PLAN MAESTRO DE TURISMO PARA LA RESERVA DE LA BIOSFERA ARCHIPIÉLAGO SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA.



consultur
consultores turísticos

euroestudios, s.a.
Ingenieros de consulta

MQM

cegos
Tea

FASES DEL ESTUDIO

FASE I. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO.

FASE II. MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO.

FASE III. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS BÁSICAS DE DESARROLLO.

FASE IV. DESARROLLO DEL PLAN MAESTRO (PROGRAMAS DE ACTUACIÓN).

FASE V. PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

FASE VI. DETERMINACIÓN DE FUENTES DE FINANCIACIÓN Y DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA LA CAPTACIÓN DE INVERSIÓN.

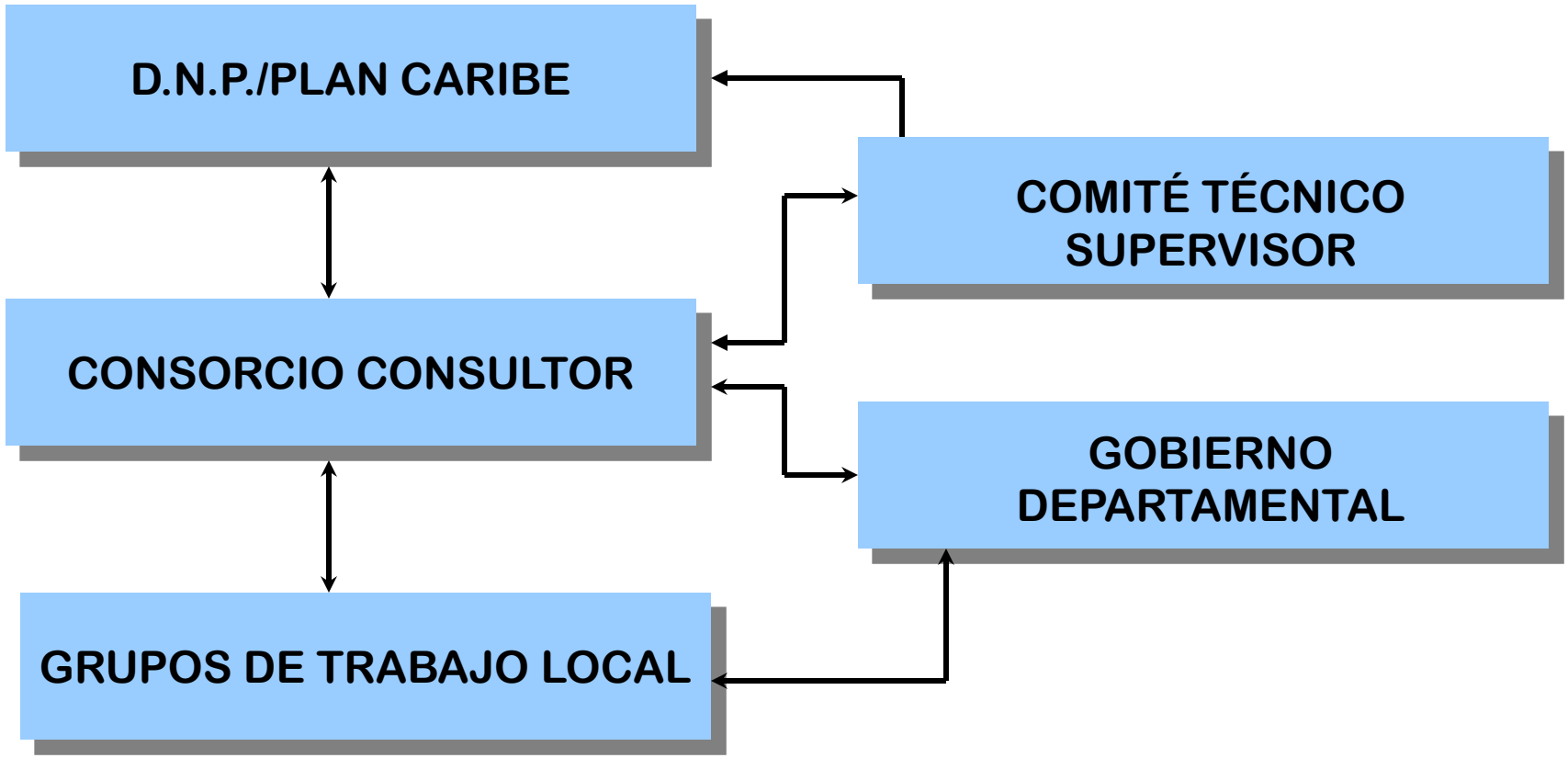
consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

METODO DE TRABAJO



consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

1º. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

consultur
consultores turísticos

euroestudios, s.a.
Ingenieros de consulta

MQM

cegos
Tea

FASE I: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

ANÁLISIS INTERNO:

- ✓ Economía y Sociedad
- ✓ Urbanismo.
- ✓ Medioambiente.
- ✓ Oferta turística.
- ✓ Recursos turísticos.
- ✓ Organización y gestión.

ANÁLISIS EXTERNO:

- ✓ La demanda turística.
- ✓ Las Tendencias del Mercado.
- ✓ La competencia.
- ✓ Análisis del Entorno:
  - Factores económicos.
  - Factores sociales y políticos.

- FORTALEZAS.
- DEBILIDADES.

- OPORTUNIDADES.
- AMENAZAS.

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRES, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA

consultur consultores turísticos · euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta · MQM · cegos Tea

FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES

- LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.
- DECLARACIÓN DE RESERVA DE LA BIOSFERA.
- INFRAESTRUCTURA AEROPORTUARIA.
- RECURSOS NATURALES DE GRAN SINGULARIDAD Y ATRACTIVO (PRINCIPALMENTE MARINOS: Arrecifes, plataforma marina, corales, fauna y flora, etc.)
- RECURSOS CULTURALES DE NOTABLE IMPORTANCIA:LA CULTURA RAIZAL.
- LA ARTESANIA TRADICIONAL.
- EXCELENTES CONDICIONES PARA LA PRÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES NÁUTICAS.

FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES

- DESARROLLO DEL PLAN MAESTRO DE TURISMO.
- TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA CON MOTIVACIONES CENTRADAS EN LA NATURALEZA Y LA CULTURA.

  Turismo de salud, deportes, cruceros y convenciones.
- TENDENCIA A LA DES -FRAGMENTACIÓN DE LOS PERÍODOS VACACIONALES.
- TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA HACIA LA REGIÓN CARIBE.

DEBILIDADES Y AMENAZAS

- EL AGUA POTABLE (Escasez y deficiencias en la gestión).
- LA SOBREPOBLACIÓN Y SU IMPACTO EN EL USO DEL TERRITORIO.
- LA FALTA DE UNA VISIÓN COMPARTIDA SOBRE EL MODELO DE DESARROLLO.
- LOS DÉFICITS EN INFRAESTRUCTURAS BÁSICAS, EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PÚBLICOS.
- DÉFICITS EN INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS (Aeropuertos, muelle de cruceros, marina deportiva, hoteles, etc.)
- DETERIORO DEL ENTORNO URBANO Y DÉFICITS EN LA ORDENACIÓN DEL TERRITORIO . HAY P.O.T, PERO NO HAY EJECUCIÓN DEL MISMO.
- ESCASO APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES DEL ARCHIPIÉLAGO (Falta de productos)

DEBILIDADES Y AMENAZAS

- CARENCIA DE SERVICIOS PÚBLICOS TURÍSTICOS (Información Turística), BAÑOS PÚBLICOS, SEÑALIZACIÓN, LAVAPIÉS, DUCHAS Y TRAMPAS DE ARENA EN LAS PLAYAS.
- CARENCIA DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICO.
- DESVINCULACIÓN CON LOS ORGANISMOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CARIBE.
- DEFICIENTE PRESENCIA EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.
- VENTAJA COMPETITIVA BASADA EN EL PRECIO.
- DÉFICITS EN LA GESTIÓN DEL ARCHIPIÉLAGO COMO DESTINO TURÍSTICO.
- AUMENTO Y DESARROLLO DE LOS DESTINOS COMPETIDORES.
- IMAGEN ACTUAL DE COLOMBIA A NIVEL INTERNACIONAL. (NO)
- SITUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE COLOMBIA.
- CARENCIA DE POLÍTICA DE TRANSPORTE PUBLICO TURISTICO.
- CARENCIA DE VOCACIÓN HACIA EL SERVICIO TURÍSTICO.

2º. MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO

consultur
consultores turísticos

euroestudios, s.a.
Ingenieros de consulta

MQM

cegos
Tea

FASE II: MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO

DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA.

- DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA
- DESARROLLO DE LA DEMANDA
- ÁREAS ESTRATÉGICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO
- DESARROLLO DE PRODUCTOS-MERCADOS

consultur consultores turísticos · euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta · MQM · cegos Tea

TURISMO SOSTENIBLE

- ⇩ APROVECHAMIENTO ORDENADO Y PLANIFICADO DE LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES
- ⇩ CONTROL DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO
- ⇩ AUMENTO DE LOS INGRESOS POR TURISMO: MAYOR RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS, GENERACIÓN DE EMPLEO LOCAL, ETC.
- ⇩ DIVERSIFICACIÓN DE LA ECONOMÍA LOCAL
- ⇩ DINAMIZACIÓN DE LOS SECTORES ECONÓMICOS
- ⇩ CRECIMIENTO DE LOS NIVELES DE CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACIÓN
- ⇩ PUESTA EN VALOR Y ESTIMULO A LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL
- ⇩ PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO CULTURAL REFORZANDO LA AUTOESTIMA DE LA COMUNIDAD.
- ⇩ CREAR UNA POLÍTICA DE RECUPERACIÓN DE LA CULTURA NATIVA.
- ⇩ CREAR UNA CATEDRA OBLIGATORIA DE SAN ANDRES Y PROVIDENCIA, A NIVEL DE EDUCACIÓN MEDIA.

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

LINEAMIENTOS DEL MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO

- RESPETO MEDIOAMBIENTAL.
- INCORPORACIÓN DE LA COMUNIDAD RAIZAL AL DESARROLLO TURÍSTICO.
- PLANIFICACIÓN Y ORDENACION DEL TERRITORIO.
- DOTACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS GENERALES, EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PÚBLICOS.
- DESARROLLO TERRITORIAL EQUILIBRADO.
- DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.

LINEAMIENTOS DEL MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO

- MEJORA Y DESARROLLO DE LOS EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS.
- CALIDAD EN LA OFERTA TURÍSTICA.
- FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL ARCHIPIÉLAGO
- PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD EN EL DESARROLLO TURÍSTICO.
- MÁS Y MEJOR DEMANDA. ELEVAR LA CALIDAD DE LA OFERTA PARA LOGRAR ESTE PUNTO.
- INCORPORACIÓN DEL ARCHIPIÉLAGO AL CARIBE. C.T.O.

DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA (I)

OFERTA DE ALOJAMIENTO

- Mejora y adecuación de la actual planta hotelera: *Plan de Remodelación de los equipamientos hoteleros*.
- Adopción de lineamientos del POT, sobre el tema.
- Creación de un establecimiento hotelero de categoría superior. Hoteles Boutique, ecolodges
- Definición de estándares; de alojamientos alternativos y "POSADAS NATIVAS"
- Legalización y estandarización de todos los establecimientos de alojamiento.

OFERTA GASTRONOMICA

- Mejora y adecuación de la planta actual de Restaurantes: tanto en relación con el soporte físico como en la gestión, y el servicio.
- Legalización, estandarización y certificación del sector gastronómico.

consultur consultores turísticos · euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta · MQM · cegos Tea

DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA (II)

OFERTA DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

- Desarrollo de infraestructuras y equipamientos relacionados con el Turismo Náutico . MARINA INTERNAL.
- Desarrollo de empresas en relación con los productos naturaleza y cultura.
- Potenciación de las Agencias de Viajes Receptivas. Legalización, estandarización y certificación del sector de Agencias de Viajes.
- Legalización, estandarización y certificación de todos los prestadores de servicios turísticos .

OFERTA DE EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS

- Desarrollo de equipamientos turísticos interpretativos del patrimonio natural, cultural, e histórico del archipiélago.
- Desarrollo de equipamientos turísticos para la celebración e eventos y convenciones.
- Creación de infraestructura y equipamiento para la recepción de cruceros

DESARROLLO DE LA DEMANDA TURÍSTICA

INTERNACIONALIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Crecer en número de turistas internacionales que visitan el archipiélago (actualmente representan el 10%).(20.5%)

REPOSICIONAMIENTO EN EL MERCADO NACIONAL

Crecimiento en el mercado nacional en los segmentos de rentas medias altas y altas.

- MEJORA DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD DEL ARCHIPIÉLAGO
- MEJORA DE LOS EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS
- DESARROLLO DE LA CALIDAD EN LA OFERTA TURÍSTICA.
- DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS (NATURALEZA Y CULTURA)
- LEGALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

ÁREAS ESTRATÉGICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO

AREAS DE OPORTUNIDAD TURÍSTICA

Áreas de nuevos desarrollos turísticos que suponen una oportunidad estratégica para generar una oferta de gran efecto demostrativo y dinamizador.

AREAS TURÍSTICAS DE ACTUACIÓN PREFERENTE

Áreas en las que llevar a cabo actuaciones de rehabilitación y recuperación de espacios con una notable importancia turística y/o recreativa. Playas, espacio publico

ACTUACIONE TURÍSTICAS SINGULARES

Intervenciones relacionadas con la creación de equipamiento turístico y/o recreativo, con gran efecto demostrativo.

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

ÁREAS ESTRATÉGICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO I

ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE: Peatonalización de la Av. Colombia, y transformación en Paseo Marítimo.

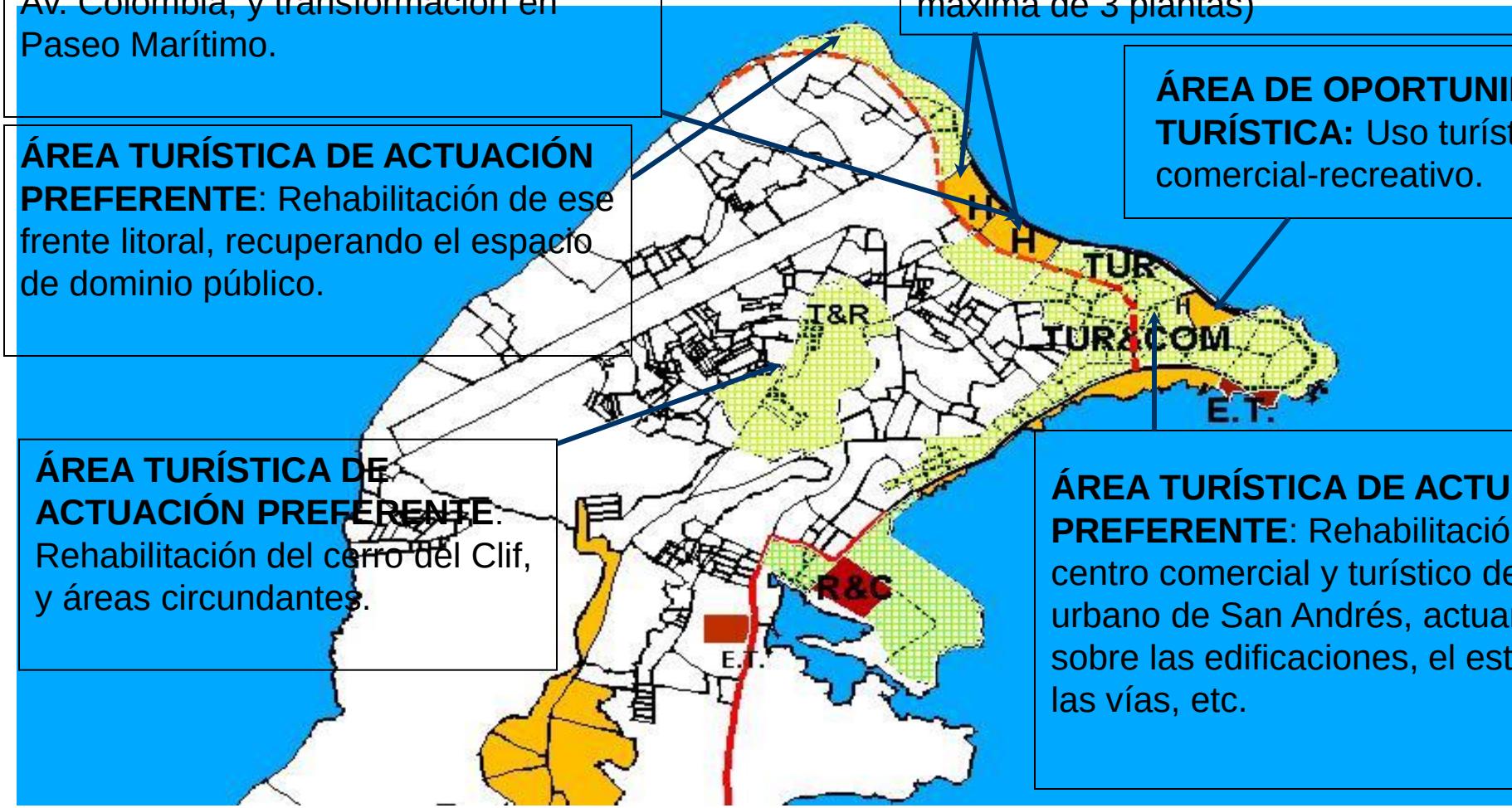
ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE: Rehabilitación de ese frente litoral, recuperando el espacio de dominio público.

ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE: Rehabilitación del cerro del Clif, y áreas circundantes.

ÁREA DE OPORTUNIDAD TURÍSTICA: equipamiento hotelero (Superficie edificable 10.000 m^2, y una altura máxima de 3 plantas)

ÁREA DE OPORTUNIDAD TURÍSTICA: Uso turístico y/o comercial-recreativo.

ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE: Rehabilitación del centro comercial y turístico del casco urbano de San Andrés, actuando sobre las edificaciones, el estado de las vías, etc.



consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

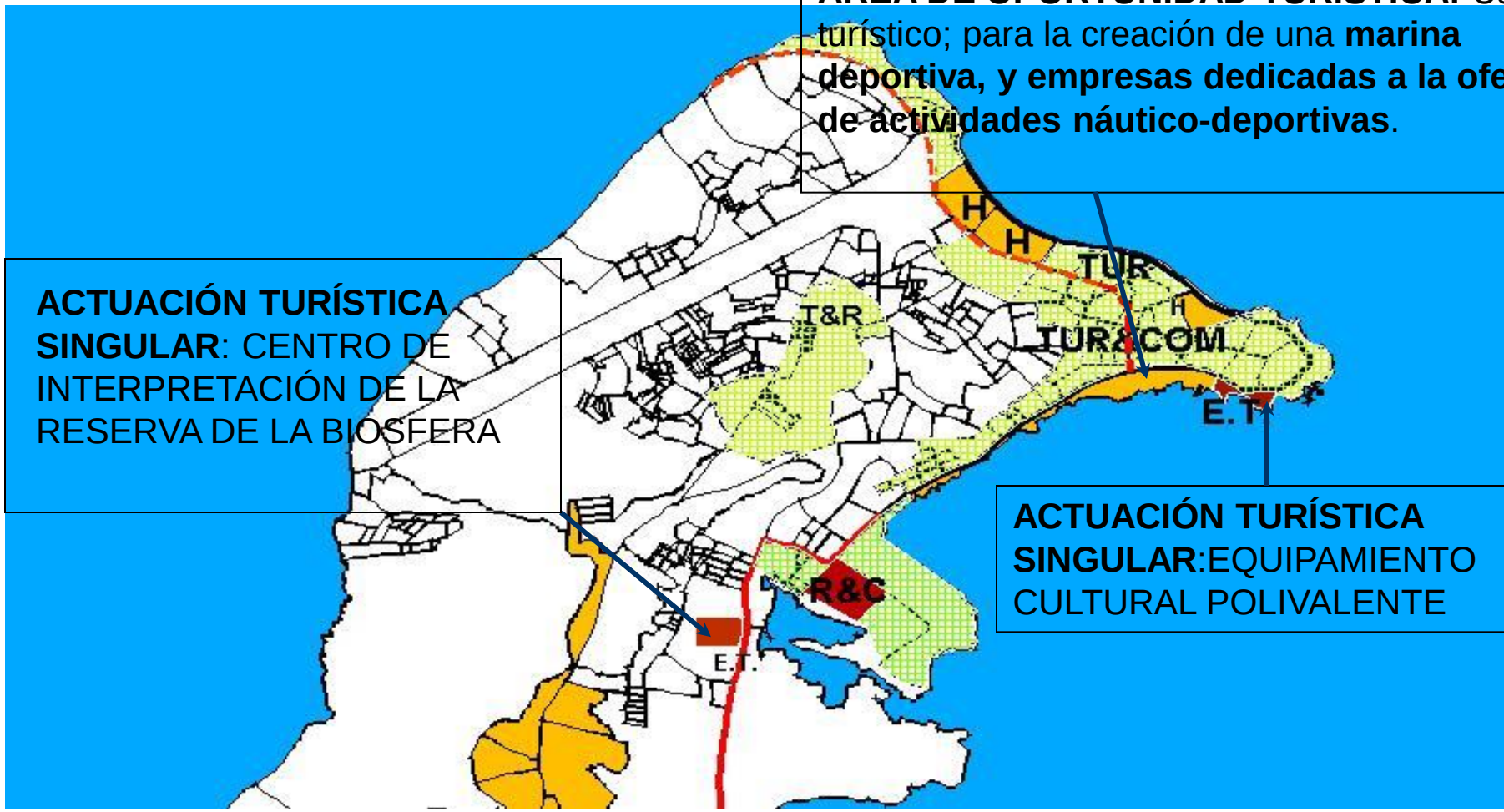
cegos Tea

ÁREAS ESTRATÉGICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO II

ÁREA DE OPORTUNIDAD TURÍSTICA: Uso turístico; para la creación de una **marina deportiva, y empresas dedicadas a la oferta de actividades náutico-deportivas**.

ACTUACIÓN TURÍSTICA SINGULAR: CENTRO DE INTERPRETACIÓN DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA

ACTUACIÓN TURÍSTICA SINGULAR:EQUIPAMIENTO CULTURAL POLIVALENTE



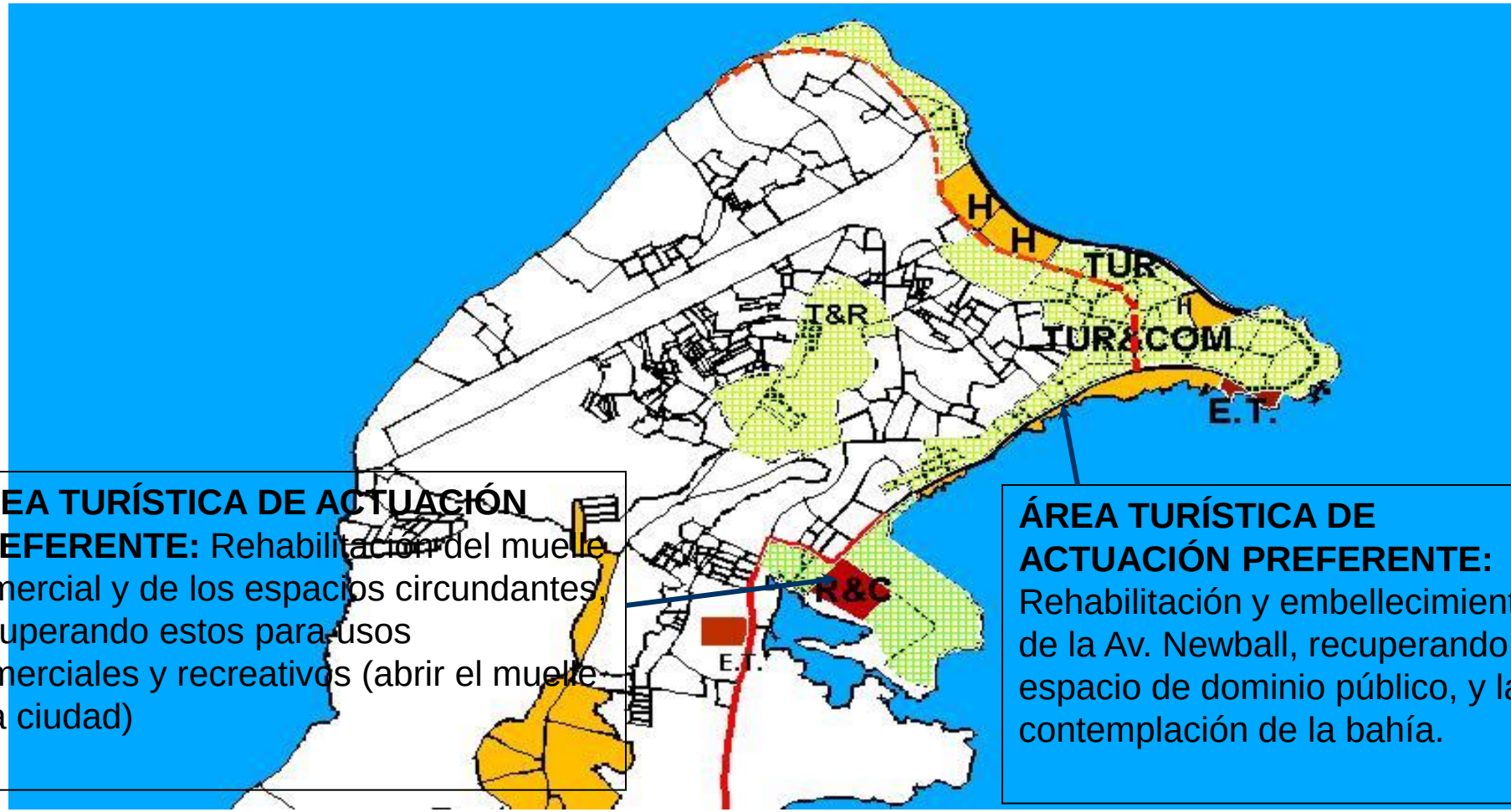
consultur
consultores turísticos

euroestudios, s.a.
Ingenieros de consulta

MQM

cegos
Tea

ÁREAS ESTRATÉGICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO III



ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE: Rehabilitación del muelle comercial y de los espacios circundantes, recuperando estos para usos comerciales y recreativos (abrir el muelle a la ciudad)

ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE: Rehabilitación y embellecimiento de la Av. Newball, recuperando el espacio de dominio público, y la contemplación de la bahía.

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

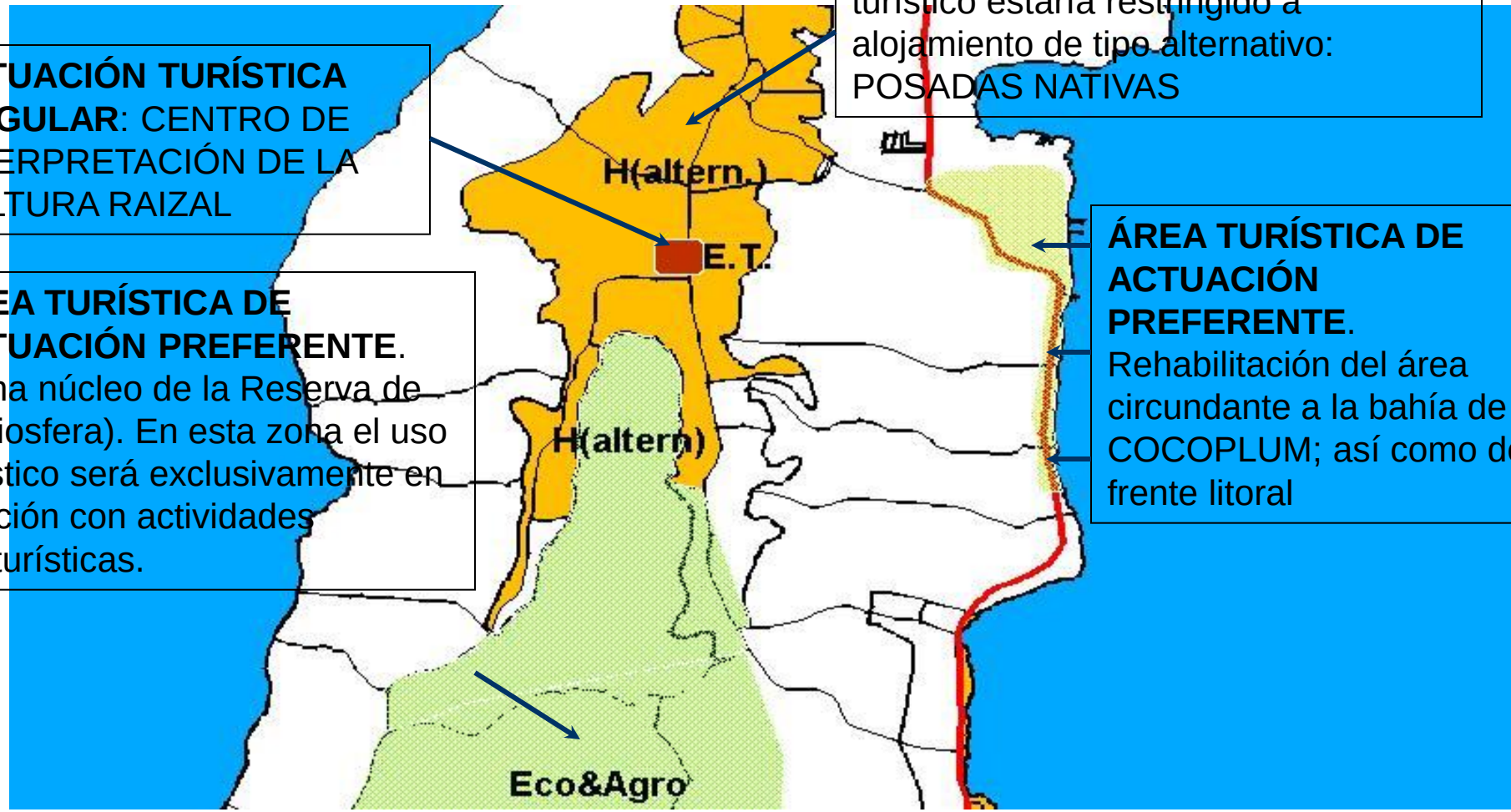
MQM

cegos Tea

ÁREAS ESTRATÉGICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO IV

ÁREA DE OPORTUNIDAD TURÍSTICA (LA LOMA). El uso turístico estaría restringido a alojamiento de tipo alternativo: POSADAS NATIVAS

ACTUACIÓN TURÍSTICA SINGULAR: CENTRO DE INTERPRETACIÓN DE LA CULTURA RAIZAL



ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE. (Zona núcleo de la Reserva de la Biosfera). En esta zona el uso turístico será exclusivamente en relación con actividades ecoturísticas.

ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE. Rehabilitación del área circundante a la bahía de COCOPLUM; así como del frente litoral

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

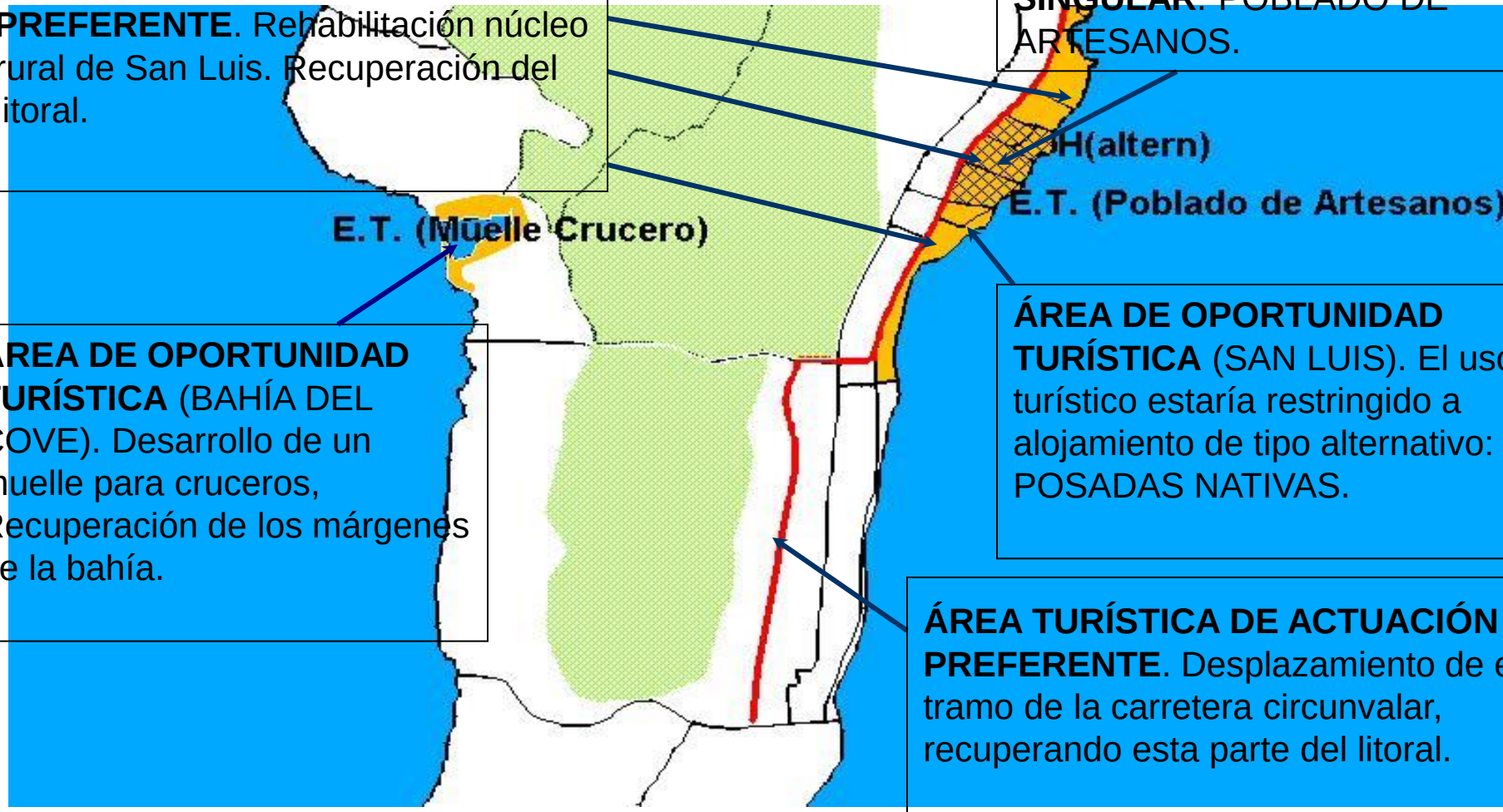
MQM

cegos Tea

ÁREAS ESTRATÉGICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO V

ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE. Rehabilitación núcleo rural de San Luis. Recuperación del litoral.

ACTUACIÓN TURÍSTICA SINGULAR. POBLADO DE ARTESANOS.



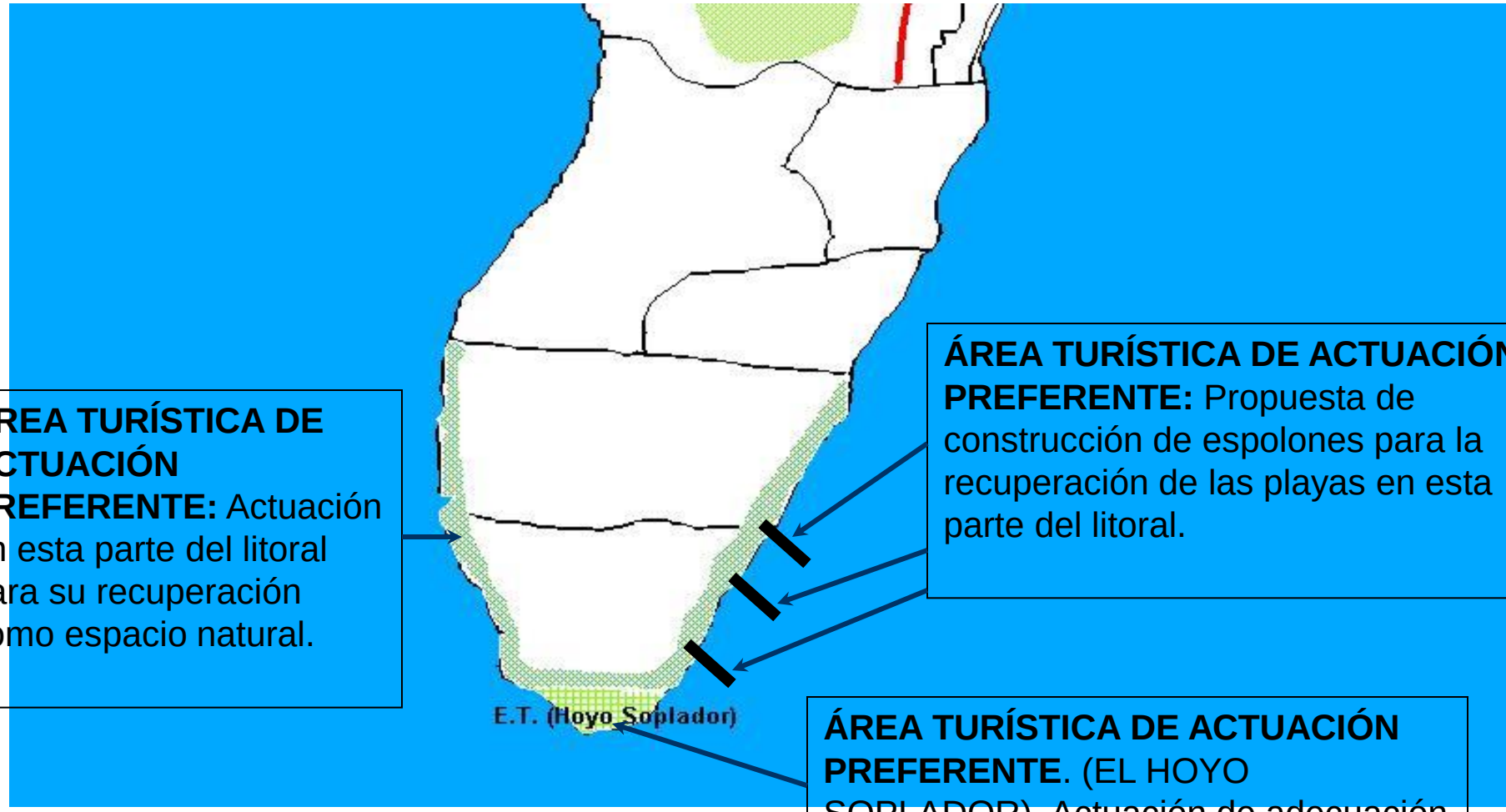
ÁREA DE OPORTUNIDAD TURÍSTICA (BAHÍA DEL COVE). Desarrollo de un muelle para cruceros, Recuperación de los márgenes de la bahía.

ÁREA DE OPORTUNIDAD TURÍSTICA (SAN LUIS). El uso turístico estaría restringido a alojamiento de tipo alternativo: POSADAS NATIVAS.

ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE. Desplazamiento de este tramo de la carretera circunvalar, recuperando esta parte del litoral.

consultur consultores turísticos · euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta · MQM · cegos Tea

ÁREAS ESTRATÉGICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO VI



ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE: Actuación en esta parte del litoral para su recuperación como espacio natural.

ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE: Propuesta de construcción de espolones para la recuperación de las playas en esta parte del litoral.

ÁREA TURÍSTICA DE ACTUACIÓN PREFERENTE. (EL HOYO SOPLADOR). Actuación de adecuación turística del atractivo.

consultur consultores turísticos · euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta · MQM · cegos Tea

DESARROLLO DE MERCADOS

- TURISMO VACACIONAL DE SOL Y PLAYA.
- TURISMO DE NATURALEZA (ECOTURISMO).
- TURISMO CULTURAL.
- TURISMO DE AVENTURA.
- TURISMO NÁUTICO.
- PESCA DEPORTIVA.
- YACHTING.
- TURISMO DE CRUCEROS.

DESARROLLO DE PRODUCTOS-MERCADOS

- EVENTOS ESPECIALES.
- TURISMO EDUCATIVO.
- CONGRESOS Y CONVENCIONES.
- TURISMO DE NEGOCIOS E INCENTIVOS.
- TURISMO DE SALUD.
- VIAJES DE “LUNA DE MIEL”.
- TURISMO ESTUDIANTIL
- TURISMO GASTRONÓMICO

3º. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

consultur
consultores turísticos

euroestudios, s.a.
Ingenieros de consulta

MQM

cegos
Tea

FASE III: OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO



OBJETIVOS

POTENCIAR EL ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA COMO DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE CON UN ATRACTIVO DIFERENCIAL; FAVORECIENDO LA GENERACIÓN DE RENTAS Y EMPLEOS, CONTRIBUYENDO A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE SUS CIUDADANOS, Y LA VALORIZACIÓN Y PRESERVACIÓN DE SU PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL.

- **INCREMENTAR LOS INGRESOS POR TURISMO Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS**
- **MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACIÓN DEL ARCHIPIÉLAGO**
- **PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE**

consultur consultores turísticos · euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta · MQM · cegos Tea

OBJETIVOS ESPECÍFICOS ECONÓMICOS

1. EN RELACIÓN CON EL DESTINO Y LA OFERTA TURÍSTICA:

- FOMENTAR LA COMPETITIVIDAD MEDIANTE LA DOTACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS, EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PÚBLICOS.
- MEJORAR LA CALIDAD DE LOS EQUIPAMIENTOS HOTELEROS.
- MEJORAR EL NIVEL Y LA CALIDAD DE LA OCUPACIÓN.
- CREAR NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS PROMOVIENDO LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA.
- INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.
- MEJORAR LA FORMACIÓN DE LOS RR.HH. RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.
- INVOLUCRAR A LA COMUNIDAD RAIZAL EN EL DESARROLLO TURÍSTICO.
- MEJORAR LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.
- CREAR E IMPLANTAR UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS ECONÓMICOS

1. EN RELACIÓN CON EL DESTINO Y LA OFERTA TURÍSTICA (Cont):

- POSICIONAR LA IMAGEN DEL ARCHIPIÉLAGO COMO RESERVA DE LA BIOSFERA.
- FOMENTAR LA CONCIENCIA TURÍSTICA ENTRE LA POBLACIÓN.
- PROMOVER EL DESARROLLO DE INVERSIONES TURÍSTICAS.
- FOMENTAR LA COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADA.
- POSICIONAR EL ARCHIPIÉLAGO, COMO UN DESTINO VACACIONAL TODO EL AÑO.

2. EN RELACIÓN CON LA DEMANDA TURÍSTICA:

- INCREMENTAR EL NÚMERO Y CALIDAD DE TURISTAS EXTRANJEROS.
- CAPTAR A SEGMENTOS DE TURISTAS NACIONALES DE NIVELES MEDIOS-ALTOS DE RENTA.
- INCREMENTAR LA ESTANCIA MEDIA DE LOS TURISTAS EN EL ARCHIPIÉLAGO.
- ASEGURAR UNA EXPERIENCIA TURÍSTICA SATISFACTORIA PARA LOS VISITANTES AL ARCHIPIÉLAGO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS SOCIALES

- PROMOVER LA GENERACIÓN DE EMPLEO, DIRECTO E INDUCIDO, EN TORNO AL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA **LEGAL.**
- MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LA POBLACIÓN DEL ARCHIPIÉLAGO MEDIANTE EL IMPULSO AL DESARROLLO DE LAS INFRAESTRUCTURAS BÁSICAS, EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PÚBLICOS.
- PRESERVAR LA CULTURA RAIZAL, PROMOVIENDO MEJORAS EN RELACIÓN CON LA CONVIVENCIA INTERCULTURAL.
- PROMOVER UN MAYOR CONOCIMIENTO, ENTRE LA POBLACIÓN DEL ARCHIPIÉLAGO, SOBRE SU PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS MEDIOAMBIENTALES

- COMPATIBILIZAR EL DESARROLLO TURÍSTICO CON LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.
- PROMOVER, ENTRE LA POBLACIÓN, UNA MAYOR SENSIBILIZACIÓN HACIA EL CUIDADO Y RESPETO AL MEDIO AMBIENTE.
- CONTRIBUIR A LA CONSERVACIÓN DEL MEDIOAMBIENTE A TRAVÉS DE SU PUESTA EN VALOR.

ESTRATEGIA COMPETITIVA (I)

LA ESTRATEGIA COMPETITIVA A DESARROLLAR PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS DEL PLAN SE HA DE CENTRAR EN LA

DIFERENCIACIÓN

BASÁNDONOS EN:

EL ATRACTIVO Y SINGULARIDAD DE LOS RECURSOS NATURALES,

CULTURALES Y HUMANOS.

POTENCIAR RECURSOS

ESTRATEGIA

Potenciar el aprovechamiento de los recursos mediante el diseño y desarrollo de productos turísticos basados en :

- **ECOTURISMO.**
- **CULTURA-ETNOTURISMO.(Transversal)**
- **BILINGÜISMO.**

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

ESTRATEGIA COMPETITIVA (II)

BASÁNDONOS EN:		ESTRATEGIA
UN ESPACIO APTO PARA LA PRÁCTICA DE ACTIVIDADES NÁUTICO-DEPORTIVAS.	POTENCIAR ACTIVIDADES	**Especialización del destino mediante el desarrollo de:** - Equipamientos y productos relacionados con las actividades náuticas. - Diseño de productos para segmentos específicos: buceo, turismo familiar, incentivos, etc.
CALIAD DE LA OFERTA TURÍSTICA Y DEL ENTORNO	POTENCIAR LA CALIDAD	**Hacer de la CALIDAD el distintivo del destino:** - Calidad de la oferta y los servicios. - Calidad del entorno.

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

ESTRATEGIA DE PRODUCTOS-MERCADOS (I)

ATRACTIVO DEL MERCADO

- TAMAÑO DEL MERCADO
- TASA DE CRECIMIENTO
- COMPETENCIA
- NIVEL DE GASTO TURÍSTICO
- ACCESIBILIDAD AL MERCADO
- CAPACIDAD DE DESESTACIONALIZACIÓN

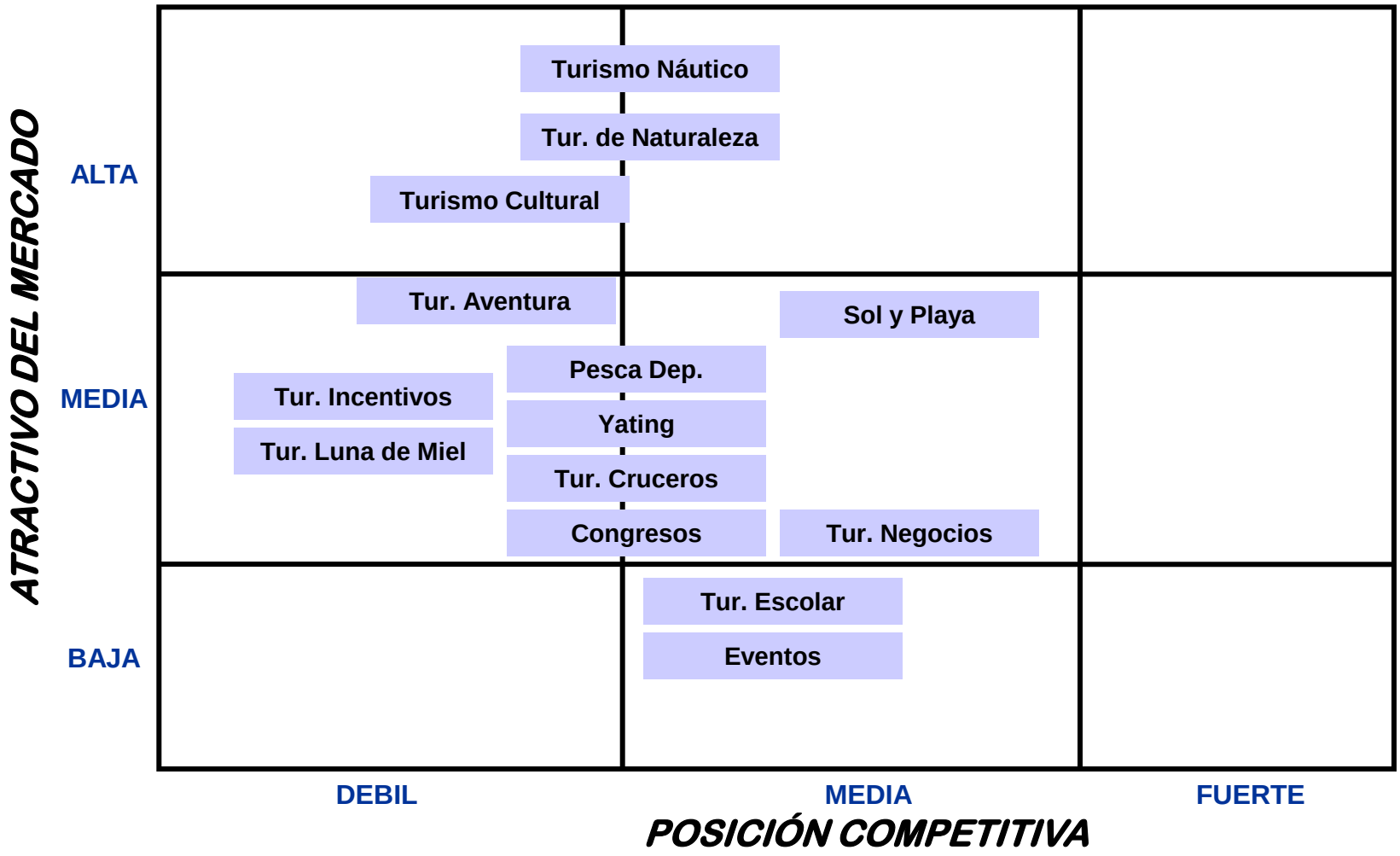
POSICIÓN COMPETITIVA

- CUOTA DE MERCADO
- CUALIDADES DEL PRODUCTO
- CUALIDADES DE LOS RECURSOS
- NOTORIEDAD/IMAGEN DEL DESTINO

consultur consultores turísticos
euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta
MQM
cegos Tea

ESTRATEGIA DE PRODUCTOS-MERCADOS (II)

MATRIZ ACTUAL ATRACTIVO-POSICIÓN COMPETITIVA DE LOS MERCADOS



consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

ESTRATEGIA DE PRODUCTOS-MERCADOS (III)

PRODUCTOS - MERCADOS	Inversión /Crecimiento	Inversión/ Mejora posicionamiento	Inversión selectiva	Inversión limitada/ aprov. de sinergias
TUR . NÁUTICO	●			
ECOTURISMO	●			
TUR. CULTURAL	●			
TUR. AVENTURA			●	
TUR. SOL Y PLAYA	⬮			
PESCA DEPORT.			●	
YATING			●	
TUR. CRUCEROS			●	
TUR. INCENTIVOS			●	
TUR. LUNA DE MIEL			●	
TUR. CONGRESOS		⬮		
TUR. ESCOLAR				●
EVENTOS ESPC.			⬮	

consultur consultores turísticos

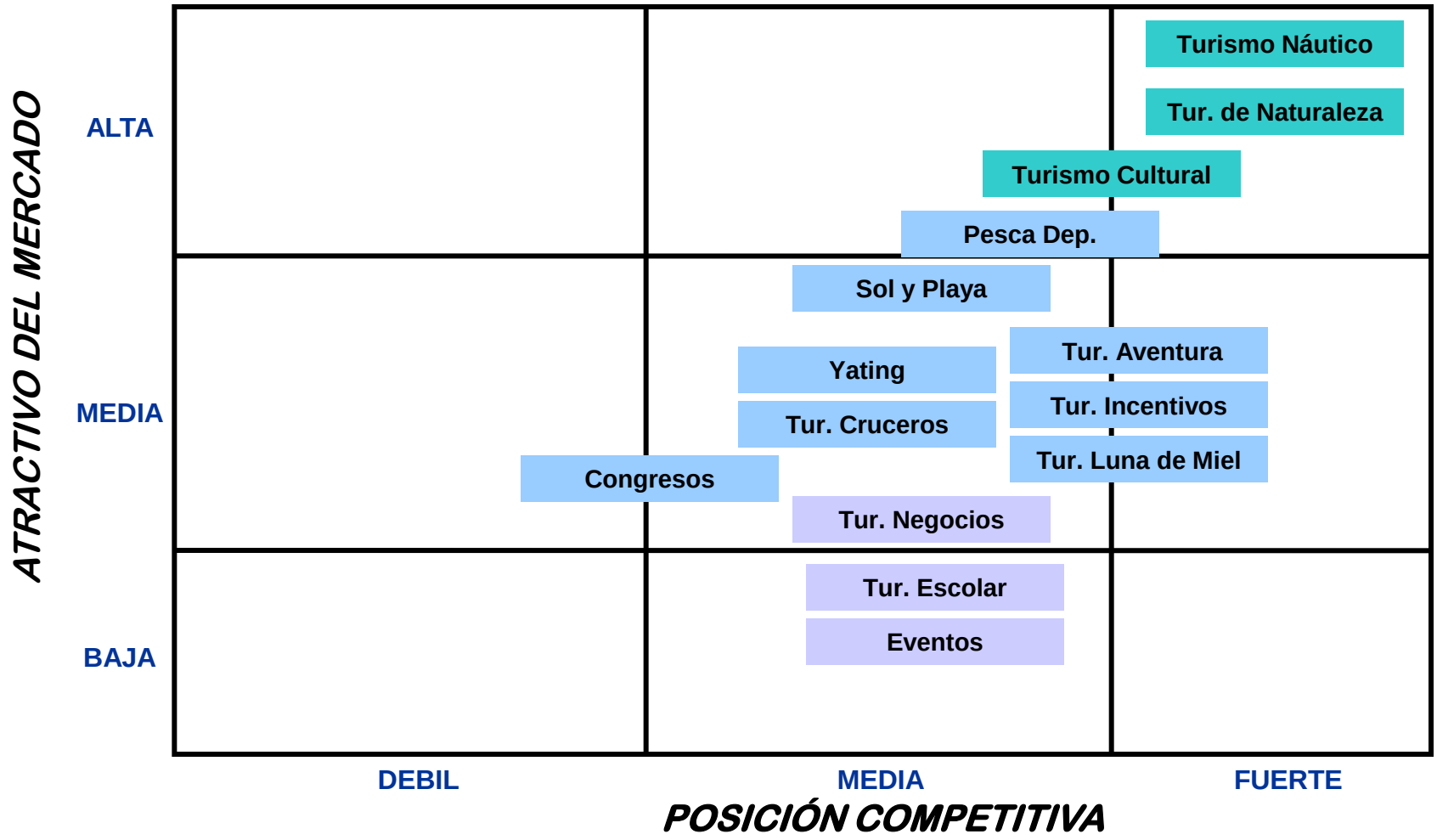
euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

ESTRATEGIA DE PRODUCTOS-MERCADOS (IV)

MATRIZ POTENCIAL ATRACTIVO-POSICIÓN COMPETITIVA DE LOS MERCADOS



consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO

Penetración en mercados:

- Mejora de los productos.
- Mejora de los equipamientos y del servicio.
- Incremento de la promoción y posicionamiento del destino.

- TUR. NÁUTICO
- ECOTURISMO
- TUR. CULTURAL

Desarrollo de mercados:

- Posicionamiento en los mercados internacionales.
- Introducción de la oferta en nuevos canales de distribución.
- Captación de nuevos segmentos de turistas en el mercado nacional.

Desarrollo de nuevos productos: Complementando la oferta básica dirigida tanto a mercados actuales como a nuevos mercados.

- TUR. SOL Y PLAYA
- TUR. AVENTURA.
- PESCA DEPORTIVA
- YATING
- CRUCEROS
- NEGOCIOS
- CONGRESOS
- EVENTOS
- TUR. ESCOLAR

Diversificación: Desarrollando nuevos productos y mercados, asegurando con ello la consolidación del destino

- TUR. INCENTIVOS
- TUR. LUNA DE MIEL

CORTO PLAZO	MEDIO PLAZO	LARGO PLAZO

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

IDENTIDAD TURÍSTICA BÁSICA

Esencia de los atributos definitorios de la oferta turística: Pequeñas islas del Caribe con cultura propia, Reserva de la Biosfera, ideal para la práctica de ecoturismo y los deportes náuticos…

PROMESA DE SATISFACCIÓN

Principales promesas de satisfacción a contemplar: Disfrutar de la naturaleza, cultura autóctona, entorno natural singular, vacaciones activas en el mar…

DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA

Ventajas competitivas defendibles del destino: Reserva de la Biosfera, arrecifes coralinos más extensos del hemisferio occidental, cultura, condiciones excepcionales del fondo marino

El Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina debe generar positiva recordación de una experiencia vivencial diversa y activa; en un entorno natural de especial singularidad razón por la cual ha sido declarada Reserva de Biosfera.

EL DESTINO DEL MAR LOS 7 COLORES/ FRONTERA AZUL DE COLOMBIA

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

4º. DESARROLLO DEL MASTER PLAN

(PROGRAMAS DE ACTUACIÓN)

consultur
consultores turísticos

euroestudios, s.a.
Ingenieros de consulta

MQM

cegos
Tea

FASE III: DESARROLLO DEL MASTER PLAN

PROGRAMAS DE ACTUACIÓN

- **PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD:**
  - I. MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS PÚBLICOS.
  - II. MEJORA DE LOS EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS.
  - III. DESARROLLO Y MODERNIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.
  - IV. SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL.
- **PROGRAMA DE GESTIÓN DEL DESTINO:**
  - I. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL.
  - II. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.
- **PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS.**

PROGRAMAS DE ACTUACIÓN

ACTUACIÓN.

DESCRIPCIÓN: Definición de la actuación.

RESPONSABLE: Entidad/es y organismo/s responsables de la puesta en marcha.

PLAZO DE EJECUCIÓN:

- **CORTO PLAZO: Inferior a 12 meses.**
- **MEDIO PLAZO: De 12 meses a 2 años.**
- **LARGO PLAZO: De 2 a 4 años.**

NIVEL DE INVERSIÓN:

A. **Hasta 25.000 $ USA.**
B. **De 25.000 a 100.000 $ USA.**
C. **De 100.000 a 200.000 $ USA.**
D. **Más de 200.000 $ USA-**
E. **Indeterminado.**

PRIORIZACÍÓN.

GRADO DE DIFICULTAD.

APOYO A SU EJECUCIÓN.

PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD (I)

☐ I. MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS PÚBLICOS.

AREAS PRIORITARIAS	LINEAS DE ACTUACIÓN
1. INFRAESTRUCTURAS GENERALES, EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PÚBLICOS	a. Infraestructuras de accesos y comunicaciones. b. Servicios básicos: agua, saneamiento, electricidad y telecomunicaciones
2. ACONDICIONAMIENTO URBANO	a. Acondicionamiento de cascos urbanos
3. CONSERVACIÓN MEDIOAMBIENTAL	a. Regeneración y conservación del medio ambiente

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD (II)

☐ I. INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS PÚBLICOS.

- Actuación I.1.a.1. Mejora de los ejes viarios de San Andrés isla.
- Actuación I.1.a.2. Mejora de las infraestructuras aeroportuarias del archipiélago.
- Actuación I.1.a.3. Creación de un muelle para cruceros.
- Actuación I.1.b.1. Plan de abastecimiento de agua potable.
- Actuación I.1.b.2. Adecuación del suministro de energía eléctrica.
- Actuación I.1.b.3. Dotación de equipamientos públicos.
- Actuación I.2.a.1. Plan de mejora del núcleo urbano de North End y fachada litoral.
- Actuación I.2.a.2. Plan de rehabilitación de las arquitecturas vernáculas y populares.
- Actuación I.2.a.2. Estudio y programa de aplicación de nuevos materiales en la construcción de nuevas edificaciones en el archipiélago.
- Actuación I.3.a.1. Plan de manejo de residuos sólidos
- Actuación I.3.a.2. Desarrollo de tecnologías limpias para la generación de energía
- Actuación I.3.a.3. Elaboración de los Planes de Manejo de los Espacios Naturales protegidos del archipiélago
- Actuación I.3.a.4. Recuperación de playas, y zonas degradadas del archipiélago.
- Actuación I.3.a.5. Concienciación Medioambiental.
- Actuación I.3.a.6. Programa de Educación Ambiental.
- Actuación I.3.a.7. Fomento a la mejora de la calidad Medioambiental en entidades públicas y Empresas del archipiélago.
- Actuación I.3.a.8. Comunicación externa y sensibilización acerca del respeto al medio ambiente.

PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD (III)

☐ II. MEJORA DE LOS EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS.

AREAS PRIORITARIAS	LINEAS DE ACTUACIÓN
1. MEJORA DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS TURÍSTICOS	a. Señalización Turística. b. Información Turística. c. Mejora de otros servicios públicos.

PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD (IV)

☐ II. MEJORA DE LOS EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS.

- **Actuación II.1.a.1. Desarrollo del Plan de Señalización Turística del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. (ANEXO 1)**
- **Actuación: II.1.b.1. Regulación normativa del funcionamiento de los Servicios de Información Turística del archipiélago de San Andres, Providencia y Santa Catalina.**
- **Actuación: II.1.b.2. Reestructuración de los actuales puntos de información turística, y creación de nuevas oficinas.**
- **Actuación II.1.b.3. Homogeneización de las oficinas de turismo.**
- **Actuación II.1.b.4. Servicio de Informadores Turísticos móviles.**
- **Actuación II.1.b.5. Central de Información.**
- **Actuación II.1.b.6. Mejora de la página web de información turística del archipiélago**
- **Actuación II.1.c.1. Creación del Defensor del Turista.**
- **Actuación II.1.c.2. Mejora y agilización del proceso de control en el aeropuerto de San Andrés Isla.**
- **Actuación II.1.c.3. Creación del Convention Bureau del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.**
- **Actuación II.1.c.4. Regulación y mejora del transporte turístico del archipiélago.**

PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD (V)

☐ III. DESARROLLO Y MODERNIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.

AREAS PRIORITARIAS	LINEAS DE ACTUACIÓN
1. DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA Y POTENCIACIÓN DE LOS RECURSOS	a. Diversificación de la oferta turística
2. OFERTA DE ALOJAMIENTO	a. Modernización de la planta hotelera. b. Fomento y diversificación de la oferta de alojamiento
3. OFERTA COMPLEMENTARIA	a. Potenciación de la oferta gastronómica. b. Desarrollo de las Agencias Receptivas. c. Desarrollo de la oferta comercial y de ocio.
4. INNOVACIÓN EN LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	a. Coordinación intersectorial. b. Innovación tecnológica del sector. c. Mejora de la Calidad de la oferta turística.

consultur consultores turísticos · euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta · MQM · cegos Tea

PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD (VI)

☐ III. DESARROLLO Y MODERNIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

- **Actuación III.1.a.1. Exposición permanente sobre los Recursos Naturales del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina: Centro de Interpretación de la RESERVA DE LA BIOSFERA**
- **Actuación III.1.a.2. Acondicionamiento de senderos de ECOTURISMO.**
- **Actuación III.1.a.3. Acondicionamiento de circuitos para recorridos en BTT (bicicletas todo terreno)**
- **Actuación III.1.a.4. Acondicionamiento de itinerarios para cabalgatas.**
- **Actuación III.1.a.5. Centro de artesanía: EL POBLADO ARTESANO**
- **Actuación III.1.a.6. Marca de "producto de artesanía del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina".**
- **Actuación III.1.a.7. Eco-Museo etnológico de la CULTURA RAIZAL**
- **Actuación III.1.a.8. Guía Turística del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.**
- **Actuación III.2.a.1. Campaña de sensibilización empresarial para la mejora de las instalaciones hoteleras.**
- **Actuación III.2.a.2. Plan de acondicionamiento y mejora de la actual planta hotelera.**
- **Actuación III.2.b.1. Impulso al aumento de plazas hoteleras de categoría superior.**
- **Actuación III.2.b.2. Fomentar el desarrollo de la tipología de alojamiento: POSADAS NATIVAS.**

PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD (VII)

☐ III. DESARROLLO Y MODERNIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

- **Actuación III.3.a.1. Recetario tradicional del archipiélago.**
- **Actuación III.3.a.2. Eventos gastronómicos.**
- **Actuación III.3.a.3. Marca gastronómica del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.**
- **Actuación III.3.b.1 Fortalecimiento y desarrollo de Agencias de Viajes Receptivas del archipiélago.**
- **Actuación III.3.c.1. Readecuación de la oferta comercial enfocada al turismo.**
- **Actuación III.4.a.1. Creación de una "Comisión Empresarial de Turismo" en el ámbito de las organizaciones empresariales intersectoriales del archipiélago.**
- **Actuación III.4.a.2. Creación de la "Mesa de Turismo" del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.**
- **Actuación III.4.b.1. Acciones de sensibilización sobre las Nuevas Tecnologías aplicadas a la gestión turística.**
- **Actuación III.4.b.2. Incentivos a la modernización de las empresas turísticas del archipiélago.**
- **Actuación III.4.c.1. Acciones de sensibilización sobre la calidad en la gestión de la oferta turística.**
- **Actuación III.4.c.2. Establecimiento de estándares de calidad de servicio.**
- **Actuación III.4.c.3. Diseño de la marca "Calidad Turística".**

PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD (VIII)

☐ IV. SENSIBIIZACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL.

AREAS PRIORITARIAS	LINEAS DE ACTUACIÓN
1. COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN	a. Plan de Comunicación y Sensibilización turística
2. FORMACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS	a. Impulso a las entidades con responsabilidad en materia formativa. b. Plan Integral de Formación Turística

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD (VI)

☐ IV. SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL.

- **Actuación IV.1.a.1. Seminarios de sensibilización para el sector turístico del archipiélago**
- **Actuación IV.1.a.2. Jornada "El turismo en el archipiélago: responsabilidad de todos"**
- **Actuación IV.1.a.3. Documento "El turismo en el archipiélago: responsabilidad de todos"**
- **Actuación IV.1.a.4. Artículos de sensibilización y notas de prensa divulgativas del proyecto**
- **Actuación IV.1.a.5. Folleto encartado "El turismo en Misiones: juntos, todos ganamos"**
- **Actuación IV.1.a.6. Concurso para escolares "El turismo en la Reserva de la Biosfera archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina"**
- **Actuación IV.1.a.7. Buzón abierto "El turismo en el archipiélago: responsabilidad de todos"**
- **Actuación IV.1.a.8. Exposición "El turismo en el archipiélago: responsabilidad de todos"**
- **Actuación IV.2.a.1. Plan de Formación Continua para sector turístico.**
- **Actuación IV.2.a.2. Coordinación con las entidades de capacitación turística del archipiélago.**
- **Actuación IV.2.b.1. Plan integral de Formación Turística del archipiélago.**

PROGRAMA DE GESTIÓN DEL DESTINO (I)

AREAS PRIORITARIAS	LINEAS DE ACTUACIÓN
1. FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIÓN TURÍSTICA DEL ARCHIPIÉLAGO	a. Fortalecimiento del ámbito institucional de gestión turística del archipiélago. b. Coordinación y cooperación interinstitucional. c. Gestión del Plan Maestro de Turismo.
2. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	a. Desarrollo de herramientas de planificación y gestión del destino

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

PROGRAMA DE GESTIÓN DEL DESTINO (II)

☐ PROGRAMA DE GESTIÓN DEL DESTINO.

- Actuación 1.a.1. Reorganización de la Secretaría de Turismo del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.
- Actuación 1.b.1. Impulso de la cooperación inter-regional en materia turística: COMISIÓN DE TURISMO DE LA REGIÓN CARIBE.
- Actuación: V.A.2.c. Fomento de la cooperación interinstitucional
- Actuación 1.c.1. Definición del marco de gestión del Plan Maestro de Turismo para la Reserva de Biosfera archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.
- Actuación 2.a.1. Sistema de información para la gestión turística del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS (I)

ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE PRODUCTOS

- Adaptación de la normativa turística favoreciendo el diseño y desarrollo de productos turísticos de calidad adecuados a las tendencias del mercado.
- Proporcionar la información necesaria al sector privado para la estructuración y mejora de sus productos específicos.
- Dinamizar a los empresarios turísticos para el desarrollo de productos, mediante la organización sistemática de talleres orientados a impulsar la estructuración de las diferentes tipologías de productos turísticos y a facilitar su combinabilidad y complementariedad.
- Fomentar la innovación en los productos y servicios turísticos del departamento, divulgando entre el sector privado los avances tecnológicos y conceptuales aplicables que se produzcan a nivel nacional e internacional.
- Potenciar la labor de los operadores turísticos receptivos locales como creadores y estructuradores de productos turísticos que combinan diversos atractivos, actividades y servicios.

PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS (II)

☐ PROPUESTA GENÉRICA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Con carácter orientativo para el sector privado se presentan en el plan una serie de propuestas de productos turísticos a desarrollar, con la siguiente clasificación tipológica de productos genéricos:

PRODUCTO A: VACACIONES DE SOL Y PLAYA "TODO INCLUIDO"

PRODUCTO B: VACACIONES DE SOL Y PLAYA "A LA CARTA"

PRODUCTO C: TURISMO DE NATURALEZA DE INTERES ESPECÍFICO

PRODUCTO D: TURISMO DE NATURALEZA DE INTERES GENERAL

PRODUCTO E: TURISMO CULTURAL DE INTERES ESPECÍFICO

PRODUCTO F: TURISMO CULTURAL DE INTERES GENERAL

PRODUCTO G: DEPORTES TERRESTRES DE AVENTURA

PRODUCTO H: DEPORTES NÁUTICOS DE SUPERFICIE

PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS (III)

☐ PROPUESTA GENÉRICA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

PRODUCTO I: DEPORTES NÁUTICOS SUBACUATICOS

PRODUCTO J: TURISMO NÁUTICO (YATING)

PRODUCTO K: PESCA DEPORTIVA

PRODUCTO L: TURISMO DE CRUCEROS

PRODUCTO M: EVENTOS ESPECIALES

PRODUCTO N: TURISMO ESTUDIANTIL

PRODUCTO O: CONGRESOS Y CONVENCIONES

PRODUCTO P: TURISMO DE NEGOCIOS

PRODUCTO Q: TURISMO DE INCENTIVOS

PRODUCTO R: VIAJES DE NOVIOS

PRODUCTO S: POSADAS NATIVAS

PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS (IV)

☐ PRODUCTO B. VACACIONES DE SOL Y PLAYA "A LA CARTA"

CARACTERÍSTICAS

Disfrute del Sol y las playas del archipiélago, pudiendo realizar actividades de recreación en general, con amplia opcionalidad de los servicios, pudiendo combinarse con otras actividades turísticas.

PÚBLICO OBJETIVO

- ✓ Nacional urbano de estratos medio-altos y altos, de diversas edades y situaciones familiares.
- ✓ Internacional de estratos medios, medio-altos y altos, en los mercados geográficos prioritarios

ATRACTIVOS TURÍSTICOS A UTILIZAR

- ✓ Las playas.
- ✓ Visita a lugares de atractivo natural de la isla.
- ✓ Visita a lugares de atractivo natural marinos: arrecife, cayos, etc.
- ✓ Compra de artesanía y recuerdos.
- ✓ Gastronomía y ocio nocturno.

PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS (V)

☐ PRODUCTO B. VACACIONES DE SOL Y PLAYA "A LA CARTA" (Cont.)

SERVICIOS INCORPORADOS	Hoteles de 3, 4 o 5 estrellas, o Posadas Nativas. En ambos casos puede incluir AL+D, AL+MD, o AL+PC.
SERVICIOS OPCIONALES	✓ Actividades culturales. ✓ Gastronomía típica. ✓ Compras. ✓ Excusiones. ✓ Actividades náuticas. ✓ Ocio nocturno.
DURACIÓN	1 o 2 semanas.
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	✓ A través de agencias mayoristas y minoristas nacionales e internacionales. ✓ Internet, webs turísticas, y GDS internacionales

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS (VI)

☐ PRODUCTO B. VACACIONES DE SOL Y PLAYA "A LA CARTA" (Cont.)

COMUNICACIÓN PROMOCIONAL

- ✓ Inclusión en folleto general del destino. Web del destino.
- ✓ Publicidad realizada por los operadores mayoristas.
- ✓ Ferias turísticas nacionales e internacionales.

EJEMPLOS DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS

- ✓ Vacaciones a la carta para familias con hijos.
- ✓ Vacaciones a la carta para parejas.
- ✓ Vacaciones a la carta para grupos de amigos.
- ✓ Vacaciones a la carta para la 3ª Edad.

PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS (VII)

☐ COMBINACIONES DE PRODUCTOS EN LAS OFERTAS TURÍSTICAS

- **Para adaptarse a los requerimientos, posibilidades y expectativas de los diferentes mercados, segmentos y públicos objetivos, debe propiciarse la conformación de oferta combinadas de dos o más productos.**

A continuación se muestran algunos ejemplos de combinaciones de productos genéricos que pueden ofertarse conjuntamente:

Sol y Playa	+	Naturaleza – general		
Sol y Playa	+	Turismo Náutico		
Turismo Escolar	+	Naturaleza – general	+	Turismo Náutico
Naturaleza	+	Turismo Cultural		
Congresos y Conv.	+	Turismo Cultural	+	Turismo Náutico
Turismo Náutico	+	Aventura – senderismo		
Tur. de Luna de Miel	+	Turismo Náutico		
Eventos especiales	+	Turismo Cultural		
Turismo Cultural	+	Naturaleza – general	+	Turismo Náutico
Turismo Cultural	+	Aventura	+	Sol y Playa

consultur consultores turísticos · euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta · MQM · cegos Tea

5º. PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

consultur
consultores turísticos

euroestudios, s.a.
Ingenieros de consulta

MQM

cegos
Tea

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (I)

Aunque la estrategia de distribución comercial debe ser finalmente adoptada e implementada por el sector privado, los grandes ejes estratégicos de la distribución comercial deben ser los siguientes:

- **Utilización de los operadores receptivos locales y nacionales por parte de las empresas de servicios turísticos.**
- **Utilización de los operadores turísticos emisivos adecuados a los diferentes productos por parte de los operadores receptivos.**
- **Utilización de las agencias de viaje nacionales e internacionales por parte de las empresas prestadoras de servicios.**
- **Comercialización a través de asociaciones o instituciones especializadas que agrupen a los públicos objetivos específicos.**

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (II)

- Comercialización a través de los Sistema Globales de Distribución (GDS), accediendo telemáticamente a los distribuidores
- Utilización interactiva de Internet para la realización de reservas turísticas a través de la página web
- Institucionalmente debe apoyarse la utilización de todos los canales de distribución comercial, facilitando la información técnica y comercial necesaria, así como la participación de los operadores receptivos

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA DE COMUNICACION PROMOCIONAL (I)

- Priorización de las comunicaciones promocionales orientadas a proyectar una nueva imagen turística del Archipiélago y los microdestinos que lo conforman.
- Lanzamiento concertado y progresivo de la comunicación promocional para los diversos productos genéricos (una vez se hayan desarrollado productos específicos).
- Diseño de una marca turística global, y por microdestinos, coherentes con la respectiva estrategia de posicionamiento.
- Elaboración de los mensajes a nivel global y por productos, coherentes con las marcas turísticas definidas y los productos genéricos a promocionar.
- Coordinación interinstitucional de la promoción turística, evitando duplicidad en las actuaciones y favoreciendo la eficacia de la comunicación.
- Selección de los instrumentos y medios de la comunicación promocional en función de los públicos objetivos.
- Desarrollo concertado de acciones de marketing dirigidas a diversos canales de distribución y a los medios de comunicación.

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

ACTUACIONES DEL PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN (I)

A. DISEÑO PARTICIPATIVO DE LOS LINEAMIENTOS DE LA COMUNICACIÓN PROMOCIONAL

a) Creación de una comisión de mercadeo, con participación pública y privada, con el objetivo de definir los ejes que han de orientar las acciones de comunicación, estableciendo prioridades e identificando los públicos objetivos.

b) Diseñar las marcas turísticas y "base lines" correspondientes tanto a nivel global, del destino, como a nivel específico, con respecto a los microdestinos que conforman el archipiélago (San Andrés y Providencia).

c) Elaboración de los mensajes promocionales, tanto a nivel genérico (destino) como particular (microdestinos) y por productos, coherentes en conjunto con el posicionamiento de los destinos y sus marcas.

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

B. DESARROLLO Y GESTIÓN DE UN BANCO DE IMÁGENES TURÍSTICAS DEL ARCHIPIÉLAGO.

a) Diseño de una aplicación informática o base de datos como banco de imágenes del archipiélago, que permita realizar consultas concretas según tamaño de la imagen, ubicación física, zona turística, tipo de recurso, producto turístico genérico, etc.

b) Realización de fotografías en soporte digital de los diferentes atractivos del archipiélago, para los diferentes tipos de producto a promocionar.

c) Preselección de fotografías para la promoción de cada una de las zonas y de los productos específicos del archipiélago, a fin de tener una base gráfica de partida a la hora de realizar las acciones promocionales.

d) Convocatoria de concursos de fotografía turística en el archipiélago, con el fin de conseguir nuevas imágenes, para utilizar con fines promocionales.

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

C. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE IMAGEN TURÍSTICA DEL ARCHIPIÉLAGO

a) Campañas publicitarias de la Secretaría de Turismo del Archipiélago, a nivel nacional e internacional, proyectando a los mercados el nuevo posicionamiento de San Andrés y Providencia.

b) Coordinación de los objetivos de la comunicación promocional del Archipiélago, con los de las campañas del Fondo Nacional de Promoción, en lo que respecta a la comunicación del posicionamiento del Archipiélago.

c) Coordinación comunicacional con otras campañas publicitarias que pudieran desarrollarse por parte de los microdestinos que conforman el Archipiélago.

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

D. EDICIÓN Y DIFUSIÓN DE FOLLETERIA Y MATERIAL PROMOCIONAL

La Secretaría de Turismo del Archipiélago, en coordinación con la comisión de mercadeo deberá diseñar, editar y difundir, en los principales mercados emisores y en el destino las siguientes publicaciones promocionales:

a) Folleto turístico general del Archipiélago
b) Folletos de los microdestinos: San Andrés y Providencia
c) Folletos de los productos genéricos más relevantes
d) Folletos de eventos de interés turístico
e) Guía Turística del Archipiélago
f) Audiovisual del turismo en el Archipiélago (CD, video)

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

E. MARKETING CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

a) Seminarios informativos dirigidos a los medios de comunicación, con la participación coordinada del sector privado local

b) Relaciones públicas sistemáticas con los diversos medios de comunicación para comunicar la información turística

c) Organización de viajes de prensa (press-trip) para conseguir reportajes y difusión en los medios de comunicación

d) Seguimiento de la presencia en medios y realización de acciones complementarias de refuerzo cuando sea oportuno

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

F. MARKETING CON LOS INTERMEDIARIOS TURÍSTICOS

a) Organización de reuniones de presentación comercial con la participación coordinada del sector privado.

b) Relaciones públicas continuadas con los distribuidores comerciales y demás intermediarios para comunicar y mantener actualizada la información turística

c) Organización de viajes de familiarización (fam-trip) para conseguir un adecuado conocimiento del destino entre los operadores de intermediación

d) Facilitación de los contactos entre los intermediarios y el sector privado, proporcionando a ambas partes la información pertinente

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

G. PRESENTACIONES EN EVENTOS DE COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

a) Participación en ferias turísticas nacionales, regionales e internacionales, con la colaboración del sector privado

b) Organización de work-shops del destino en las ciudades prioritarias de los mercados objetivos

c) Realización anual de una feria turística en destino en colaboración con el sector privado

d) Participación en eventos especializados relacionados con los productos turísticos del Archipiélago

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

H. INSERCIÓN EN LOS SISTEMAS GLOBALES DE DISTRIBUCIÓN

a) Acciones de promoción turística especialmente dirigidas a los GDS, para posicionar el Archipiélago entre los mismos

b) Información comercial sobre los GDS y otros sistemas de reservas, para la selección adecuada de estos canales

c) Reuniones del sector privado con los representantes de los GDS, para facilitar la inserción en los canales telemáticos de distribución

d) Asistencia técnica y capacitación para la óptima utilización de los canales telemáticos de distribución turística

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

I. IMPULSAR EL USO DE INTERNET POR PARTE DEL SECTOR TURÍSTICO DEL ARCHIPIÉLAGO.

a) Mejora de la página web de turismo del Archipiélago completando y actualizando la información, e interconectándola con portales relevantes en la red y con otros dominios nacionales.

b) Establecimiento de un sistema de reservas canalizado a través de la página web turística del Archipiélago.

c) Asesoramiento al sector privado sobre la creación y actualización de las páginas web en el mercado turístico

d) Seguimiento de la presencia del Archipiélago en la red y realización de las acciones de refuerzo que sean oportunas.

6º. PROGRAMA DE FINANCIACIÓN DEL PLAN MAESTRO DE TURISMO

consultur
consultores turísticos

euroestudios, s.a.
Ingenieros de consulta

MQM

cegos
Tea

PROGRAMA DE FINANCIACIÓN

Proyectos de infraestructuras que cuenten con el necesario consenso de los agentes políticos, sociales y económicos del Archipiélago.

Iniciativas privadas locales para pequeños emprendimientos relacionadas con el sector turístico y que permitan una mayor integración de la población local en los beneficios de la actividad turística

Rehabilitación o modernización de pequeños y medianos negocios ya existentes en el sector turístico o bien de otros sectores productivos que pueden mejorar la plataforma de servicios turístico de las islas.

Nuevos proyectos de inversión acometidos por inversores locales e internacionales, que garanticen la mejora de los niveles de gestión y calidad de la oferta turística.

MODELOS ESPECÍFICOS DE FINANCIACIÓN

consultur consultores turísticos

euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta

MQM

cegos Tea

PROGRAMA DE FINANCIACIÓN

A. PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURAS

A. FUENTES DE FINANCIACIÓN MULTILATERAL PARA EL DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURAS.

- **BANCO MUNDIAL.**
  - ✓ **Prestamos para proyectos de inversión.**
- **BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO.**
- **CORPORACIÓN ANDINA DE FOMENTO.**
- **LA UNIÓN EUROPEA Y EL BANCO EUROPEO DE INVERSIONES**

B. FUENTES DE FINANCIACIÓN BILATERAL ESPAÑOLA

- **LOS CRÉSITOS FAD.**

PROGRAMA DE FINANCIACIÓN

B. PROYECTOS DE TURISMO PARA PYMES

A. FUENTES DE FINANCIACIÓN MULTILATERAL.

- **BANCO MUNDIAL:**
  - ✓ Pequeños proyectos de inversión.
- **BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO:**
  - ✓ Prestamos para operaciones de innovación
  - ✓ Facilidades sectoriales.
  - ✓ Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)
- **CORPORACIÓN ANDINA DE FOMENTO.**
- **LA UNIÓN EUROPEA Y EL BANCO EUROPEO DE INVERSIONES**

B. FUENTES DE FINANCIACIÓN BILATERAL ESPAÑOLA

- **LOS MICROCRÉDITOS.**

consultur consultores turísticos · euroestudios, s.a. Ingenieros de consulta · MQM · cegos Tea

PROGRAMA DE FINANCIACIÓN

C. PROYECTOS PRIVADOS DE INVERSIÓN

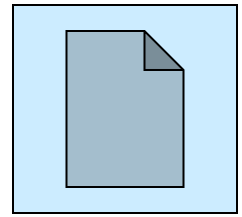
A. FUENTES DE FINANCIACIÓN MULTILATERAL.

- **LA CORPORACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL (CFI). VENTANILLA PRIVADA DEL BANCO MUNDIAL**

- **LA CORPORACIÓN INTERAMERICANA DE INVERSIONES. VENTANILLA PRIVADA DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO.**

PROGRAMA DE FINANCIACIÓN

FUENTES DE FINANCIACIÓN NACIONAL



PROGRAMA DE FINANCIACIÓN

MODELOS QUE PODRIAN APLICARSE PARA LA FINANCIACIÓN DE PROYECTOS EN EL MARCO DEL PLAN MAESTRO DE TURISMO PARA LA RESERVA DE LA BIOSFERA ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA

- LÍNEA DE CRÉDITO FAD PARA PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS.
- LÍNEA DE FINANCIACIÓN MULTILATERAL PARA INICIATIVAS PRODUCTIVAS DE PYMES DE TURISMO EN SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA.
- PROGRAMA DE DESARROLLO SOSTENIBLE PARA SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA.
- LÍNEA DE PROMOCIÓN PARA LA INVERSIÓN TURÍSTICA EN COLOMBIA-ICO.
- PLAN DE CRÉDITO DEL FOMIN-INDUSTRIA TURÍSTICA DEL ARCHIPIÉLAGO.
- LÍNEA DE MICROCRÉDITOS PARA PROYECTOS EMPRESARIALES EN SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA.
- LÍNEA DE REHABILITACIÓN PARA ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DEL ARCHIPIÉLAGO.
- CENTRO DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

PROGRAMA DE FINANCIACIÓN

ESTRATEGIA PARA LA ATRACCIÓN DE PARTICIPANTES EN EL DESARROLLO DEL PLAN MAESTRO DE TURISMO

1. CREACIÓN, EN EL ÁMBITO DE GESTIÓN DEL PLAN MAESTRO, DE UNA OFICINA DE SEGUIMIENTO DE FONDOS E INFORMACIÓN AL CIUDADANO.
2. PRESENTACIÓN DEL PLAN MAESTRO DE TURISMO A LA COMUNIDAD FINANCIERA Y EMPRESARIAL DE COLOMBIA.
3. PRESENTACIÓN DEL PLAN MAESTRO DE TURISMO A LOS REPRESENTANTES DE LOS ORGANISMOS MULTILATERALES.
4. PRESENTACIÓN DE PROYECTOS ANTE LOS ORGANISMOS MULTILATERALES DESARROLLANDO UN SEGUIMIENTO ACTIVO DE LOS MISMOS.

7º. APORTES AL PLAN MAESTRO DE TURISMO

consultur
consultores turísticos

euroestudios, s.a.
Ingenieros de consulta

MQM

cegos
Tea

APORTES AL PLAN MAESTRO DE TURISMO

- SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA DEL ARCHIPIÉLAGO.
- PLAN DE FORMACIÓN TURISTICA DEL ARCHIPIÉLAGO.
- PLAN DE CALIDAD TURÍSTICA DEL ARCHIPIÉLAGO.
- SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.
- SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICO.

consultur
consultores turísticos

euroestudios, s.a.
Ingenieros de consulta

MQM

cegos
Tea

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN

BOGOTA, 1 de Agosto de 2002.

consultur
consultores turísticos

euroestudios, s.a.
Ingenieros de consulta

MQM

cegos
Tea