicales. ➤ Baja preparación frente a contingencias naturales en el territorio. ➤ Inexistencia de cifras estadísticas formales ➤ No se cuenta con oferta de guías en el destino con RNT ➤ Baja competencia en bilingüismo ➤ Bajo grado de formalidad empresarial en el sector turístico ➤ Baja preparación frente a contingencias naturales en el territorio. ➤ El recurso humano no cuenta con la formación idónea para el desarrollo de productos turísticos especializados. ➤ Falta de recurso humano capacitado y profesional vinculado al ejercicio del sector turístico ➤ Limitada accesibilidad a servicio de internet y conectividad móvil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar estándares de calidad turística en prestadores de servicios turísticos. • Promover la formalidad empresarial y visibilizar a los prestadores de servicios turísticos en todos los niveles. • Fortalecimiento de los programas de formación media, técnica relacionada al sector.



Dicho lo anterior, el PDT Chocó 2016-2020 plantea abordar el mejoramiento de las condiciones de calidad desde un trabajo en dos componentes, Velar por la disminución de las brechas de formalidad y calidad y aportar a la profesionalización del sector:

- **Clasificar, visibilizar y facilitar la formalización de prestadores de servicios turísticos:** Abordar un trabajo específico que permita identificar, clasificar, visibilizar, acompañar y facilitar el proceso de formalización de los prestadores de servicios turísticos en el destino.
- **Adopción e implementación de sellos de calidad y de especialización de la oferta:** Se propone como estrategia la creación de sellos regionales que promuevan de forma escalonada el logro de los estándares establecidos en la normativa nacional, a la vez, que propendan por resaltar los elementos de diferenciación del destino y motiven a la especialización de la oferta para productos de nicho en el territorio.

En este sentido, se recomienda desarrollar tres categorías: Una centrada en la calidad turística, otra relacionada a los sellos que vinculan el prestador de servicio a las estrategias de posicionamiento y sostenibilidad del destino y finalmente, una que respondea al nivel de especialización de la oferta en el marco de productos del destino y estaría directamente articulada con la constitución de clubs de producto.

- **Formación para el turismo:** La estrategia debe estar enfocada en el fortalecimiento de las habilidades que tienen los foráneos, en la generación de capacidades técnicas locales, el desarrollo de modelos de interacción y, en el apoyo a programas de emprendimiento para el turismo. Se recomienda abordar las actividades de formación desde un enfoque de “aprender haciendo”.

Entre las temáticas a tener en cuenta, están:

- Capacitaciones en torno al concepto de turismo comunitario
- Conformación de organizaciones
- Investigación de mercados y diseño de productos turísticos.
- Prestación de servicios
- Patrimonio cultural y ambiental
- Desarrollo empresarial
- Comercialización
- Investigación aplicada y generación de contenidos
- Inglés para el turismo



Capacitación para el turismo de Chocó
Calidad turística

Capacitación para el turismo de Chocó		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
<u>Mejorar la comprensión que sobre las oportunidades y la gestión del sector turístico tienen las autoridades locales, líderes comunitarios, actores representativos de la comunidad y empresas de base comunitaria.</u>	2 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diplomado de formación integral en desarrollo turístico	Año 1 y 2,	\$ 420.000.000
Acciones relacionados		
<p>El desarrollo de Chocó, requiere la generación de capacidades específicas para los actores involucrados tanto para las comunidades receptoras como para los prestadores de servicios turísticos considerados foráneos. En el primer caso para fomentar el emprendimiento en un modelo de gestión comunitaria, mientras en el segundo se busca fortalecer las capacidades técnicas.</p> <p>El proyecto deberá aprovechar las iniciativas del SENA, así como de entidades educativas como la Universidad Tecnológica de Chocó.</p> <p>El objetivo es crear cursos de capacitación con una duración variable, según la temática y el metodología, buscando siempre un componente de prácticas mayor que las teóricas y centrándose en dinámicas que fomenten el aprender haciendo.</p> <p>Entre los programas que se propone fomentar se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo comunitario, con el fin de: Fortalecer el desarrollo turístico a partir del modelo de turismo comunitario, generar ingresos para las comunidades, coordinar acciones entre las entidades nacionales y territoriales para proporcionar herramientas de asistencia a los emprendimientos de turismo comunitario, estructurar planes de trabajo para el desarrollo de proyectos turísticos e iniciativas propias de las comunidades, generar alianzas entre las comunidades, los gobiernos locales y las organizaciones no gubernamentales, para el desarrollo de las iniciativas que existen en la actualidad e impulsar la creación de una red de turismo comunitario • Conformación de organizaciones, en este punto resulta clave la formación en los siguientes aspectos: Construcción de confianza, economía solidaria y participativa y formalización empresarial de las distintas. <ul style="list-style-type: none"> • Investigación de mercados y diseño de productos turísticos. Se propone generar procesos de formación en los siguientes temas: Identificación de prácticas culturales tradicionales de las comunidades (gastronomía, ferias y fiestas, bailes, medicina tradicional, etc.) y riquezas naturales. • Servicio al cliente, según el área de desempeño: Busca capacitar a los prestadores y a la comunidad en aspectos básicos de la normativa nacional, así como en los estándares de calidad. Los contenidos estarán aplicados para toda la cadena de valor del turismo. Las temáticas serán sobre: atención al visitante, perfiles y preferencias, información detallada de las experiencias y productos; operación de productos, condiciones mínimas de seguridad; etc. <ul style="list-style-type: none"> • Conservación del medio ambiente y uso sostenible de los recursos para la prestación de servicios turísticos. • Buenas prácticas nacionales e internacionales: Generar programas de intercambio de experiencias que permitan a prestadores de servicios locales, en lo posible nativos, conocer prácticas similares y de éxito en sus ciudades o países. • Desarrollo empresarial: Emprendimiento y liderazgo, gerencia de organizaciones empresariales en el sector turístico, planes de negocio, evaluación y seguimiento. • Comercialización de productos turísticos: Canales de distribución, uso y aprovechamiento de las redes sociales como medio de promoción, pago y gestión de destino. • Investigación aplicada y generación de contenidos: Generación de competencias en pro de que las comunidades apropien las investigaciones ambientales existentes y las conviertan en contenidos interpretativos para el disfrute turísticos. • Guianza turística especializada • Inglés para el turismo 		

<ul style="list-style-type: none"> • Manipulación de alimentos y aquellas que sean requeridas para mejorar las competencias específicas del sector <p>Búsqueda de financiamiento: Plantea cursos de capacitación orientados a todos los empresarios turísticos y a las comunidades receptoras. El contenido del curso girará en torno a: Fuentes disponibles de financiación público y privado; descripción de la naturaleza de estas instituciones y de cómo operan; cómo presentar proyectos a estas instituciones, formato para presentación de proyectos, bases para hacer un plan de negocio, consideraciones de forma a tener en cuenta, entre otras.</p>	
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
SENA Universidad Tecnológica del Chocó Gobernación del Departamento <ul style="list-style-type: none"> • Secretaría de Desarrollo Económico y Recursos Naturales – Coordinación de Turismo Alcaldías municipales Mesa Sectorial de Turismo departamental y comités municipal	Operadores turísticos del departamento, Hoteles, Restaurantes, Transporte, Artesanos Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Fondo Nacional de Turismo Cámara de Comercio Consejos Comunitarios
Áreas de implementación del programa	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento, 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 4 años (pesos): 420 millones (Diplomados de 160 horas en 5 municipios)</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondo Nacional de Turismo, SENA, otros patrocinios y fondos de cooperación</p>
<p>Indicadores: Número de personas capacitada (operadores, transporte, alojamiento, gastronomía, artesanos, miembros de la comunidad receptora) para la prestación de servicios turísticos de calidad. Número de personas capacitadas en temáticas específicas como guíaanza alojamiento turístico, fuentes de financiación y herramientas de mercadeo.</p>	<p>Componentes y factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal. Ambientales: n/a Socio Cultural: Saturación de capacitaciones Institucional: Articulación para adaptar los contenidos de la capacitación al entorno sociocultural</p>

Estandares de calidad turística para el Chocó		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
Mejorar el nivel de calidad de las prestación de servicios en el Chocó.	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Nivelación de estándares de calidad	Año 1 ,2,3,4	\$280.000.000
Acciones relacionados		
<p>El proyecto busca dar soporte a la campaña oficial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para el Registro Nacional de Turismo por un lado, y por el otro tiene por objeto brindar el marco de calidad para cualquier nuevo desarrollo turístico del Chocó. Las acciones a llevar a cabo serán las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de las actividades turísticas que cuentan con estándares a nivel nacional • Estructurar las herramientas de evaluación y autoevaluación para las empresas del Chocó involucradas según la normativa nacional • Definir los mecanismos de soporte a las nuevas empresas turísticas que surjan en el destino • Divulgación a los prestadores de servicios de las herramientas de evaluación y auto-evaluación. • Definir un plan de mejora para las empresas que no estén cumpliendo con las normas nacionales, con unos objetivos mínimos a conseguir en el corto y medio plazo a partir de los resultados de su autoevaluación. • Dar seguimiento a inspecciones posteriores de mejora, y establecer una penalización que obligue a la empresa adaptarse al cumplimiento de la norma 		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Tipificar, visibilizar y facilitar la formalización de prestadores de servicios turísticos:	Año 1 y 2	\$380.000.000
Acciones relacionados		
<p>Definición de perfiles de prestadores activos en el destino, resaltando los valores de diferenciación de los mismos, como la autenticidad, la cercanía a la cultura local o la sofisticación de sus servicios y la garantía de calidad que ofrecen; la clasificación de los prestadores, debe establecer las condiciones de operación, resaltar las características de cada tipología; sensibilizar y desarrollar una campaña que los visibilice ante el mercado turístico, a través de señalización, directorios, catálogos, información web, u otras herramientas que se consideren pertinente.</p> <p>Este proceso permitirá se otorgue con toda la transparencia del caso, la información al turista para que este cuente con los elementos necesarios para tomar su decisión de compra y el destino cuente con un claro perfilamiento de tipologías de prestación de servicios y tamaño de la oferta.</p> <p>Este proceso facilitará la diferenciación de prestadores de servicios por tipo, resaltando las bondades de cada uno, facilitando a los visitantes la toma de decisión frente al servicio y beneficios.</p> <p>El proyecto no refiere a una clasificación por estándares de calidad, sino por tipología de servicio ofertado, todo esto con miras a motivar el proceso de formalización de los diferentes prestadores turísticos en el destino.</p>		
Sub Proyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado
Adopción e implementación de sellos de calidad y de especialización de la oferta:	Año 1 ,2	\$320.000.000
Acciones relacionados		
<p>El proyecto tiene por objeto la definición de unos estándares voluntarios que favorezcan a la comercialización del destino. Para ello, se deberá:</p>		

<ul style="list-style-type: none"> Definir del nombre del sello, con base en lo más demandado por el mercado, y según el consenso entre los actores locales. Definir los requisitos de certificación y empresas que pueden participar, las características de operación, de sostenibilidad, de componentes de organización, comerciales, de servicio y de capacitación de empleados y guías. Identificar las temáticas sobre las cuales crear los sellos: responsabilidad social, ambiental, calidad, especialización por producto (Club de productos) Creación de un manual de implementación, requisitos para solicitarlo y estándares de medición Divulgar en las zonas de alto flujo turístico los sellos creados y los mecanismos de acceso Capacitar y acompañar a los interesados para certificarse a los sellos Facilitar las herramientas de autoevaluación, seguimiento y verificación para el otorgamiento de los sellos Sistema de beneficios para los sellos de calidad desarrollo y los establecimientos que se adhieren: Mayor exposición, reconocimientos públicos, fondos para promoción, incentivos. <p>Cabe resaltar que este proceso ha de articularse a las redes de productos en tanto sea pertinente y relacionado a la especialización de la oferta. En el caso de que los sellos no refieran directamente a esta sofisticación el proceso será transversal.</p>	
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
Gobernación del Departamento <ul style="list-style-type: none"> Secretaría de Desarrollo Económico y Recursos Naturales – Coordinación de turismo. Alcaldías municipales Comunidades étnicas Asociaciones empresariales Mesa Sectorial de Turismo departamental y comités municipal	Actores turísticos del departamento Cámara de Comercio Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Fondo Nacional de Turismo
Áreas de implementación del programa	
<ul style="list-style-type: none"> Todo el departamento, 	
Componentes económico-financieros	
<u>Costo total del proyecto a 4 años (pesos):</u> 980 millones	<u>Posibles fuentes de financiación:</u> Fondo Nacional de Turismo
<u>Indicadores:</u> Número de empresas que cumplen con estándares obligatorios Porcentaje de avance en el desarrollo del sistema de certificación turística Número de sellos entregados Inventario y clasificación de los prestadores de servicios turístico del Departameto	<u>Componentes y factores de riesgo:</u> Financieros: Posibilidad de cobro de las auditorías, Disponibilidad presupuestal. Ambientales: Cumplir con los estándares mínimos de conservación y calidad paisajística Socio Cultural: Participación comunitaria. Aceptación de las comunidades del turismo. Aceptación y valoración de la norma por los prestadores, y de los sellos propuestos Institucional: Política de desarrollo, apoyo y visibilización de los sellos de calidad. Implementación de los sellos como requerimiento a los prestadores de servicios turísticos

6.5 Programa de gobernanza y gestión

Partiendo de las estrategias definidas, el objetivo de este programa es:

Fortalecer los esquemas de gobernanza del sector

A continuación el resumen de estrategia de sostenibilidad que soporta este programa:

Estrategia de gobernanza y gestión	
Diagnóstico	Estrategias
<p>Factores de oportunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prioridad de atención al territorio en Planes Nacionales ➤ Existencia de mecanismos de participación comunitaria establecidos (Territorios colectivos y resguardos indígenas) ➤ Los consejos comunitarios tienen motivación por participar activamente en los procesos de desarrollo turístico. ➤ Ausencia de soporte institucional y de organización comunitaria específica para el sector turístico. ➤ Avance en la puesta en marcha de mesas municipales de promoción y desarrollo turístico. <p>Factores de mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ No se considera el desarrollo turístico como prioritario para los planes de gobierno municipales y de ordenamiento territorial. ➤ La relación público-privada a nivel regional y municipal no es articulada y fluida. ➤ No tiene un presupuesto asignado específicamente para turismo a nivel regional y municipal en las instituciones públicas. ➤ El liderazgo comunitario y administrativo no tiene conocimiento técnico frente al sector turístico. ➤ Falta de espacios de diálogo y concertación entre las comunidades y los actores participantes del sector turístico. ➤ Falta claridad en el rol y alcances de los consejos comunitarios para el ejercicio de la actividad turística. ➤ Desconocimiento, interpretación e implementación subjetiva de la normatividad étnica frente a la propiedad colectiva y el rol de las comunidades en los territorios. ➤ Baja presencia institucional en los territorios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contribuir a la priorización del sector turismo en el ámbito departamental y municipal. 2. Fortalecer el rol y mejorar la capacidad institucional de las autoridades departamentales, municipales y comunitarias participantes en el sector turístico. 3. Establecer espacios de diálogo permanente entre el sector público, privado y las comunidades locales



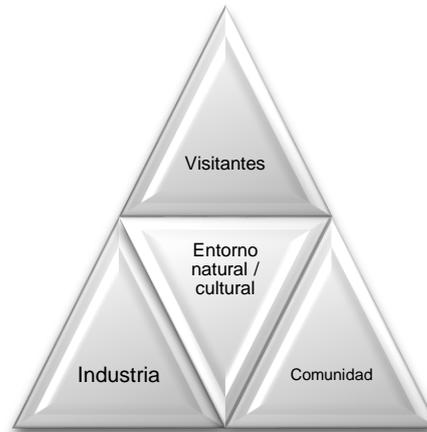
Para la gestión de destinos, la estrategia del Plan de desarrollo se fundamenta en el modelo VICE desarrollado en el 2003 por el "English Tourist Board and Tourism Management Institute", en el que se relacionan los visitantes que llegan al Departamento, los empresarios del sector turístico que prestan servicios, la comunidad que los recibe y el entorno natural y cultural en el que se genera la interacción.

La estrategia para el desarrollo turístico que plantea el PDT del Chocó contempla:

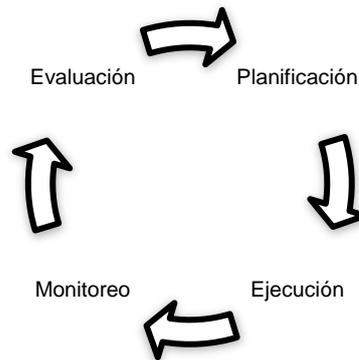
- La generación espacios de encuentro y diálogo permanente
- Consolidación de la capacidad local para el desarrollo turístico
- Generar capacidades de gestión para la inversión y el

desarrollo del sector.

Teniendo en cuenta las relaciones de:



Respondiéndose a las cuatro preguntas que sugiere el modelo VICE , a saber:



- ¿Cómo las decisiones van a afectar a los visitantes?
- ¿Cuáles son las implicaciones para el sector privado?,
- ¿Cómo se va a ver impactada la comunidad? Y
- ¿Cuál será el impacto ambiental y/sociocultural del destino?⁵⁶.

Proyectos

Institucionalidad en el sector turístico del Chocó
Unidad de captación de recursos y presentación de proyectos para la financiación del desarrollo turístico de Chocó

⁵⁶ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "A Practical guide to tourism destination management". Madrid 2007

Institucionalidad en el sector turístico del Chocó		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
Mejorar la presencia y rol de las instituciones en el desarrollo turístico del departamento.	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Fortalecimiento al liderazgo institucional	Año 1 y 2	\$35.000.000
Acciones relacionados		
<p>Para el funcionamiento desde el punto de vista de gestión y manejo de destino es necesario que se consideren dos instancias igual de importante:</p> <p>Con el fin de dar al sector la relevancia que debe tener al ser el tercer generador de ingresos para el Departamento y esperando su crecimiento con la implementación del Plan, se contempla elevar el cargo de coordinador de turismo, hoy dependiente de la Secretaría de Desarrollo Económico, a Secretaría de Turismo, para lo que el proyecto contempla un análisis de reestructuración administrativa.</p> <p>Se mantendrán las funciones y se fortalecerá el diálogo y el soporte con los municipios para el desarrollo del sector, sería el encargado de coordinar las instancias de toma de decisiones público-privada-comunidad (Mesa sectorial de turismo y los comité municipales), a la vez que lideraría la Unidad para la búsqueda de financiamiento en el Departamento, las iniciativas de formación, sostenibilidad y calidad y actuaría como enlace, por un lado, con el gobierno nacional para desarrollar las estrategias de acceso a mercados y por el otro, con el sector privado y la comunidad para entender las necesidades que permitan mejorar la oferta y la competitividad del destino, a fin de proponer acciones para subsanarlas. Estaría a cargo también de la gestión del sistema de información.</p> <p>Todo lo anterior, en el marco de los principios del Turismo Sostenible.</p> <p>La propuesta aplicaría también en los municipios prioritarios para el desarrollo turístico. Sus representantes serán los líderes de los comités de turismo, se encargarán del flujo de información con el Departamento y los demás municipios, coordinarán la asistencia técnica, propondrán programas de formación y velarán por el cumplimiento de los programas y proyectos establecidos para sus territorios.</p>		
Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diálogo público-privado-comunidad,	Años 1, 2, 3 y 4	\$250.000.000
Acciones relacionados		
<p>A través del fortalecimiento de la mesa sectorial departamental y la creación de comités permanente municipales de turismo.</p> <p>El propósito del proyecto es garantizar una alternativa dinamizadora del desarrollo turístico, en un ámbito de participación mixta y de diálogo constante, donde estén representados todos los potencialmente involucrados y que tenga normas de funcionamiento, cronograma de encuentros y acta de acuerdos. Además de convertirse en una herramienta para la construcción conjunta, contribuiría en la disminución de la conflictividad entre actores que pueda presentarse en las zonas.</p> <p>A su vez, tanto la mesa como el comité deberán constituirse para la toma de decisiones a alto nivel, y para agilizar el desarrollo, como órgano de coordinación entre los actores. Para ello se deberá seguir las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de representantes: Garantizar al nivel departamental la participación de los actores claves en la Mesa de Turismo. A nivel municipal, es necesario identificar a todos los representantes del sector que deberían formar parte del comité permanente. • Concertar representantes: Consensuar la participación de estos actores clave en las dos instancias, teniendo en cuenta que ha de haber representación del sector público, privado, 		

<p>de las comunidades y/o ONGs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oficializar la Mesa y los comité: Como organización con personalidad jurídica, si fuera conveniente • Calendario y sede: Establecer un lugar de reunión (domicilio social) y una periodicidad fija • Dinámicas de trabajo: establecer las responsabilidades de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> • Contratar a una persona (secretario) que se responsabilice de la logística de las reuniones, genere las actas durante las reuniones y sirva de apoyo a los responsables de la implementación de los proyectos aceptados; realizando los seguimientos y cabildes necesarios para que las decisiones se lleven a cabo. • Nombrar a un presidente de la Mesa y el comité (cargo rotativo) responsable de plantear el orden del día en las reuniones y de dar seguimiento a los proyectos aceptados • Nombrar un responsable principal y uno suplente para cada proyecto aceptado encargados de la implementación del proyecto en cuestión • Misión y objetivos: Definir y establecer la misión y objetivos claros para la organización creada • Plan de acción: definir y acordar un plan de acción anual • Monitoreo: monitoreo continuo, y evaluación de logros de forma trimestral para la toma de decisiones de urgencia y estratégicas dentro de la implementación de las acciones de la mesa • Diálogo Departamento – Municipios: Se establecerá el mecanismo de comunicación, para que las decisiones que se tomen en los comité municipales y aquellas que salgan de la mesa sectorial, fluyan constantemente, se aporten y apoyen. • Representación ante la mesa sectorial: La base de este proyecto se encuentra en los comités municipales, quienes deberán nombrar un representante ante la mesa sectorial y será el principal interlocutor entre las dos instancias. La logística para garantizar la realización de las reuniones, tendrá un componente importante del presupuesto. • Apoyo en la búsqueda de financiamientos: Aunque la responsabilidad estará a cargo de la unidad de gestión de recursos, bajo el liderazgo de la Secretaría de Turismo, se espera que la instancia departamental y las municipales apoyen la gestión y aporten en la elaboración y presentación de proyectos. 	
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Gobernación del departamento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secretaría de Planeación • Secretaría de Desarrollo Económico y Recursos naturales. <p>Alcaldías municipales</p> <p>Comunidades étnicas – Consejos locales y gobernaciones indígenas relacionados</p> <p>Empresarios y gremios</p> <p>Mesa sectorial de turismo y comités municipales</p>	<p>Operadores turísticos del Departamento, Hoteles, Restaurantes</p> <p>ONGs</p> <p>Centros de investigación</p> <p>Transporte, Artesanías</p> <p>Consejos comunitarios</p> <p>Cámara de Comercio</p> <p>Ministerio de Comercio, Industria y Turismo</p> <p>Fondo Nacional de Turismo</p>
Áreas de implementación del programa	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento – Quibdó y municipios priorizados 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 4 años (pesos): 285 millones (Honorario responsable de la mesa y el comité, gastos logísticos, honorarios proyecto de reestructuración administrativa)</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: - Fondos departamentales, Fondo Nacional de Turismo, Cámara de Comercio</p>
<p>Indicadores: Creación de la mesa sectorial de turismo (cumple o no cumple) Creación de los comité municipales de turismo Creación de la secretaría departamental de turismo Creación de las Secretarías municipales de turismo</p>	<p>Componentes y factores de riesgo: Financieros: La disponibilidad presupuestal. Ambientales: n/a Socio Cultural: Baja participación en los espacios de diálogo. Institucional: No dotar de capacidad de decisión a la mesa y comité. No priorizar políticamente la sector.</p>

Generación de capacidades para la atracción de inversión turística al departamento		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
<u>Promover la inversión en desarrollos turísticos para el departamento.</u>	4 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Unidad de captación de recursos y presentación de proyectos para la financiación del desarrollo turístico de Chocó	Años 1, 2, 3 y 4	\$180.000.000
Acciones relacionados		
<p>Teniendo en cuenta las necesidades del Departamento, entendiendo las dinámicas de la comunidad, las particularidades normativas de la propiedad de la tierra, por cuenta de los territorios colectivos para los afro y los resguardos para los indígenas, así como la apuesta que se ha forjado en el Chocó por desarrollar el Turismo a través de un modelo de gestión comunitaria; se reconoce que la forma de financiar la infraestructura, la formación, la puesta a punto de los productos y su comercialización, es a través de la captación de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fondos públicos • Semi-públicos, • Agencias de cooperación internacional para el desarrollo • Organizaciones no gubernamentales • Organismos multilaterales <p>Ahora bien, con el fin de aprovechar las oportunidades que tendría el Chocó de ser receptora de estos recursos, se propone la creación de una unidad especializada en la búsqueda de financiación y presentación de proyectos.</p> <p>Es claro que previo a la entrada en funciones de la unidad, se requerirá fortalecer las capacidades en la región; es por eso, que se ha incluido un aparte en el programa de sostenibilidad y calidad destinado a este fin.</p> <p>En el marco del proyecto se realizarían las siguientes actividades tendientes a la captación de recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de una base de datos de fuentes de financiamiento (fondos públicos, cooperación internacional, capital semilla no re-embolsable): Construcción de una base de datos que agrupe las fuentes disponibles que se vayan detectando, y que puedan ser adaptadas para los tipos de proyectos públicos, asociativos, comunitarios y privados para el turismo del Chocó. Se deberá tener una breve descripción de cuál es la naturaleza de estas instituciones y de cómo operan (Un primer acercamiento se incluye como anexo a este documento). • Presentación de proyectos: Estructuración de manuales para la presentación de proyectos adaptadas a cada fuente de financiación, de manera tal que la unidad funcione independientemente de la continuidad de las personas que la gestionen. • Acompañamiento: La unidad deberá realizar asistencia técnica a los actores del turismo que deseen presentar proyectos y aplicar para captar fondos, al menos en la consecución de financiación inicial. El proyecto tiene por objeto desarrollar las capacidades de los empresarios turísticos y de la comunidad en el conocimiento de fuentes disponibles para financiación de proyectos turísticos. • Identificación de opciones de microcrédito: Se creará también una base de datos de las entidades que ofrecen microcrédito, en especial aquellas que tienen enfoque de trabajo con comunidades vulnerables y reducción de pobreza. Principalmente se buscarán las que se financian con fondos de agencias de cooperación y se canalizan a través de organismos internacionales, por ser las que ofrecen las tasas de interés más cómodas. <p>Además de que la unidad se convierta en una herramienta de información, debe asegurar la capacidad para brindar asistencia técnica y acompañamiento a los procesos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una vez las micro/fami-empresas del Departamento hayan demostrado algún grado de madurez (Obtención de capital semilla a fondo perdido, obtención de microcréditos e implementación de planes de negocio), la Unidad participaría en la búsqueda de Fondos de inversión Social, en los que los inversionistas generan un impacto positivo desde el punto de vista social y ambiental, a la vez que perciben un beneficio económico 		

<p>Acceder a los Fondos de Inversión Social, serían el objetivo de la Unidad una vez el destino pueda presentar avances en el desarrollo de su base empresarial, la formación del recurso humano y la mejora en las condiciones del entorno, tanto por la seguridad jurídica, como por el acceso a las zonas de desarrollo turístico y la percepción de seguridad que tiene el Departamento por causa del conflicto.</p> <p>Pensar en la opción de inversión extranjera directa (IED) ya sea en forma de: Capital, empresas con importante experiencia, especialmente en el sector hotelero, que se encargan de la administración y desarrollo del negocio o cadenas reconocidas, de operación turística y/o hotelera, que permiten al destino ser partícipes de la inclusión en el contexto global del sector; no se vislumbra de momento como una opción viable para el Chocó, por el contrario, podría generar conflicto entre los actores del sector que aún están en proceso de generación de espacios de diálogo y concertación al interior de las zonas de desarrollo turístico.</p>	
Actores principales de implementación y gestión	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Gobernación del departamento</p> <ul style="list-style-type: none"> Secretaría de Planeación Secretaría de Desarrollo Económico y Recursos Naturales. <p>Alcaldías municipales</p> <p>Mesa sectoriales de Turismo y comités municipales</p>	<p>Operadores turísticos del departamento</p> <p>Prestadores de servicios turísticos</p> <p>Ministerio de Comercio, Industria y Turismo</p> <p>Fondo Nacional de Turismo</p> <p>Cámara de Comercio</p>
Áreas de implementación del programa	
<ul style="list-style-type: none"> Todo el departamento – Quibdó y municipios priorizados 	
Componentes económico-financieros	
<p><u>Costo total del proyecto a 4 años (pesos):</u> 180 millones (Incluye honorarios anuales de la persona encargada de la Unidad, más gastos de desplazamiento para brindar asistencia técnica en las zonas de desarrollo turístico)</p>	<p><u>Posibles fuentes de financiación:</u> Fondos públicos, Fondo Nacional de Turismo, Fondos privados, organismos multilaterales, agencias de cooperación internacional, SENA (Fondo emprender), Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza (ANSPE) Vicieministerio de Turismo, .</p>
<p><u>Indicadores</u></p> <p>Puesta en marcha de la unidad (cumple o no cumple)</p> <p>Porcentaje de proyectos apoyados</p> <p>Monto de recursos conseguidos</p> <p>Porcentaje de ejecución del presupuesto de gastos vinculados</p>	<p><u>Componentes y Factores de riesgo:</u></p> <p>Financieros: Limitación y priorización de los recursos por parte de los entes nacionales</p> <p>Ambientales: n/a</p> <p>Socio Cultural: Involucrar a toda la comunidad que preste servicios turísticos.</p> <p>Institucional: Decisión política para invertir en conseguir los recursos de contrapartida para los proyectos.</p>

7 Lineamientos de acción para el plan de desarrollo turístico

Considerando el resultado de la fase de diagnóstico en el que se identificaron los factores críticos para el desarrollo del departamento del Chocó, el diseño de estrategias para alcanzar los objetivos y la formulación de proyectos para viabilizarlas, se presenta la recomendación del equipo consultor para que las autoridades departamentales y municipales, cuenten con una hoja de ruta en la implementación del Plan de Desarrollo Turístico Chocó 2016 - 2020.

La propuesta tiene como base un modelo de intervención de destino que puede sintetizarse en la siguiente figura:



Como puede observarse, el planteamiento tiene cuatro ejes:

- El primero **“concepto de destino”**, es de tipo transversal y se deberá tener en cuenta en todas las acciones que se adelanten en el Departamento, pues es el soporte sobre el que se debe desarrollar turísticamente el territorio.
- El siguiente hace referencia al **fortalecimiento de la institucionalidad** del sector, que requiere el Chocó. Actualmente las instancias gubernamentales adolecen de autoridad en el territorio frente al turismo y el diálogo público-privado-comunidades, presenta dificultades de fondo para actuar conjuntamente en pro del desarrollo regional.
- El tercero, se relaciona con el **ordenamiento**. Es uno de los elementos fundamentales para el desarrollo de los destinos; la normalización, disposición de espacios, usos, usufructos y responsabilidades, entre otros, requieren una atención profunda en el departamento del Chocó.

- Finalmente, el cuarto momento contempla la **generación de capacidades locales**, para hacer más competitiva la operación de los productos y aumentar los niveles de atracción del destino, con el fin de aportar en la transformación de la actividad turística en pro del aprovechamiento de las oportunidades y la mejora de la calidad de vida.

Concepto de destino

Como se mencionó, el desarrollo del destino se construye sobre la base del concepto que se ha concertado. Pensar en Chocó, debe evocar un escenario biodiverso de gran valor por sus características de unicidad; apropiarse de la denominación del “Chocó Biogeográfico” del territorio y posicionar este concepto de “Biodiverso” en todos los escenarios viables para el reconocimiento del territorio, debe ser una de las principales tareas.

Sin embargo, a pesar del gran valor de la “Biodiversidad” como concepto, éste no será el único factor de motivación de viaje, debido a que existen gran número de países y destinos en donde la riqueza natural se convierte en factor diferencial.

Es así como, reafirmando lo expuesto en la estrategia de posicionamiento del destino, el Chocó debe trabajar para construir un imaginario que adicionalmente permita identificar el destino como un lugar en el que el turismo es una de las principales actividades que aportan al proceso de conservación de la Biodiversidad. Es decir, permitir percibir a los visitantes que se unen a una causa por la que el territorio trabaja aunadamente.

El turista resultará siendo un apoyo a un proceso de conservación de la Biodiversidad única en el mundo.

Para avanzar en ese sentido, recorriendo el camino que permita lograr el posicionamiento deseado, a la vez que se trabaja en transformar las debilidades en fortaleza, se recomienda comenzar así:

7.1 Fortalecer la institucionalidad para el desarrollo del sector.

Esta actuación se traduce en lograr un lenguaje común del territorio frente al desarrollo del turismo desde el marco gubernamental, y la disposición en todos los niveles de trabajar bajo el amparo de una visión colectiva del Chocó para el turismo.

Los proyectos dispuestos por la estrategia son:

- Fortalecimiento al liderazgo institucional
 - Reestructuración administrativa para la creación de la

“Dirección/Secretaría de Turismo Departamental”.

- Creación de instancias de autoridad del orden municipal (secretarías – direcciones)
- Construcción de planes de acción locales de desarrollo turístico
- Diálogo público- privado - comunidad permanente
- Creación de la mesa sectorial de turismo – instaurada como órgano de decisión del sector
- Constitución de comités locales de turismo – instaurado como órgano de decisión del sector en su escala de actuación
- Unidad de captación de recursos y presentación de proyectos para la financiación del desarrollo turístico de Chocó
- Fortalecer las capacidades de gestión de recursos para el desarrollo del sector.

Teniendo en cuenta la realidad del Departamento se propone avanzar en el siguiente orden:

- **Fortalecimiento al liderazgo institucional**

- En primera instancia, se requiere que las instituciones públicas apropien el turismo como uno de los ejes de desarrollo del territorio disponiendo la constitución de secretarías, sub-secretarías, direcciones, institutos u otros que le otorguen el marco de actuación fortalecido que necesita el sector. Es imperante que en el territorio se ejerza liderazgo y autoridad frente al desarrollo turístico, esto debe ser soportado con asignación presupuestal y la disposición de personal idóneo para la ejecución de la actividad.

- **Diálogo público-privado permanente**

- El segundo proyecto está encaminado a promover la generar espacios de diálogo. La interacción entre la comunidad, los empresarios y las autoridades territoriales es prioritaria para avanzar en procesos de desarrollo turístico.

Se exhorta promover mesas locales, municipales y regionales que funcionen con un plan de trabajo estructurado que soporte su avance operativo. Procesos para generar capacidades en planificación, construcción de confianza y resolución de conflictos, son requeridos.

- **Unidad de captación de recursos y presentación de proyectos para la financiación del desarrollo turístico de Chocó**

- Este proyecto no es prioritario pero debe abordarse desde la capacitación en formulación de proyectos, definición de acciones para la gestión de recursos y construcción de mecanismos de monitoreo, seguimiento y evaluación para el cumplimiento de los objetivos del Plan.

1. Fortalecer la institucionalidad para el desarrollo del sector.	Prioridad			
Fortalecimiento al liderazgo institucional	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4

o Reestructuración administrativa para la creación de la "dirección de turismo Departamental.				
o Creación de instancias de autoridad del orden municipal (secretarías – direcciones)				
o Construcción de planes de acción locales de desarrollo turístico				
· Diálogo público privado permanente				
o Creación de la mesa departamental de turismo – instaurado como órgano de decisión del sector				
o Constitución de comités locales de turismo – instaurado como órgano de decisión del sector en su escala de actuación				
· Unidad de captación de recursos y presentación de proyectos para la financiación del desarrollo turístico de Chocó				
o Fortalecer las capacidades de gestión de recursos para el desarrollo del sector.				

7.2 Ordenar el territorio.

Las actuaciones deben resultar en un territorio ordenado y dispuesto para el ejercicio turístico, como base sólida que permita generar las acciones que propone el Plan con el fin de mejorar la competitividad del destino.

Los proyectos dispuestos por la estrategia para esta área son:

- Promover un marco normativo que facilite el desarrollo del sector turístico en el territorio.
 - o Considerar el turismo como parte fundamental de los POT
 - o Reglamentación de la actividad turística, incluyendo definición de capacidades de carga de los sitios y de la oferta de prestadores por tipología.
 - o Reglamentación para el uso de espacios dispuestos al turismo
 - o Reglamentación concertada sobre las normas de comportamiento turístico en el territorio
 - o Fortalecer el marco normativo y mecanismos de control para la operatividad del producto
- Promover el ordenamiento de playas y zonas costeras
 - o Estudios de ordenamiento de playas
 - o Creación de comités de playas
 - o Aplicación de normatividad nacional existente
- Implementar la normatividad existente para la certificación de Playas
 - o Avanzar en los procesos de certificación de al menos 4 playas en el departamento.

En este contexto, se recomienda empezar con actuaciones sobre:

- **La promoción de un marco normativo que facilite el desarrollo del sector turístico en el territorio**
 - o Se exhorta aprovechar el espacio de formulación de los POT y los avances en las mesas locales, municipales y regionales de diálogo frente al sector turístico para promover la ordenación del territorio, avanzando en los parámetros normativos macro que regularan la

actividad para, en acciones posteriores, poder operativizar dichas regulaciones.

- Tras la inclusión del turismo en el marco regulatorio de los POT y EOT se debe avanzar hacia la materialización de dichos lineamientos normativos y volverlos operativos a nivel local, definiendo capacidades de carga, mecanismos de control, actores involucrados al control, entre otros.
- Logrando la inclusión de los lineamientos en el accionar diario de territorio, se espera avanzar en la creación de protocolos de comportamiento tanto para los locales como para los visitantes. Éstos deberán ser divulgados ampliamente en los territorios con el fin de aportar a la generación de cultura turística en las comunidades y promover el adecuado uso de los escenarios para el disfrute turístico, por parte de los visitantes.

• **Promover el ordenamiento de playas y zonas costeras**

- Considerando el marco normativo que existe para el ordenamiento de playas, se propone adelantar las acciones que permitan avanzar en su implementación en el litoral chocoano.

Aunque el proceso es de carácter local, necesita de disposición, traducida en tiempo, recursos y concertación con actores del orden regional y nacional. Se recomienda ir haciendo proyectos piloto y priorizando los escenarios de mayor necesidad.

• **Implementación de normatividad existente para la certificación de sostenibilidad de Playas**

- Acción importante sobre la cual hay que avanzar en el territorio como parte de las estrategias de conservación que deben ser prioritarias en el Departamento, con el fin de mejorar la competitividad y garantizar la sostenibilidad del destino. Se exhorta consolidar los procesos por las playas vinculadas a áreas protegidas (Utría) y seguir por las que logren buen nivel de ordenamiento y apropiación comunitaria.

2. Ordenar el territorio.	Prioridad			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
· Promover un marco normativo que facilite el desarrollo del sector turístico en el territorio.				
○ Considerar el turismo como parte fundamental de los POT				
○ Reglamentación de la actividad turística, incluyendo definición de capacidades de carga de los sitios y de la oferta de prestadores por tipología.				
○ Reglamentación para el uso de espacios dispuestos al turismo				
○ Reglamentación concertada sobre las normas de comportamiento turístico en el territorio				
· Promover el ordenamiento de playas y zonas costeras				
○ Estudios de ordenamiento de playas				
○ Creación de comités de playas				
○ Aplicación de normatividad nacional existente				
· Implementación de normatividad existente para la certificación de Playas				
○ Avanzar en los procesos de certificación de al menos 4 playas en el departamento.				

7.3 Generar capacidades locales.

El diagnóstico y las estrategias formuladas se direccionan hacia la mejora de los factores de competitividad internos del destino, el eje uno (institucionalidad) y dos (ordenamiento) de acción considerados en este acápite permitirían en su implementación generar el ambiente propicio para el ejercicio turístico en el territorio.

Este eje abarca las acciones a adelantarse en el marco de las estrategias de producto, mercadeo, sostenibilidad y calidad. El resultado de su implementación contribuirá en la mejora de la competitividad de la oferta y el grado de atractivo del territorio para los mercados nacionales e internacionales.

Los proyectos vinculados a este eje son:

- **Componente de productos turísticos:**

- Mejorar las condiciones de acceso y conectividad de los escenarios de disfrute turístico y los centros de distribución del territorio Chocoano.
 - Mejora de la conectividad interregional en el Departamento.
 - Proyecto de atención prioritaria a vías y senderos que permiten el acceso entre los centros de distribución y los atractivos turísticos de mayor interés.
- Promover el desarrollo del portafolio de productos turísticos concebidos para el departamento del Chocó.
 - Constitución de redes de actores y/o clubes de productos clave y de nicho para la atracción de públicos al destino
 - Diseño de productos turísticos clave y de nicho para la atracción de públicos en el destino.
 - Diseño de experiencias turísticas en las áreas protegidas de PNN Katíos y SF Acandí, Playón y Playona
 - Diseño de productos turísticos complementarios para la mejora de las experiencias turísticas en el destino.
 - Mejora de la competitividad de productos existentes en el destino
 - Expansión de oferta en los territorios del producto ento-turístico indígena
 - Sofisticación de productos especializados
- Fortalecer las experiencias turísticas del destino a través de herramientas de interpretación especializadas para cada tipo de producto respondiendo a la estrategia de posicionamiento y diferenciación del destino.
 - Planificación para el desarrollo de infraestructuras de interpretación y observación eco-turística en el departamento.
 - Infraestructura para al interpretación eco-turística en el Departamento.
 - Señalización interpretativa de escenarios eco-turísticos del destino
 - Formación e investigación participativa de lugareños para la prestación de servicios eco-sistémico.
 - Elaboración de guías interpretativas de productos turísticos

- **Componente de calidad:**

- Mejorar la comprensión que sobre las oportunidades y la gestión del sector turístico tienen las autoridades locales, líderes

comunitarios, actores representativos de la comunidad y empresas de base comunitaria.

- Diplomado de formación integral en desarrollo turístico
 - Fortalecer las capacidades técnicas locales del recurso humano vinculado a los productos turísticos
- Mejorar el nivel de calidad de la prestación de servicios en el Chocó.
 - Nivelación de estándares de calidad
 - Tipificar, visibilizar y facilitar la formalización de prestadores de servicios turísticos:
 - Adopción e implementación de sellos de calidad y de especialización de la oferta
- **Componente de mercadeo:**
 - Aportar al posicionamiento del Chocó como destino turístico de calidad y sostenible.
 - Creación de marca turística de Chocó , difusión y creación de mecanismos que promuevan la apropiación por parte de lo prestadores de servicios turísticos y la comunidad.
 - Realizar un proceso sistemático de promoción y penetración en los mercados clave establecidos para el destino.
 - Diseño del plan de marketing operativo
 - Acciones de mercadeo del destino
 - Potenciar la participación de los actores de los productos en las estrategias de mercadeo y promoción.
 - Creación y consolidación de los clubes de producto como canales promotores de la comercialización
 - Promoción turística especializada por productos
 - Creación del Observatorio Turístico del Chocó, como escenario para realizar estudios y monitorear la dinámica del sector turístico, especialmente frente al comportamiento del mercado y su satisfacción, con el fin de contar con la información necesaria para la toma de decisiones.
- **Componente de sostenibilidad:**
 - Propender por que el turismo sea una herramienta que aporte a la conservación de ecosistemas y especies en el Chocó biogeográfico.
 - Plan de manejo turístico de las áreas naturales de la sociedad civil, comunidades indígenas y afro descendientes.
 - Piloto de implementación de un modelo de contribución por servicios eco sistémicos en territorios colectivos de alta incidencia turística
 - Creación de centros de control y monitoreo eco sistémico
 - Red de conservación ambiental del Chocó Biogeográfico
 - Propender porque el turismo sea una herramienta que aporte a la conservación de las tradiciones culturales locales.
 - Elaboración de planes de manejo en espacios de intercambio intercultural de alto impacto.
 - Sensibilización a la comunidad en la salvaguardia del patrimonio

cultural y mitigación de riesgos en el ejercicio del turismo.

- Propender por que el turismo aporte de manera integral a la generación de ingresos de las comunidades locales participantes de la actividad, de manera equitativa en el sector y justa con el visitante.
 - Promover emprendimientos especializados o complementarios a la cadena de valor de cada producto en los territorios
 - Acompañamiento y potencialización del emprendimiento local comunitario
- Propender por que el turismo enmarque acciones de corresponsabilidad en el territorio e involucren tanto a la oferta como la demanda, considerando actores directos e indirectos del ejercicio turístico.
 - Creación de manuales de comportamiento turístico y mitigación de riesgos en el destino, culturales y ambientales
 - Plan de manejo y aprovechamiento de residuos sólidos en el territorio
 - Creación del sello de proveduría responsable

En el marco de los cuatro componentes que componen la intervención en este eje se recomienda seguir los lineamientos de prioridad establecidos en la siguiente tabla, siguiendo la secuencia de accesibilidad, oferta, preparación de los prestadores, conservación de la biodiversidad y mejora de la calidad de vida.

Por temporalidad y priorización de actuaciones se relaciona:

Generar capacidades locales.	Prioridad			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Componente de Producto				
· Mejorar las condiciones de acceso y conectividad de los escenarios de disfrute turístico y los centros de distribución del territorio Chocoano.				
○ Mejora de la conectividad interregional en el departamento.				
○ Proyecto de atención prioritaria a vías y senderos de conectividad con centros de distribución y atractivos de alto interés.				
· Promover el desarrollo del portafolio de productos turísticos concebidos para el departamento del Chocó, que permita mejorar su condición competitiva y de atractivo en el mercado.				
○ Constitución de redes de actores y/o Clubes de productos clave y de nicho para la atracción de públicos al destino				
○ Diseño de productos turísticos clave y de nicho para la atracción de públicos en el destino.				
○ Diseño de experiencias turísticas en las áreas protegidas de PNN Katíos y SF Acandí, Playón y Playona				
○ Diseño de productos turísticos complementarios para la mejora de las experiencias turísticas en el destino.				
○ Mejora de la competitividad de productos existentes en el destino				
○ Expansión de oferta en los territorios del producto ento-turístico indígena				
○ Sofisticación de productos especializados				

<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer las experiencias turísticas del destino a través de herramientas de interpretación especializadas para cada tipo de producto respondiendo a la estrategia de posicionamiento y diferenciación del destino. 				
<ul style="list-style-type: none"> o Planificación para el desarrollo de infraestructuras de interpretación y observación eco-turística en el departamento. 				
<ul style="list-style-type: none"> o Infraestructura para al interpretación eco-turística en el departamento. 				
<ul style="list-style-type: none"> o Formación e investigación participativa de lugareños para el disfrute eco-sistémico. 				
<ul style="list-style-type: none"> o Elaboración de guías interpretativas de productos turísticos 				
<ul style="list-style-type: none"> o Señalización interpretativa de escenarios eco-turísticos del destino. 				
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer las capacidades locales para la optimizar las condiciones de operación de los productos turísticos del destino. 				
<ul style="list-style-type: none"> o Fortalecer las capacidades técnicas locales del recurso humano vinculado a los productos turísticos 				
<ul style="list-style-type: none"> o Promover emprendimientos especializados o complementarios a la cadena de valor de cada producto en los territorios. 				
<ul style="list-style-type: none"> o Fortalecer el marco normativo y mecanismos de control para la operatividad del producto. 				
Componente de calidad:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la comprensión que sobre las oportunidades y la gestión del sector turístico tienen las autoridades locales, líderes comunitarios, actores representativos de la comunidad y empresas de base comunitaria. 				
<ul style="list-style-type: none"> o Diplomado de formación integral en desarrollo turístico 				
<ul style="list-style-type: none"> Mejorar el nivel de calidad de las prestación de servicios en el Chocó. 				
<ul style="list-style-type: none"> o Nivelación de estándares de calidad 				
<ul style="list-style-type: none"> o Tipificar, visibilizar y facilitar la formalización de prestadores de servicios turísticos: 				
<ul style="list-style-type: none"> o Adopción e implementación de sellos de calidad y de especialización de la oferta 				
Componente de mercadeo:				
<ul style="list-style-type: none"> Aportar al posicionamiento del Chocó como destino turístico de calidad y sostenible. 				
<ul style="list-style-type: none"> o Creación de marca turística de Chocó 				
<ul style="list-style-type: none"> o Difusión 				
<ul style="list-style-type: none"> o Apropiación del sector y comunitaria de la marca del destino 				
<ul style="list-style-type: none"> Realizar un proceso sistemático de promoción y penetración en los mercados clave establecidos para el destino. 				
<ul style="list-style-type: none"> o Diseño del plan de marketing operativo del destino 				
<ul style="list-style-type: none"> o Acciones de mercadeo del destino 				
<ul style="list-style-type: none"> Potenciar la participación de los actores de los productos en las estrategias de mercadeo y promoción del destino. 				
<ul style="list-style-type: none"> o Creación y consolidación de los clubes de producto como potenciadores de la calidad y competitividad del destino 				
<ul style="list-style-type: none"> o Promoción turística especializada por productos 				
<ul style="list-style-type: none"> Realizar estudio y monitoreo permanente de la dinámica del sector turístico, especialmente frente al comportamiento del mercado y su satisfacción. 				
Componente de sostenibilidad:				
<ul style="list-style-type: none"> Propender por que el turismo sea una herramienta que aporte a la conservación de ecosistemas y especies en el Chocó biogeográfico. 				

o Plan de manejo turístico de las áreas naturales de la sociedad civil, comunidades indígenas y afro descendientes.				
o Piloto de implementación de un modelo de contribución por servicios eco sistémicos en territorios colectivos de alta incidencia turística				
o Creación de centros de control y monitoreo eco sistémico				
o Red de conservación ambiental del Chocó Biogeográfico				
• Propender porque el turismo sea una herramienta que aporte a la conservación de las tradiciones culturales locales.				
o Elaboración de planes de manejo en espacios de intercambio intercultural de alto impacto.				
o Sensibilización a la comunidad en la salvaguardia del patrimonio cultural y mitigación de riesgos en el ejercicio del turismo.				
• Propender por que el turismo aporte de manera integral a la generación de ingresos de las comunidades locales participantes de la actividad, de manera equitativa en el sector y justa con el visitante.				
o Acompañamiento y potencialización del emprendimiento local comunitario				
• Propender por que el turismo enmarque acciones de corresponsabilidad en el territorio e involucren tanto a la oferta como la demanda, considerando actores directos e indirectos del ejercicio turístico.				
o Creación de manuales de comportamiento turístico y mitigación de riesgos en el destino, culturales y ambientales				
o Plan de manejo y aprovechamiento de residuos sólidos en el territorio				
o Creación del sello de proveduría responsable				

8 Presupuesto

6.1 PROGRAMA DE PRODUCTOS Y DESTINOS				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Accesibilidad y conectividad para el disfrute turístico en Chocó	Mejora de la conectividad interregional en el Departamento	Plan de mejora de conectividad aérea del Departamento	\$ 650.000.000	Año 1 y 2
		Acompañamiento y gestión para la implementación de los lineamientos del Plan Náutico en el Chocó		
		Plan de navegación fluvial		
		Diseñar y promover la puesta en operación de rutas de conectividad permanente entre atractivos y centros de distribución		
	Proyecto de atención prioritaria a vías y senderos de conectividad con centros de distribución y atractivos de alto interés.	Acompañar y promover la gestión de rutas de conectividad intra e inter regionales	\$ 4.500.000.000	Año 1, 2, 3 y 4
		Proyecto de mejora de vías terciarias de acceso a atractivos y conectividad con centros de distribución.		
		Identificación de la red de senderos y/o rutas eco-turísticos del departamento de Chocó		
	Proyecto de mejora, mantenimiento y creación de senderos que permitan el acceso a atractivos turísticos de alto reconocimiento.			

6.1 PROGRAMA DE PRODUCTOS Y DESTINOS

Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Diseño de experiencias Turísticas y articulación de actores de productos	Constitución de redes de actores de productos clave y de nicho para la atracción de públicos al destino.	Identificación de los actores relacionados a los productos y nicho en destino.	\$180.000.000	Año 1
	Diseño de productos turísticos clave y de nicho para la atracción de públicos en el destino.	Diseño de productos turísticos	\$560.000.000	Año 2
	Diseño de experiencia turística en las áreas protegidas de PNN Katíos y SF Acandí, Playon y Playona.	Diseño de experiencias turísticas	\$140.000.000	Año 2 y 3
	Diseño de productos turísticos complementarios para la mejora de las experiencias turísticas en el destino.	Producto de gastronomía del Pacífico.	\$480.000.000	Año 2, 3 y 4
		Agenda cultural del Chocó, como oferta turística del territorio.		
Pesca artesanal en las áreas de conservación marino costera y ríos navegables como experiencia turística.				
Diseño para la zona centro del departamento el producto Etno - Turismo afro descendiente, que considere las expresiones culturales y de fe en el territorio.				

6.1 PROGRAMA DE PRODUCTOS Y DESTINOS				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Diseño de experiencias Turísticas y articulación de actores de productos	Mejora de la competitividad de productos existentes en el destino.	Consolidación de la oferta de producto de avistamiento de ballenas en los municipios de Bahía Solano y Nuquí.	\$2.700.000.000	Año 1
		Consolidación del producto de sol y playa en el destino		
		Mantenimiento físico y estructuración del modelo administrativo del centro de termas y bienestar en Nuquí.		
		Consolidar la experiencia piloto de Etno - Turismo indígena en la comunidad Embera en la Ecoaldeas en Nuquí.		
		Prácticas turísticas especializadas		
		Asistencia en la búsqueda de fuentes de financiación de las que el proyecto sea susceptible.		
		Asistencia a la comercialización		
	Expansión de oferta en los territorios del producto etno-turístico indígena.	Acompañamiento técnico permanente	\$260.000.000	Año 3 y 4
		Inventario de comunidades indígenas de Chocó susceptibles de su inclusión al turismo.		
		Socialización del proyecto y captación de comunidades		
		Definición del modelo de Etno - turismo a desarrollar en el Departamento.		
		Diagnóstico turístico por comunidad con el fin de identificar lo que podría ofrecer como servicio turístico		
		Definir plan de negocio de etno turismo por comunidad		

6.1 PROGRAMA DE PRODUCTOS Y DESTINOS				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Diseño de experiencias Turísticas y articulación de actores de productos	Sofisticación de productos especializados	Sofisticación del producto de interpretación de flora y fauna en el destino a través de la red de senderos y rutas fluviales del Chocó Biogeográfico.	\$720.000.000	Año 3 y 4
		Sofisticación del producto de turismo científico en el territorio		
		Sofisticación del producto de avistamiento de aves en áreas protegidas y reservas de la sociedad civil.		
		Sofisticación del producto de buceo.		
		Sofisticación del producto de surf.		
		Sofisticación del producto de pesca recreativa.		

6.2 PROGRAMA DE MERCADO Y PROMOCIÓN				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Generación de contenidos, herramientas y capacidades de interpretación para los productos turísticos	Planificación para el desarrollo de infraestructuras de interpretación y observación eco- turística en el Departamento.	Acompañamiento y consolidación de centros de interpretación para el eco- turismo	\$ 840.000.000	Año 1 ,2, 3 y 4
		Estudios y diseños para el centro de interpretación y atención de visitantes en el PNN Katios		
		Estudios de factibilidad para la construcción y puesta en operación del centro de observación e interpretación de ecosistema marino del pacifico		
	Infraestructura para la interpretación eco- turística en el Departamento	Construcción y operación	\$ 2.500.000.000	Año 4
	Formación e investigación participativa de lugareños la prestación de servicios eco- sistémico, al menos unos por municipio priorizado.	Identificación de escenarios en uso o que proyecten su usufructo para el ecoturismo.	\$ 600.000.000	Año 2
	Elaboración de guías interpretativas de productos turísticos	Guías especializadas para el turismo de naturaleza, especialmente de observación de aves, anfibio, reptil, ballenas, flora y otras especies de fauna para los ecosistemas estratégicos del Chocó Biogeográfico.	\$ 400.000.000	Año 2
		Publicación de guías de interpretación cultural		
Señalización interpretativa de escenarios eco - turísticos del destino	Gestionar y apoyar las iniciativas de señalización turística de tipo interpretativo para los escenarios que se dispongan al ejercicio turístico.	\$ 1.200.000.000	Año 2	

6.2 PROGRAMA DE MERCADO Y PROMOCIÓN

Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Marca turística del Chocó	Diseño y manual de gestión de la marca turística	Convocatoria de concurso	\$ 80.000.000	Año 1
		Propuestas y validación		
		Manual de uso de la marca		
	Difusión	Modelo de administración de marca	\$ 30.000.000	Año 1 y 2
		Formación a empresarios y comunidad del destino frente a la importancia y condiciones de uso de la marca		
	Apropiación del sector y comunidad de la marca del destino.	Conformación de los comités veedores de marca del destino Evento de presentación en Bogotá y Medellín	\$ 30.000.000	Año 1 y 2
Plan operativo de mercadeo del destino	Diseño del plan de marketing operativo del destino	Sinergias con campañas de Colombia para turismo doméstico	\$ 160.000.000	Año 1
		Relaciones públicas y manejo de crisis		
		Campañas especializadas con nuevas tecnologías		
		Ferías		
		viajes de familiarización		
		viajes de prensa		
		Publicidad		
	Acciones de mercadeo del destino	Tras la definición del Plan operativo de marketing del destino se debe destinar un rubro para su implementación	\$ 1.800.000.000	Año 1, 2,3 y 4

6.2 PROGRAMA DE MERCADO Y PROMOCIÓN

Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Clubes de producto	Consolidación de redes de actores y avance hacia la conformación de los clubes de producto	Asociación específica por interés común, entre empresas privadas, instituciones relacionadas con el sector y la comunidad receptora.	\$ 280.000.00	Año 1
	Promoción turística especializada por productos	Desarrollar estrategias de comercialización de la oferta del club Promocionar los clubes de productos creados	\$ 320.000.000	Año 2, 3 y 4
Observatorio turístico del destino	Diseño del observatorio turístico del Chocó	Desarrollar un sistema para la recolección de estadísticas e información de satisfacción de los turistas en el destino.	\$ 80.000.000	Año 1
	Implementación del observatorio turístico del Chocó	Desarrollar un sistema para la recolección de estadísticas e información de satisfacción de los turistas en el destino.	\$ 120.000.000	Año 2, 3 y 4
Red de información turística del Chocó	Consolidar la presencia web del destino como instrumento de información		\$ 80.000.000	Año 1
	Red de puntos de información del destino	Articular la información de manera permanente de prestadores de servicios turísticos presentes en la región. Contar con un sistema de información y registro para el monitoreo de cifras y estadísticas del destino articulados al observatorio del destino. Mantener actualizada la información de atractivos y facilidades de disfrute de estos en cada territorio. Promover la articulación con los consejos comunitarios locales para que sean gestores de información turística local en cada territorio. Contar con un sistema de información de intranet para la red de puntos de información sobre el destino. Contar con material gráfico de impresión y divulgación permanente	\$ 800.000.000	Año 2, 3 y 4
	Infraestructura de información turística del destino	El proyecto se relaciona a la adecuación, instalación y/o mantenimiento de puntos de información turística en el destino.	\$ 240.000.000	Año 1, 2,3 y 4

6.3 PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Ordenamiento turístico	Promover un marco normativo que facilite el desarrollo del sector turístico en el territorio	Considerar la actividad turística como eje de desarrollo integral en los Planes de Gobierno Municipal a gestarse en el periodo 2016-2019.	\$ 120.000.000	Año 1
		Incluir transversalmente el turismo como parte fundamental de los POT, avanzando en la definición de usos de suelo turístico, áreas de urbanización, ampliación de redes de servicios, accesibilidad, equipamiento, condiciones de urbanización y relacionando inversiones compatibles con el entorno.		
		Reglamentación de la actividad turística, incluyendo definición de capacidades de carga de los sitios y de la oferta de prestadores por tipología.		
		Reglamentación para el uso de espacios dispuestos al turismo		
		Reglamentación concertada sobre las normas de comportamiento turístico en el territorio		
	Ordenamiento de playas zonas costeras en el Pacífico y Atlántico Chocóano	Sensibilización ciudadana para desarrollar en forma ordenada la actividad turística. Elaboración de un estudio y plan de ordenamiento de playas y riberas en general	\$ 475.000.000	Año 1 y 2
		Creación de comités de playas con la participación de prestadores de servicios y comunidades étnicas locales que se relacionen a cada lugar		
		Propuesta de construcción participativa para el Ordenamiento de la Zona Costera y sus componentes Creación de ordenanzas y reglamentos turísticos para el uso de los espacios Aplicación de la normativa existente para recuperar zonas de playa y riberas		
Fortalecer el marco normativo y mecanismos de control para la operatividad del producto	Definición de protocolos, manuales planes operativos de atención, mecanismos de control y verificación y retroalimentación de la experiencia.	\$ 180.000.000	Año 2, 3 y 4	

6.3 PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Conservación y uso sostenible de ecosistemas estratégicos para el disfrute turístico	Equipamiento de playas	Proyecto de dotación de equipamiento.	\$600.000.000	Año 2, 3 y 4
	Implementación de lineamientos establecidos en las normas técnicas de sostenibilidad en playas	Implementación de lineamientos en 4 playas de gran representatividad en el territorio, con miras a un proceso de certificación	\$800.000.000	Año 2,3 y 4
	Plan de manejo de las áreas naturales de la sociedad civil, comunidades indígenas y afrodescendientes	Como primer paso se deberá hacer una selección de las áreas naturales más frágiles y que tienen una tasa de visita más elevada, de manera de implementar los planes de manejo de forma priorizada. Esta selección se realizará sobre el material ya desarrollado por las distintas instituciones del Departamento.	\$240.000.000	Años 1y 2
		Definir un plan de manejo de los visitantes, según los criterios ambientales de las áreas de uso turístico.		
Piloto de implementación de un modelo de contribución para servicios eco sistémicos en territorios colectivos de alta incidencia turística	La acción es básicamente asistencia técnica especializada para el establecimiento colectivo del modelo de retribución condicionada, incluye la etapa de identificación, diseño de los servicios eco sistémicos, validación de la demanda, definición de condiciones de contraprestación y establecimiento del mecanismo de operación y gestión.	\$90.000.000	Año 2	

6.3 PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Conservación y uso sostenible de ecosistemas estratégicos para el disfrute turístico	Centros de control y monitoreo eco sistémico	Identificar las necesidades y oportunidades de monitoreo eco sistémico en los escenarios de disfrute turístico.	\$220.000.000	Año 3 y 4
		Identificar la red de actores clave que aporten en los territorios a los procesos de control y monitoreo.		
		Identificar las necesidades de equipos técnicos necesarios para la consolidación, control y monitoreo.		
		Propiciar el monitoreo colectivo realizado por los habitantes locales y los turistas visitantes de las zonas		
		Establecer procesos de digitalización y divulgación permanente de la información recaudada.		
		Definir mecanismos de interacción entre las comunidades y/o los visitantes y posibilitar su participación en el proceso de monitoreo.		
		Sensibilizar a las comunidades locales y a prestadores de servicios turísticos.		

6.3 PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Conservación y uso sostenible de ecosistemas estratégicos para el disfrute turístico	Red de conservación ambiental del Chocó Biogeográfico	Diseño de la red de conservación ambiental del Chocó biogeográfico.	\$240.000.000	Año 1 , 2, 3 y 4
		Definición de mecanismos de oferta y sustentabilidad de esta red a partir de su vínculo con el ejercicio de la actividad turística (bonos, comercialización de suvenires, servicios eco sistémicos u otros).		
		Campaña de marketing de la red de conservación y el aporte turístico a la causa regional.		
		Creación de material didáctico que apoye la campaña personalizada de sensibilización los visitantes, a ser distribuido en todos los establecimientos turísticos.		
		Evento anual de socialización de la campaña de concientización y ampliación de la red de conservación.		
		Desarrollo de herramientas de seguimiento y monitoreo		

6.3 PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Conservación y uso sostenible de ecosistemas estratégicos para el disfrute turístico	Red de Custodios	Identificación de los escenarios de custodio y sus necesidades (de intervención, mantenimiento y gestión).	\$320.000.000	Año 1 , 2, 3 y 4
		Identificación de actores relacionados a los escenarios, directos e indirectos.		
		Diseño de las estrategias de adopción comunitaria o custodio de escenarios, estableciendo parámetros, responsabilidades y beneficios.		
		Promover espacios de encuentro de custodios, banco de buenas prácticas y casos de éxito.		
		Es importante vincular estas prácticas sociales de custodio a modelos de usufructo en la cadena de valor a través de emprendimientos tanto comunitarios como empresariales.		

6.3 PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Articulación de las comunidades étnicas y aprovechamiento de los recursos culturales en el turismo de manera sostenible	Elaboración de planes de manejo en espacios de intercambio cultural de alto impacto (La Jagua)	Procesos de sensibilización con las comunidades sobre las oportunidades que genera el turismo.	\$ 180.000.000	Años 1
		Concertación sobre las experiencias turísticas que se decida compartir.		
		Definición de la capacidad de carga turística de la zona, para que no afecte la cotidianidad de las comunidades,		
	Sensibilización a la comunidad en la salvaguardia del patrimonio cultural y mitigación de riesgos en el ejercicio del turismo.	Procesos de caracterización y rescate de memoria local frente a expresiones de la cultura propia.	\$ 240.000.000	Año 1, 2, 3 y 4
		Establecer escenarios de diálogo intercultural que permitan resaltar los elementos de cada cultura y compartirlos con otras que pervivan o visiten el territorio.		
		Diseñar cartillas articuladas a las guías de observación e interpretación cultural que permitan divulgar, fomentar y dar a		
Realizar un evento anual de intercambio cultural y re-significación de las tradiciones propias en cada territorio.				

6.3 PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Participación comunitaria en la cadena de valor del sector turístico	Acompañamiento y potencialización del emprendimiento local comunitario	Promover emprendimientos especializados o complementarios a la cadena de valor de cada producto en los territorios.	\$ 800.000.000	Años 1, 2, 3 y 4
		Definición del Modelo de turismo comunitario a implementar en el Departamento:		
		Incubadora de Micro-empresas para desencadenar actividad económica y productiva turística de las comunidades.		
		Asistencia a la comercialización en la que las comunidades reciban un apoyo y acompañamiento permanente para mejorar sus estrategias de ingreso al mercado		
Turismo responsable para el desarrollo sostenible	Creación de manuales de comportamiento turístico y mitigación de riesgos culturales y ambientales en el destino	Selección de las expresiones culturales y territorios ambientalmente más frágiles y que tienen mayor riesgo de impacto negativo en el intercambio. Esta selección se realizará sobre las investigaciones y trabajo consensuado entre las comunidades interesadas en participar como parte de la oferta turística.	\$ 180.000.000	Años 2 y 3
		Concertación con las comunidades de frente a las expectativas y límites del comportamiento del visitante en el destino, definición de máximas esperadas y mínimas permitidas.		
		Identificación de información relevante para mitigar los posibles riesgos del ejercicio turístico en el destino, definiendo parámetros de atención de emergencias, contactos, recomendaciones de viaje u otras.		
	Plan de manejo y aprovechamiento de residuos sólidos en el territorio	Elaborar un diagnóstico sobre las condiciones sanitarias actuales, con especial énfasis en lo referente a la disposición y tratamiento de sólidos en el sector poblado y en las áreas de playa.	\$ 560.000.000	Año 1
		Diseñar un plan para la recolección y tratamiento de las basuras domiciliarias, comerciales e institucionales a nivel de los centros poblados.		
		Diseñar un plan de recolección y tratamiento de los residuos sólidos depositados sobre las áreas de disfrute turístico y sus entornos.		
Creación del sello de proveeduría responsable		Diseñar un programa de aprovechamiento de residuos no tratables y materiales reciclables	\$ 180.000.000	Año 1, 2, 3 y 4
		Limpieza y recuperación de las áreas invadidas por basuras provenientes del mar y del continente		
		Equipamiento de zonas de playa para la recolección de las basuras depositadas por las mareas y las producidas por la actividad turística y recreativa.		

		Señalización sobre restricciones, usos de áreas e infraestructuras a los largo de las playas.		
		Recuperación de zonas comunes invadidas por negocios no estables.		
		Propuestas para sitios de almacenaje y botaderos amigables		
		Sistemas de reciclaje y selección para comercialización		
		Mecanismos de comercialización y transporte		
		Procesos administrativos para la operación del sistema.		

6.4 PROGRAMA DE CALIDAD				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Capacitación para el turismo de Chocó	Diplomado de formación integral en desarrollo turístico	Turismo comunitario	\$ 420.000.000	Año 1 y 2
		Conformación de organizaciones		
		Investigación de mercados y diseño de productos turísticos		
		Servicio al cliente, según el área de desempeño		
		Buenas prácticas nacionales e internacionales		
		Desarrollo empresarial		
		Comercialización de productos turísticos		
		Investigación aplicada y generación de contenidos		
		Guianza turística especializada		
		Inglés para el turismo		
		Manipulación de alimentos y aquellas que sean requeridas para mejorar las competencias del sector		
		Búsqueda de financiamiento		

6.4 PROGRAMA DE CALIDAD				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Estándares de calidad turística para el Chocó	Nivelación de estándares de calidad	Identificación de las actividades turísticas que cuentan con estándares a nivel nacional	\$ 280.000.000	Año 3 y 4
		Estructurar las herramientas de evaluación y autoevaluación para las empresas del Chocó involucradas según la normativa nacional		
		Definir los mecanismos de soporte a las nuevas empresas turísticas que surjan en el destino		
		Divulgación a los prestadores de servicios de las herramientas de evaluación y auto-evaluación.		
		Definir un plan de mejora para las empresas que no estén cumpliendo con las normas nacionales, con unos objetivos mínimos a conseguir en el corto y medio plazo a partir de los resultados de su autoevaluación.		
		Dar seguimiento a inspecciones posteriores de mejora, y establecer una penalización que obligue a la empresa adaptarse al cumplimiento de la norma		
		Definir mecanismos de interacción entre las comunidades y/o los visitantes y posibilitar su participación en el proceso de monitoreo.		
		Sensibilizar a las comunidades locales y a prestadores de servicios turísticos.		
	Tipificar visibilizar y facilitar la formalización de prestadores de servicios turísticos	Definición de perfiles de prestadores activos en el destino	\$ 380.000.000	Año 1 y 2
	Adopción e implementación de sellos de calidad y de especialización de la oferta		Definir del nombre del sello, con base en lo más demandado por el mercado, y según el consenso entre los actores locales.	\$ 320.000.000
Definir los requisitos de certificación y empresas que pueden participar, las características de operación, de sostenibilidad, de componentes de organización, comerciales, de servicio y de capacitación de empleados y guías.				
Identificar las temáticas sobre las cuales crear los sellos: responsabilidad social, ambiental, calidad, especialización por producto (Club de productos)				
Creación de un manual de implementación, requisitos para solicitarlo y estándares de medición				
Divulgar en las zonas de alto flujo turístico los sellos creados y los mecanismos de acceso				
Capacitar y acompañar a los interesados para certificarse a los sellos				
Facilitar las herramientas de autoevaluación, seguimiento y verificación para el otorgamiento de los sellos				
Sistema de beneficios para los sellos de calidad desarrollo y los establecimientos que se adhieren: Mayor exposición, reconocimientos públicos, fondos para promoción, incentivos.				

6.4 PROGRAMA DE GOBERNANZA Y GESTIÓN				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Institucionalidad en el sector turístico del Chocó	Fortalecimiento al liderazgo institucional	Elevar el cargo de coordinador de turismo, hoy dependiente de la Secretaría de Desarrollo Económico, a Secretaría de Turismo, para lo que el proyecto contempla un análisis de reestructuración administrativa.<<<<<<	\$ 35.000.000	Año 1 y 2
	Diálogo público - privado - comunidad	Identificación y concertación de representantes	\$ 250.000.000	Años 1, 2, 3 y 4
		Oficializar la Mesa sectorial de turismo y crear los comités locales de turismo		
		Desarrollar dinámicas de trabajo (resolución de conflictos, negociación)		

6.4 PROGRAMA DE GOBERNANZA Y GESTIÓN				
Proyecto	Subproyecto	Acciones	Valor	Año inversión
Generación de capacidades para la atracción de inversión turística al departamento	Unidad de captación de recursos y presentación de proyectos para la financiación del desarrollo turístico de Chocó	Desarrollo de una base de datos de fuentes de financiamiento (Fondos públicos, cooperación internacional, capital semilla no re-embolsable)	\$ 180.000.000	Años 1, 2, 3 y 4
		Presentación de proyectos		
		Acompañamiento		
		Identificación de opciones de microcrédito		
TOTAL PLAN			\$26.520.000.000	

9 Bibliografía

ALCALDÍA MUNICIPAL DE ACANDÍ "Plan de Desarrollo municipio de Acandí – Chocó 2012-2015; "Unidos por el desarrollo sostenible" . 2012.

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BAHÍA SOLANO; "Plan de Desarrollo Municipal 2012 -2015 "Por que el desarrollo si es posible" 2012.

ALCALDÍA MUNICIPAL DE ISTMINA; Plan de desarrollo territorial Istmina – Chocó 2012-2015. "Istmina una empresa de todos". 2012.

ALCALDÍA MUNICIPAL DE NUQUÍ; Plan de desarrollo 2012-2015. "Desarrollo con equidad social" 2012.

ALCALDÍA MUNICIPAL DE QUIBDÓ; "Plan de desarrollo multiétnico, económico, social, y de obras publicas – Quibdó mía, Unido, equitativo y acogedor 2012 -2015" 2012.

ALCALDÍA MUNICIPAL DE QUIBDÓ. "Plan de Ordenamiento Territorial". Chocó

AMADEUS. "Future Traveller Tribes 2030: Building a more rewarding journey". 2015. Disponible en: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/amadeus-traveller-tribes-2030-airline-it.pdf>

AMADEUS. "Future Traveller Tribes 2030: Understanding tomorrows traveller". Disponible en: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/travel-report-future-traveller-tribes-2030.pdf>

ANDREW Dier. Moon Colombia, Avalon Travel. 2014.

BRAVO MONTILLA Ángela María, RINCÓN AMBROSIO David Ernesto; Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia; Universidad del Rosario. 2013.

BONET Jaime, Economías del Pacífico colombiano, Banco de la República. 2008.

CÁMARA DE COMERCIO DEL CHOCÓ. "Estudio empresarial de caracterización subregional de prestadores de servicios turísticos del Departamento del Chocó". Chocó, 2015

CÁMARA DE COMERCIO DEL CHOCÓ. "Turismo de naturaleza – "Documento del Cluster". Chocó 2015.

DEFENSORÍA DEL PUEBLO. "Diagnóstico, valoración y acciones de la Defensoría del Pueblo, crisis humanitaria en Chocó". Colombia 2014

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DANE. "Encuestas anual de gasto turístico" Colombia, 2013.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DANE. "Proyecciones municipales por sexo y grupos de edad, 1985-2020". Colombia

DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS, DANE. "Censo 2005, actualización de cifras cabecera y resto" Colombia, 2011

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN "Plan de desarrollo – Todos por un nuevo país 2014-2018". Colombia, 2014.

DONAIRE José Antonio, GORDI Josep; Bosque y Turismo, Boletín de la A.G.E No 35, Universidad de Girona. 2003.

EGERTON Alex, RAUB Kevin, Masters TOM. "Lonely Planet Colombia", Geoplaneta, Colombia, 2014

GALTUNG, Johan. "Paz por medios pacíficos: paz y conflictos desarrollo civilización". Traducción del Inglés: Teresa Toda. Gernika Gogoratuz. Centro de Investigación por la Paz. Oslo, 1996

GOBERNACIÓN DEL CHOCÓ. "Bases del Plan de desarrollo 2012 -2015 Gobernación del Chocó". 2012.

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES MARINAS Y COSTERAS JOSÉ BENITO VIVES DE ANDREIS. "Caracterización de actores y sus roles y análisis de procesos de información e inventario de infraestructura para la construcción de la propuesta de redes de entidades y personas, Sistema de Información Ambiental Territorial del Pacífico Colombiano". 2007.

LAWRENCE Pratt . "Logros y retos del Turismo Costarricense". Costa Rica, 2002.

LUENGAS Carolina, GISE Ingrid, OVALLE Andrés. "Plan de comunicación para el ecoturismo en el Pacífico Colombiano". Tesis de grado de Especialización en economía corporativa -Politécnico Grancolombiano, Bogotá; Colombia. 2009.

MENDOZA RICO, Diego, "Alojamientos nativos para el ecoturismo en el pacifico colombiano". Colombia. 1997.

MENDOZA RICO, Diego, "Estudio turístico del Pacífico Colombiano". Colombia. 1970.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. "Colombia Guía Turística", Puntos suspensivos editores, Bogotá. 2015.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. "Convenido de competitividad turístico departamento de Chocó". Colombia, 2009.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. "Guía de turismo Religioso". Colombia, 2011

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, "Guía Turística Chocó" Colombia ,2014.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. "Informe Turismo. Oficina de estudios económicos". Colombia, 2015.

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO." Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario". Colombia, 2012

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. "Perfil económico Chocó – Oficina de estudios económicos". COLOMBIA, 2015

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. "Plan Nacional de Turismo Náutico". Colombia, 2013.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. "Plan sectorial de

Turismo 2014-2018, Turismo para la construcción de la paz". Colombia, 2014.

MINISTERIO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES "Informe de penetración de Internet". Colombia, 2014.

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE. "Política nacional para la gestión integral de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos (PNGIBSE)". Colombia. Disponible en http://www.humboldt.org.co/images/pdf/PNGIBSE_esp%C3%B1ol_web.pdf

NATURLIFE MEDIO AMBIENTE. "Manual turismo sostenible" 2005

OSPINA DÍAZ Milton Ricardo, MORA Ricardo, ROMERO INFANTE Jaime Alberto. "Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturismo en Colombia por parte de las agencias de turismo localizadas en Bogotá". D.C. Cuadernos Latinoamericanos de administración volumen IX.

ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS. "Convenio sobre la Diversidad Biológica 1992". Disponible en: <https://www.cbd.int/doc/legal/cbd-es.pdf>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. "Gestión del Patrimonio Mundial Cultural" Francia 2014

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO/ COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO "Manual sobre Branding de destinos turísticos". Madrid , 2001

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO/ COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO. "Manual de desarrollo de productos turísticos" Madrid, 2013.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO/ COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO. "Handbook on E- marketing for Tourism Destination – Fully revised and extended version 3.0". España, 2014

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. "Cooperación y asociación en el turismo: Una perspectiva mundial". Madrid, 2004.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "Manual Internacional de Turismo y Paz". Madrid 2014

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "Practical Guide for the Development of Biodiversity – based Tourism Products". Alemania, 2011

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "Turismo de cruceros, situación actual y tendencias". Madrid, 2008

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. "Turismo y patrimonio cultural inmaterial" Madrid, 2013

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA "Plan Pazcífico". Colombia 2014

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL MEDIO AMBIENTE. "Por un turismo sostenible, Guía para responsables políticos". 2006.

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS; A practical guide to tourism destination Management". 2007.

PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA. Plan de Negocios de turismo de Naturaleza para Colombia. 2013

PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA. "Plan de Negocios de Turismo de Bienestar". Colombia 2013

PROCOLOMBIA "Cartilla de oportunidades Chocó. Colombia". Colombia, 2015

PROEXPORT COLOMBIA. "Informe turismo extranjero en Colombia cifras de 2012". Dirección de información Comercial – inteligencia de mercados. Colombia, 2012.

PROPIN FREJOMIL Enrique, SÁNCHEZ CRISPIN Álvaro. "Tipológicas de los destinos turísticos preferenciales en México". Universidad de Murcia, 2007.

SYNERGY CONSULTORES. "Manual práctico de turismo sustentable". 2013.

SISTEMA NACIONAL DE TURISMO DE CHILE. "Serie de guías de responsabilidad social para empresas de turismo de Chile". 2012.

UNIÓN INTERNACIONAL PARA LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA. "Guidelines for Management Planning of Protected Areas de la UICN" 2003

UNIÓN TEMPORAL ALIANZA PROGRESO AFRO_Comisión de Estudio. "Plan Nacional de Desarrollo Comunidades Afrocolombianas Negras, Raizales y Palenqueras 2010-2014". Colombia 2010

UNIVERSIDAD DEL VALLE. "Prevención de la violencia, perfil municipio del Quibdó". Cali 2003.

FISAS, Vicenc. "Cultura de Paz y gestión de los conflictos". Icaria Editorial. Barcelona, 2001

10 Anexo

Fuentes potenciales de financiación o inversión para el desarrollo turístico del territorio

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
Alemania	Embajada de Alemania	Convocatoria: Microproyectos	El objetivo de los microproyectos es el fomento del desarrollo social y económico en Colombia y ellos hacen parte del compromiso en materia de política de desarrollo del Gobierno Federal. Mediante este instrumento, la Embajada lleva a cabo proyectos en responsabilidad propia y de manera flexible y rápida, reaccionando con ello a las necesidades básicas de la población más pobre y vulnerable. Los microproyectos deben tener efecto inmediato y ser sostenibles. Se financia hasta 25.000 Euros	Enfocados en la población pobre y marginada, proyectos de organizaciones que no estén en capacidad de desarrollar totalmente y que involucren a los beneficiarios	Sólo un proyecto por entidad, si lo aprueban sólo se puede volver a aplicar en 5 años. No debe haber sido iniciado con anterioridad y debe cumplirse en un año calendario a partir de la aprobación del proyecto. NO apoya: Gastos de personal de la entidad solicitante, Gastos administrativos, Instrumentos musicales, Grabación de videos o Cds, Materiales de oficina, Seminarios y capacitaciones en general, Programas de reforestación, criaderos de peces u otros animales, Semillas o plántulas para proyectos agrícolas, Bienes de consumos, créditos, hipotecas, arriendos de inmuebles compra de lotes o finca raíz, obras de construcción, compra de insumos y materia prima para empresas privadas, apoyo a familias o personas	http://www.bogota.diplo.de/Vertretung/bogota/es/07EZ/InfoUeberKleinprojekte/_UeberKleinprojekte.html

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
					individuales, ayuda humanitaria, alimentaria o apoyo en emergencias	
Australia	Embajada de Australia en Chile	Convocatoria: Direct Aid Program - DAP	La Embajada de Australia en Chile cuenta con un pequeño programa de fondos, conocido como Programa de Ayuda Directa. Su objetivo es entregar asistencia a proyectos/actividades de desarrollo en pequeña escala que tengan un carácter productivo y estén orientados a la superación de la pobreza. Se trata de un fondo concursable que una vez al año selecciona proyectos presentados por entidades privadas, con personalidad jurídica, sin fines de lucro y con una cuenta bancaria corporativa, de Chile, Colombia, Venezuela y Ecuador.	Ejemplos de áreas programáticas a las que más probablemente se otorgarán fondos son: salud comunitaria, educación, obras de infraestructura de pequeña escala, desarrollo rural y medioambiente.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conferencias locales o en Australia. 2. Viajes de estudio, tarifas aéreas o de otro medio de transporte. 3. Cursos universitarios locales o en Australia. 4. Compra de equipos, máquinas o vehículos en general (incluyendo televisores, cámaras fotográficas, de video, computadores, proyectoras, etc.). 5. Cualquier tipo de sueldos o dinero para el pago de determinadas personas (incluyendo becas y/o salarios). 6. Ningún tipo de premio en dinero u otras especies. 7. Gastos administrativos (arriendo de oficina, luz, agua, gas, teléfono, repuestos, provisiones, alimentos, mantención y reparaciones, transporte/pasajes, peajes, bencina, estacionamiento, etc.) 8. Pagos de sueldos o remuneraciones de cualquier tipo a gerentes, consultores, consejeros, monitores, supervisores, 	

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
					<p>etc. si dicho pago constituyere un componente de gasto significativo.</p> <p>9. Cualquier gasto relativo a la inauguración del proyecto, incluyendo gastos de lanzamiento, alimentación y la placa recordatoria.</p> <p>10. Actividades deportivas y/o culturales.</p>	
Coloambi	Bancolde x	<p>Bancoldex es el banco de desarrollo empresarial colombiano. Diseña y ofrece nuevos instrumentos, financieros y no financieros, para impulsar la competitividad, la productividad, el crecimiento y el desarrollo de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas colombianas, ya sean exportadoras o del mercado nacional.</p> <p>1.</p>	<p>Las empresas del sector turismo que tienen necesidad de realizar inversiones a corto, mediano y largo plazo, tendrán condiciones de tasa de interés más baja, en el cupo especial de crédito por 100 mil millones de pesos, dispuesto por el Gobierno Nacional, a través de Bancoldex, para aumentar su competitividad y productividad.</p>	<p>Este beneficio busca apoyar la estrategia liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, de posicionar al país como destino turístico de clase mundial. Los créditos los pueden solicitar las empresas del sector, como hoteles, hostales, centros vacacionales, apartamentos turísticos, posadas, fincas turísticas y/o alojamiento rurales; parques temáticos y centros de convenciones; clínicas o spa para turismo de salud y bienestar; restaurantes; agencias de viajes y turismo, agencias de viajes mayoristas y agencias de viajes operadoras; transporte terrestre especializado en turismo y parques ecoturísticos, que cuenten con el Registro Nacional de Turismo.</p>		<p>https://www.bancoldex.com</p>

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
Colombia	Fundación Natura Colombia	La Fundación Natura tiene la misión de contribuir a la conservación la diversidad biológica de Colombia y a la búsqueda de alternativas de uso sostenible de los recursos naturales.	Promueve e implementa proyectos para la generación de conocimiento; la integración, divulgación y socialización de la información; la promoción de la organización y gestión local y la capacitación y actualización permanente. Para adquirir la influencia política y ejecutar dichos proyectos, debe conseguir los recursos a través del apoyo, el reconocimiento y la cooperación necesaria, soportándose en una labor administrativa eficiente y en procesos participativos con los actores involucrados y manteniendo una visión integradora.	Procesos de planificación ecorregional y ordenamiento territorial, estrategias para la conservación, el manejo y el monitoreo de la biodiversidad, Proyectos de cambio climático en el uso del suelo asociados a la mitigación de emisiones de carbono, Herramientas e incentivos para la conservación en tierras privadas, Asistencia técnica y promociones de sistemas productivos sostenibles, Apoyo en la construcción de políticas públicas ambientales, Capacitación, educación ambiental y ednoeducación, Ecoturismo y turismo sostenible, Fortalecimiento de áreas de reserva y estaciones de investigación propias, Planes maestros de áreas protegidas públicas y privadas, Diseño de estrategias para conformación de corredores biológicos.		http://www.natura.org.co/
Colombia	Fondo Nacional de Turismo	El Fondo Nacional de Turismo es una cuenta creada con la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo – y modificada por las leyes 1101 de 2006 y 1558 de 2012, para administrar principalmente los recursos de la	El acceso a estos recursos es a través de la presentación de proyectos, que pueden presentar únicamente los sectores aportantes de la contribución parafiscal, los gremios que agrupan a los aportantes de la contribución parafiscal, las entidades territoriales, las entidades mixtas de promoción turística, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo,	Los recursos del FONTUR pueden solicitarse para proyectos que se enmarquen dentro de las siguientes dos líneas estratégicas de la Entidad: 1) Mejoramiento de la competitividad turística y 2) Fortalecimiento del mercadeo y la promoción turística. Adicionalmente, y de acuerdo con las disposiciones de ley 679 de 2001 y 1101 de 2006, una partida especial, proveniente de	Proyectos presentados por empresas que no hacen el aporte parafiscal del sector turístico definido por la ley 1101 de 2006, cualquier otro proyecto presentado por actores diferentes a los mencionados en "temas que apoya".	http://www.fontur.com.co/

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
		contribución parafiscal y el impuesto al turismo. Estos recursos se utilizan para la ejecución de proyecto de promoción y mercadeo turístico y fortalecimiento y mejora de la competitividad del sector, con el fin de incrementar el turismo receptivo y el turismo doméstico de acuerdo con los lineamientos de la "Política Turística" definidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Proexport y la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística. Los proyectos que se presentan deben cumplir con los parámetros establecidos en el Manual para la destinación de recursos y presentación de proyectos. Todos los proyectos deben ser aprobados por el Comité Directivo del Fondo. Aunque la presentación de proyectos está abierta todo el año, las entidades territoriales tienen un plazo límite para la presentación de proyectos relacionados con la línea estratégica 2) fortalecimiento del mercadeo y la promoción turística. Este plazo es anunciado por el FONTUR al inicio de cada año, directamente a las entidades territoriales.	las multas, de los recursos parafiscales y de los fiscales se invertirá en la prevención de la explotación sexual de la infancia y la adolescencia en el turismo.		
Colombia	Innpulsa	El Fondo de modernización e innovación para las micro, pequeñas y medianas empresas, denominado "INnpulsa Mipymes" asumió la operación del anterior fondo denominado FOMIPYME. Este fondo es	Los emprendimientos dinámicos innovadores EDI son emprendimientos con visión global, que resuelven o crean necesidades de mercado, y se caracterizan por su alto potencial de crecimiento rápido, rentable y sostenido. Están basados en la innovación y tienen la capacidad de crear y capturar valor extraordinario. En términos prácticos, deben cumplir mínimo con los siguientes números: 1. Margen Operativo superior al	Emprendimientos dinámicos innovadores.	Cualquier otro tipo de proyecto no relacionados con los EDI	www.innpulsa.com

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
		<p>administrado por Bancoldex, y sus objetivos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> Promover un cambio en la cultura y mentalidad alrededor del emprendimiento y la innovación Ampliar y fortalecer los mecanismos de financiación que contribuyan a crear, transformar y consolidar emprendimientos dinámicos, rentables y de alto crecimiento sostenido. <p>Innpulsa apoya a empresas de todos los tamaños y a las regiones para que apalancadas en la innovación y el emprendimiento sean más competitivas.</p> <p>Convocatoria: Innpulsa maneja diferentes convocatorias de acuerdo con el tamaño de las</p>	<p>8%.</p> <ol style="list-style-type: none"> Potencial de llegar a vender al menos \$4.000 millones entre los primeros 5 a 10 años. Promedio histórico de margen operativo mayor al 4%. Empleados con ingresos superiores a 3X el SMMLV (X= 1 SMMLV). <p>Los proyectos deben ser presentados a través de Instituciones de Apoyo al EDI Certificadas directamente por Bancoldex. El listado de instituciones se encuentra publicado en la página web de Innpulsa.</p>			

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
		empresas y con el tipo de entidad. Convocatoria "Emprendimiento Dinámico Innovador".				
Colombia	Innpulsa	El Fondo de modernización e innovación para las micro, pequeñas y medianas empresas, denominado "iNNpulsa Mipymes" asumió la operación del anterior fondo denominado FOMIPYME. Este fondo es administrado por Bancoldex, y sus objetivos son: 3. Promover un cambio en la cultura y mentalidad alrededor del emprendimiento y la innovación 4. Ampliar y fortalecer los mecanismos de financiación que contribuyan a crear, transformar y consolidar emprendimientos	5. iNNpulsa Mipyme es el Fondo de Modernización e Innovación para las Micros, Pequeñas y Medianas empresas. Desde esta área trabajan con el apoyo de entes territoriales, gremios, cámaras de comercio y asociaciones de apoyo a las Mipymes. Trabajan a través de convocatorias abiertas hasta agotar recursos para la cofinanciación no reembolsable de programas, proyectos y actividades dirigidos a la innovación, modernización y competitividad de las Mipymes, apoyan a los empresarios que quieren conquistar nuevos mercados a través de la identificación de nuevas oportunidades de negocio.	Las líneas temáticas que apoya iNNpulsa MiPyme se concentran en la innovación empresarial de nuevos productos o servicios, el mejoramiento significativo de productos o servicios, y la modernización para el desarrollo de proveedores, distribuidores y encadenamientos productivos de las micros, pequeñas y medianas empresas, con más de dos años de operación.	Cualquier otro no definido en temas que apoya y en la convocatoria disponible en la página web.	www.innpulsa.com.co

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
		<p>dinámicos, rentables y de alto crecimiento sostenido.</p> <p>Innpulsa apoya a empresas de todos los tamaños y a las regiones para que apalancadas en la innovación y el emprendimiento sean más competitivas.</p> <p>Convocatoria: innpulsa maneja diferentes convocatorias de acuerdo con el tamaño de las empresas y con el tipo de entidad. Convocatoria "MiPymes".</p>				
Colombia	Agencia Presidencial para la Cooperación Internacional - APC	<p>La APC es la entidad de gobierno encargada de gestionar recursos internacionales de cooperación para el sector público y privado de Colombia. Apoya básicamente en tres aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Asesoría en la formulación, 	<p>La APC no maneja unas líneas de acción específicas, pues estas dependen de las entidades de cooperación a las cuales se presenta el proyecto.</p> <p>En este sentido, sirve como un canal de comunicación y gestión para llegar a los recursos de cooperación internacional disponibles para diferentes aspectos sujetos de recursos de cooperación.</p>	<p>La APC tiene principalmente en cuenta los siguientes aspectos para el apoyo de los proyectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Que esté alineado con la Estrategia Nacional de Cooperación Internacional. 3. Que tenga recursos de cooperación internacional aprobados, asignados o en ejecución, para la vigencia en la cual se solicita la contrapartida (en este caso particular). 4. Que tenga identificado el 		<p>http://www.apccolombia.gov.co</p>

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
		<p>promoción y gestión de programas y proyectos de cooperación internacional (herramienta importante para municipios y departamentos y razón por la que se incluye en este documento).</p> <p>2. Apoyo en la negociación de proyectos de cooperación internacional.</p> <p>3. Apoyo para la incorporación de recursos de cooperación al Presupuesto Nacional.</p> <p>Asignación de recursos de contrapartida a proyectos de cooperación, cuando la entidad de cooperación lo solicita.</p>		<p>componente de evaluación y seguimiento basado en resultados.</p> <p>5. Que incluya acciones para garantizar la sostenibilidad frente a los beneficios del proyecto.</p> <p>6. Proyectos que fomenten temas y zonas que normalmente no son priorizados por la cooperación internacional.</p> <p>7. Proyectos que promuevan alianzas estratégicas público privadas.</p> <p>Además, la APC prefiere hacer parte de la gestión de los proyectos desde su formulación inicial, para asegurar el éxito de la consecución de los recursos.</p>		
Colombia	Innpulsa	El Fondo de modernización e innovación para las micro, pequeñas y medianas	Propicia la definición de estrategias regionales para el crecimiento empresarial, generando habilidades para la competitividad, la innovación y el	Varia de acuerdo a convocatoria.		www.innpulsa.com

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
		<p>empresas, denominado "INNpulsar Mipymes" asumió la operación del anterior fondo denominado FOMIPYME. Este fondo es administrado por Bancoldex, y sus objetivos son: Promover un cambio en la cultura y mentalidad alrededor del emprendimiento y la innovación Ampliar y fortalecer los mecanismos de financiación que contribuyan a crear, transformar y consolidar emprendimientos dinámicos, rentables y de alto crecimiento sostenido.</p> <p>Innpulsar apoya a empresas de todos los tamaños y a las regiones para que apalancadas en la innovación y el emprendimiento</p>	<p>emprendimiento. El trabajo lo realizan a través de las ORGANIZACIONES (públicas y privadas) de Colombia: Comisiones Regionales de Competitividad, Cámaras de Comercio, Universidades, Centros de Desarrollo Tecnológicos, incubadoras, Alcaldías, Gobernaciones, Gremios, Centros Regionales de Productividad, entre otros.</p>			

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
		sean más competitivas. Convocatoria: iNNpuls maneja diferentes convocatorias de acuerdo con el tamaño de las empresas y con el tipo de entidad. Convocatoria "Fortalecimiento Regional".				
Canadá	Canadian International development agency Global Affairs Canada	Agencia canadiense líder para asistencia para el desarrollo. Busca administrar los recursos y el apoyo de ese país de forma efectiva y lograr resultados sostenibles.	Los requisitos dependen de la línea de proyecto. Para Chocó se recomienda explorar la procción del crecimiento económico sostenible. – especialmente en: Genreación de capacidades para el manejo sostenible de los recursos natuarales e gualdad de género y	Seguridad alimentaria Niñez y juventud Promoción del crecimiento económico sostenible – Democracia Estabilidad y seguridad		http://www.international.gc.ca/development-developpement/funding-financement/funding-fin.aspx?lang=eng
Corea	Corea Agencia de Cooperación Internacional - KOICA	La Agencia Coreana de Cooperación Internacional – KOICA, es la encargada de implementar los programas de subvenciones y cooperación técnica para los países en	Se definen los proyectos en el marco de las áreas prioritizadas entre los dos Gobiernos y se coordina la formulación entre APC-Colombia, KOICA y la entidad beneficiaria. Para Chocó el propósito es que se busque la cooperación en la temática de desarrollo económico, medio ambiente y desarrollo rural	Desarrollo rural, Educación, Medio Ambiente, Salud, Desarrollo Económico y Empleo, Apropiación de TIC, Prevención y atención de desastres, Control y eliminación de la contaminación, Bienes sociales y públicos. Actividades de asistencia técnica vinculada a la construcción de capacidades propias en Colombia.		https://www.nodoka.co/es/organizaciones/korea-international-cooperation-agency-agencia-de-cooperacion-internacional-de-corea

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
		desarrollo impulsados por el gobierno de Corea.				
España	Agencia Española de Cooperación internacional para el desarrollo -AECID	AECID, es una entidad de derecho público adscrita al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España, a través de la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional y para Iberoamérica, SECIPI. Su objeto es el fomento, la gestión y la ejecución de las políticas públicas de cooperación internacional para el desarrollo, dirigidas a la lucha contra la pobreza y la consecución de un desarrollo humano sostenible en los países en desarrollo.	Las entidades públicas interesadas en acceder a este tipo de ayuda deben contactar a APC Colombia o a la Oficina Técnica de Cooperación (AECID) de la Embajada de España para identificar posibles acciones de apoyo en el marco de las 4 líneas prioritarias. Las primeras tres líneas especificadas en los Temas que apoya, se recomienda que sean explorados para el Chocó	Apoyo técnico y financiero no reembolsable a proyectos y programas dentro los 4 sectores prioritarios.1. Construcción de la Paz. 2. Género en desarrollo. 3. Crecimiento Económico para la Reducción de la Pobreza. 4. Servicios Sociales Básicos. Se priorizan programas plurianuales en el marco de una política pública nacional, regional o local.		http://www.aecid.org.co/

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
Estados Unidos	USAID	Agencia del gobierno de los Estados Unidos para la ayuda al desarrollo internacional. Convocatoria: Global reconciliation fund	El Development Grants Program es un programa para mitigar los conflictos, promover la reconciliación y el acercamiento entre comunidades de diferentes etnias, religión o filiación política. Está abierto a los siguientes países. Bosnia-Herzegovina, Burundi, Colombia , Liberia, Macedonia, Papua New Guinea, Philippines, Rwanda, Senegal, Sri Lanka, Uganda and Zimbabwe	Fortalecimiento de capacidades para la resolución de conflictos. Esta herramienta es importante que sea explorada como mecanismo de apoyo a la generación de espacios para el diálogo entre los actores sociales del Departamento		http://www.federalgrants.com/FY-2016-Conflict-Mitigation-and-Reconciliation-Programs-and-Activities-Global-Reconciliation-Fund-56223.html
Estados Unidos	Inter-American Foundation - IAF	Agencia independiente del gobierno de los EE.UU. La IAF no identifica problemas ni sugiere proyectos, sino que responde a las iniciativas que le son presentadas. Los proyectos no se seleccionan por sector sino por su valor intrínseco.	La IAF financia los esfuerzos de autoayuda de grupos de base en América Latina y el Caribe que buscan mejorar las condiciones de vida de los desfavorecidos y los marginados, incrementar su capacidad para tomar decisiones y autogobernarse, así como crear alianzas con el sector público, el sector empresarial y la sociedad civil.	Apoya proyectos que presenten las siguientes características: 1. Soluciones innovadoras a problemas de desarrollo. 2. Uso creativo de recursos de la comunidad. 3. Una gran diversidad de voces comunitarias en la elaboración y ejecución del proyecto. 4. Una participación considerable de los beneficiarios en: - La identificación del problema objeto del proyecto, - La estrategia elegida para resolverlo, - El diseño del proyecto y - La administración y evaluación de las actividades. 5. Alianzas con gobiernos locales, la comunidad empresarial y otras organizaciones de la sociedad civil. 6. El potencial de fortalecer a	1. Propuestas presentadas o dirigidas por entidades gubernamentales, individuos, entidades domiciliadas fuera del país en el que se llevará a cabo el proyecto, y grupos que no contribuyen recursos financieros ni en especie a las actividades propuestas. 2. Propuestas relacionadas con partidos políticos o movimientos partidistas 3. Actividades puramente religiosas o sectarias 4. Investigación pura. 5. Proyectos de asistencia social de cualquier tipo, las instituciones benéficas ni las propuestas de proyectos de construcción y/o equipamiento exclusivamente. 6. Solicitudes de donaciones inferiores a los us\$25.000 o superiores a los us\$400.000. 7. Proyectos cuyos objetivos no	http://www.iaf.gov/apply-for-grants/convocatoria-de-propuestas

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
				<p>todas las organizaciones participantes y sus alianzas.</p> <p>7. Viabilidad.</p> <p>8. Indicios de sostenibilidad futura</p> <p>9. Contribuciones de contrapartida por parte del proponente, los beneficiarios y otras fuentes.</p> <p>10. El potencial de generar conocimiento.</p> <p>11. Resultados susceptibles de medición.</p> <p>12. Evidencia mejorada capacidad de los beneficiarios para el autogobierno.</p>	estimulan una capacidad compartida de autoayuda.	
Japón	Embajada de Japón	Convocatoria: Asistencia Financiera no reembolsable para Proyectos de Seguridad Humana en actividades comunitarias.	El gobierno del Japón ayuda a organizaciones no gubernamentales o autoridades locales para solucionar problemas relacionados con la satisfacción de las necesidades humanas básicas fundamentales, en población vulnerable por factores socio-económicos determinables y víctimas del conflicto	Mientras que el proyecto de desarrollo se encuentre vinculado a la asistencia comunitaria, será elegible para la financiación mediante la APC. Sin embargo, cabe aclarar que las siguientes áreas representan la mayor parte de los proyectos aprobados: Educación básica, primera infancia, formación para el trabajo, infraestructura social, servicios básicos de salud.	<p>1. Artículos de consumo (salvo en casos de ayuda de emergencia o para necesidades humanitarias).</p> <p>2. Costos de gestión y mantenimiento de instalaciones y equipos.</p> <p>3. Costos administrativos de la organización beneficiaria.</p> <p>4. Gastos logísticos y honorarios</p>	http://www.colombia.emb-japan.go.jp/ESP/cooperacion.htm
Suecia	Swedish International Development Cooperation Agency	SIDA es una organización gubernamental dentro del Ministerio de Asuntos Extranjeros. Convocatoria: Innovations Against Poverty	Innovations Against Poverty es una iniciativa, diseñada para compañías que están basadas en países pobres entre los que se encuentra Colombia. Compiten por fondos para implementar estrategias que ayuden en la superación de la pobreza a través de la	<p>1. Un motivo comercial claro y el apoyo para la viabilidad comercial.</p> <p>2. Ser presentado por una compañía o una organización orientada al mercado.</p> <p>3. Tener un beneficio directo para la gente de escasos recursos (ingresos, productos,</p>		http://www.sida.se/English/partners/resources-for-all-partners/Challenge-Funds/Innovations-Against-Poverty/

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
			consecución nuevos mercados, fortalecimiento empresarial, entre otros	<p>oportunidades en el medio ambiente, igualdad de género).</p> <p>4. Evitar efectos negativos ambientales, o distorsiones de mercado.</p> <p>5. Tener elementos claramente definidos de la repartición de costos (con la compañía proveyendo un mínimo del 50%, que no debería provenir de otros fondos públicos).</p> <p>6. Ser innovador e ir más allá de lo que existe en la actualidad en términos del producto/servicio, el mecanismo de entrega/ el modelo de negocio y/o alcance del mercado.</p> <p>7. Demostrar que el proyecto no se desarrollaría de la misma forma si no fuera por los fondos de la IAP.</p>		
Suiza	SWISSAID Colombia	Es una ONG de cooperación al desarrollo que tiene presencia en Colombia desde 1983. Aporta al empoderamiento de las organizaciones sociales a través del acompañamiento, apoyo y formación en la construcción de estrategias apropiadas al	En la zona pacífica han impulsado la propuesta de Faros Agroecológicos, que promueve los usos alternativos del bosque. Las familias han mejorado la disponibilidad de alimentos producidos localmente y se ha enriquecido la dieta de la población; también han propiciado la organización y el trabajo comunitario a través de las mingas familiares.	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión territorial de las comunidades - <u>Agroecología y manejo sostenible de los recursos naturales</u> - Empoderamiento de la mujer para la participación y ejercicio de los derechos sociales, económicos y culturales - El desarrollo a través del turismo es uno de los temas que se están explorando para trabajar en 		

País	Entidad	Descripción de la entidad	Descripción de la convocatoria	Temas que apoya	Temas que NO apoya	Más información
		contexto, la diversidad cultural y biológica.		Colombia. Aunque la agencia tiene experiencia en países como Perú, y aún no ha llegado al país; sería muy interesante que desde el Departamento se adelantara un contacto para que sea considerado entre los destinos en los que potencialmente se adelanten proyectos		