



Estrategia de promoción  
internacional

Turismo en la Naturaleza

Quienes somos?... Que  
hacemos?

## **Proexport Colombia promueve** el Turismo Internacional, la Inversión Extranjera Directa y las Exportaciones

**TURISMO**



**INVERSIÓN**



**EXPORTACIONES**

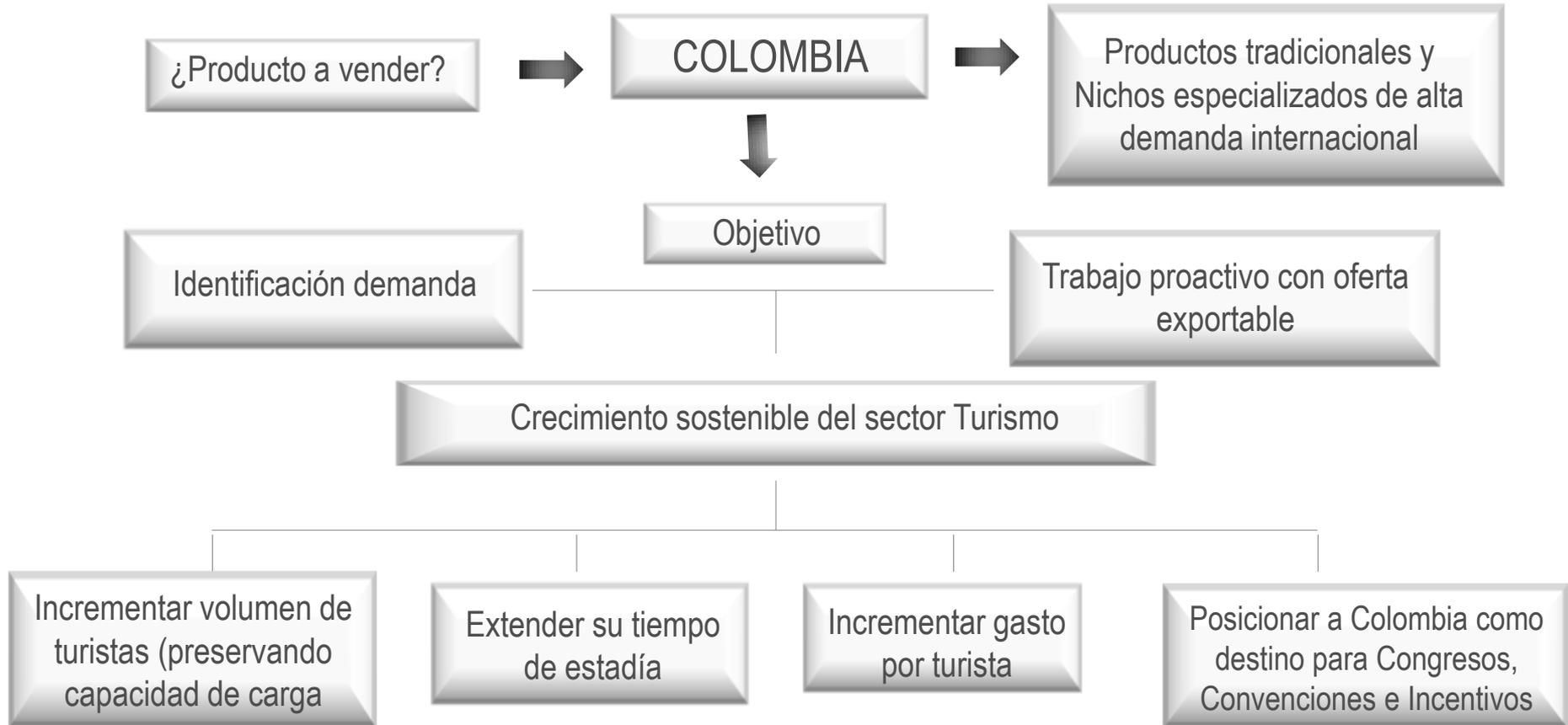


Promocionar Colombia como destino turístico en los mercados internacionales con el propósito de atraer viajeros al país, logrando así posicionarlo como destino turístico de clase mundial.



# Evolución



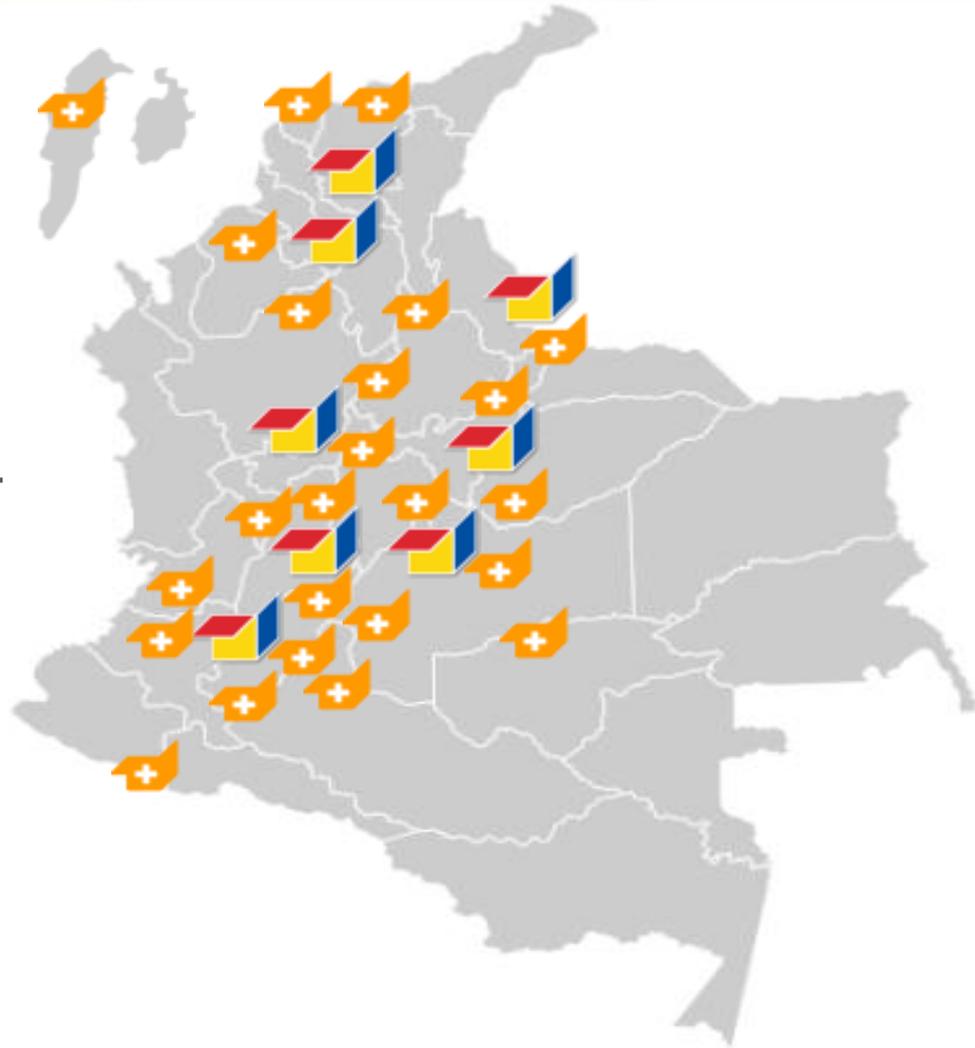


# En el mundo...



# En Colombia...

8 Oficinas regionales y 24  
Zeikys en 20 ciudades.





**Turismo Vacacional**



**Turismo de Incentivos, Congresos y Convenciones**

Asesorar a los empresarios de turismo y destinos, en la promoción de su oferta turística exportable, mediante la generación de conocimiento y búsqueda de oportunidades de negocio a través de plataformas comerciales que se desarrollan en diferentes países.

# Qué le ofrecemos a nuestros clientes

## Generación de Conocimiento

- Seminarios
- Capacitaciones
- Información Comercial
- Programa de formación exportadora Zeiky
- Consultorías con expertos internacionales

## Oportunidades de Negocio

- Agendas Comerciales
- Misiones Comerciales
- Planes Exportadores
- Workshops
- Ruedas de Negocios CTM CNTM
- Ferias de Turismo Internacional

## Herramientas de Apoyo

- Presencia directorios de Empresarios/(Ferias y Portal Colombia.travel )
- [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel)
- Material Promocional
- Banco de Imágenes
- Newsletters

## En Colombia\*

- Operadores turísticos receptivos
- Hoteles
- Aerolíneas
- Gremios de turismo
- Bureaux
- Oficinas de promoción de turismo en las regiones
- Redes de Turismo
- Asociaciones
- Operadores profesionales de Congresos

## En el exterior

- Mayorista de Turismo
- Aerolíneas
- Organismos internacionales
- Otros intermediario del sector turismo
  - Escuelas de buceo
  - Asociaciones de alistadores de aves

\*Persona jurídica, con RNT, aportes parafiscales al turismo y con oferta exportable preparada

Por que promocionar el turismo en la  
naturaleza..

- 1907 especies de pájaros nos convierten en el primer país en el mundo, 80 de ellas endémicas.
- 155 colibríes nos hacen el país número uno en esta especie en el mundo.
- Ocupamos el primer lugar en mariposas en el mundo con 3,000 familias y 14,000 especies.
- 456 especies de mamíferos que representan el 7% del total mundial, quinto lugar del mundo.
- EL yin yang del buceo.
- Culturas ancestrales en áreas naturales protegidas.
- Paisajes culturales, cultura en el paisaje natural



# IMPORTANCIA Y DIMENSIONAMIENTO DEL TURISMO DE NATURALEZA



Es un mecanismo de hacer sostenibles las áreas naturales,

El Turismo de Naturaleza representa 215 billones de dólares del mercado global.

El Turismo de Naturaleza continuará creciendo en la medida en que continúe la preocupación sobre la conservación del medio ambiente.

La WTO estima que Naturaleza representa el 8% del mercado internacional del turismo.

El Turismo de Naturaleza está creciendo tres veces más rápido que el turismo de masas.

# TENDENCIAS MUNDIALES DEL TURISMO DE NATURALEZA



El 96% de los lectores de la revista Conde Nast Traveler piensa que los hoteles y resorts deben ser responsables de proteger el medio ambiente en donde se ubican.



El 74.5% opina que las políticas ambientales de los hoteles influyen la decisión de hospedarse en ellos.



Tres cuartas partes de los turistas piensan que sus viajes no deben dañar el medio ambiente.

Por lo menos la tercera parte de los turistas está dispuesta a pagar más a las compañías que benefician a comunidades locales.

# Resultados de la estrategia de Turismo de Naturaleza 2011: Exploración y primeros pasos en la promoción

# Resultados de la estrategia 2011

- **Talleres de sensibilización de naturaleza**
  - 985 empresarios de naturaleza fueron sensibilizados en las ciudades de Bogotá, Santa Marta, Medellín, Armenia, Manizales, Neiva, Cartagena, San Gil, Cali, Leticia y San Andres.
- El Turismo de naturaleza fue parte importante de todas las **346** Visitas Comerciales realizadas durante el 2011
- Alineación estratégica con los entes relacionados con el producto.
  - Se logro coordinar actividades conjunta con las siguientes instituciones:
    - » Parques Nacionales Naturales
    - » FEDEC
    - » Red de Buceo de Colombia
    - » Programa de transformación productiva
    - » Instituto Distrital de Turismo



**PRESS TRIPS** Mas de 22 medios de comunicación especializados en turismo de naturaleza, visitaron nuestro país

– **BIRDING ADVENTURES TV**

- De este viaje se generaron 6 programas de televisión que se emitirán de la siguiente forma en el canal NBC USA:
  - Torrent Ducks and Cuaca Guan, Otun Quimbaya  
Monday 13 Feb at 10.00 am EST/ Tuesday 14 Feb at 2.30 PM EST
  - Pittas and Bearded Helmetcrest, Rio Blanco and Montezuma  
Monday 20 Feb at 10.00 AM EST /Tuesday 21 Feb at 2.30 PM EST
  - Grayish Piculet, Cali Region  
Monday 27 Feb at 10.00 am EST Tuesday 28 Feb at 2.30 PM EST



# Resultados de la estrategia 2011

- **FERIAS DE TURISMO:**

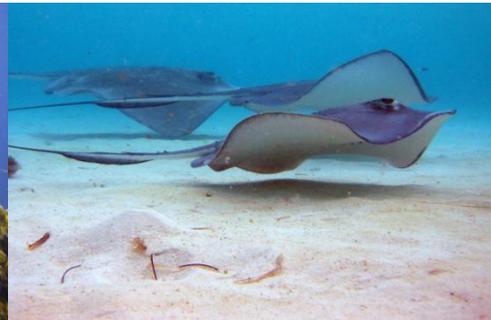
- **DEMA SHOW:** La estrategia de Proexport en la feria consistió en apoyar a 6 diferentes tour operadores los cuales operan en diferentes ciudades de Colombia: Aviatur (Bogotá y el resto del país), Poseidon Dive Center (Taganga), Dive and Tours (Bogotá), Cartagena Travel & Tours (Cartagena), Almar-Hotel & Resort (Capurgana), Felipe Diving (San Andrés & Providencia).
- **BIRD FAIRD:** Durante esta feria se realizó el lanzamiento de la Guía De Avistamiento de Aves en un evento denominado “Colombia: Bird Watchers Paradise” al cual asistieron 60 personas
- En esta feria se participó con dos empresarios nacionales con producto especializado AVIATUR y Ecoturs



## – MERCADEO

### • MATERIAL PROMOCIONAL

- **GUIA DE AVES:** Se realizó la distribución de los ejemplares existentes en el conversatorio de turismo de naturaleza y las restantes se enviaron a las oficinas comerciales de Estados Unidos, Reino Unido, Canadá y Francia.
- **MAPA DE AVES:** Impresión y distribución de los mapas.
- **MAPA DE VIDA SUBACUATICA:** Diseño y contratación de los mapas que fueron lanzados en el marco de DEMA SHOW. Se tradujo al mismo al Francés para ser utilizado en el SALÓN DE LA PLONGÉE.
- **BROCHURE DE BUCEO:** Se revisaron y actualizaron los contenidos y se solicitó su reimpresión en Francés para ser utilizado en el Salón de la Plongé.



# Estrategia de turismo de Naturaleza 2012: avanzar comercialmente

Una estrategia Comercial, apoyada en 4 ejes y fundamentada en la generación de conocimiento.



Todo soportado en la Generación de Conocimiento

• **Línea Estrategia 1:** Focalización en la promoción de Colombia como destino de Avistamiento de Aves y Buceo (nichos) en mercados consolidados (Brasil, Alemania, Reino Unido, Canada) y en mercados nuevos (Latinoamérica)

## Actividades en Mercados Consolidados:

- Planes de apoyo empresarial con mayoristas especializados en estos nichos.
- Participación en ferias de nicho. (PADI, Salon del la Plongee, Bird Fair, DEMA)
- Planes de trabajo con actores claves del producto (escuelas de buceo y asociaciones de alistadores de aves)
- Promoción y divulgación en medios especializados de nicho.

## Actividades Latinoamérica:

- Identificación de mayoristas en Latinoamérica que vendan productos de naturaleza.
- Validación de producto (MEGAFAM de naturaleza)

### Justificación:

Colombia tiene una oferta preparada en estos dos nichos,  
Potencial de recurso para los dos nichos  
Son turista de alto consumo y bajo impacto ambiental, (generadores de divisas y empleos indirectos)

• **Línea Estrategia 2:** Aumento de la presencia del producto naturaleza en la oferta de los mayoristas Europeos (Alemania Francia y Reino Unido) y Canada.

## Actividades Promoción

- Planes de apoyo empresarial que incluyan un componente de diversificación de producto enfocado a naturaleza.
- MEGAFAM de naturaleza con rueda de negocios con la oferta de turismo de Naturaleza

## Actividades de divulgación:

- Plan de medios focalizado al producto de naturaleza en los mercados establecidos
- Press trips en medios de comunicación dirigidos a público final no especializado en naturaleza
- Desarrollo de guía de turismo de naturaleza.

### Justificación:

Si se aumenta la presencia de productos de Naturaleza dentro de la oferta de los mayoristas europeos, permitirá que el número de viajeros de este producto aumente, mejorando la generación de empleo, el ingreso de divisas y se reduce el impacto ambiental

• **Línea Estrategia 3:** Posicionamiento de productos de naturaleza en los mercados que hacen parte de la estrategia de integración:

- Japón (Avistamiento de aves , ecoturismo y turismo rural)
- Australia (Aventura en la naturaleza)
- China (Naturaleza en Amazonas)

**Actividades de Promoción y Divulgación:**

• Se iniciara el trabajo con el canal profesional por medio de la participación en Ferias y Workshops.

**Justificación:**

El perfil del viajero de estos mercados, responde a la oferta de turismo de Naturaleza que tiene Colombia.

Transversalmente esta estrategia se fundamentará en las siguientes actividades.

### Identificación de nueva oferta

- Validación de 21 nuevos destinos de naturaleza en Colombia.
- Trabajo en conjunto con el Gremio FEDEC, en el proceso de validación de empresarios.
- Trabajo en conjunto con Parque Naturales y Viceministerio en la validación de nuevos destinos.

Nuevos  
destinos a  
promover 2013

Nuevos  
empresarios

### Orientación a la oferta

- Primera misión de pymes de empresarios de naturaleza
- Programa de preparación de la oferta de Naturaleza con Zeiky.
- Capacitaciones a la oferta exportable sobre la promoción internacional del producto.

Empresarios de  
turismo de  
naturaleza  
mejor  
preparados  
para exportar

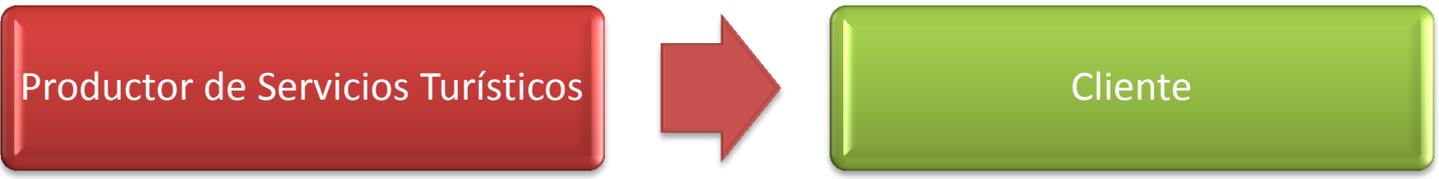
# CANALES DE DISTRIBUCION EN TURISMO



- HOTELES
- TRANSPORTISTAS
- MUSEOS
- ATRACCIONES
- SEGUROS
- ETC

- TURISTAS
- EMPRESAS
- GOBIERNOS

## CANAL DE NIVEL 0 - DIRECTO



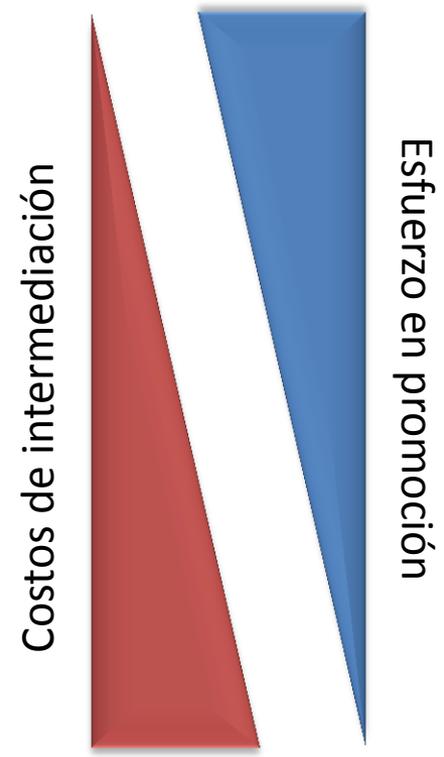
## CANAL DE NIVEL 1 - CORTO



## CANAL DE NIVEL 2 - LARGO



## CANAL DE NIVEL 3 - LARGO II



# Oferta exportable turismo en la naturaleza

# Productos a promocionar.

- Avistamiento de Aves.
- Avistamiento de Ballenas.
- Ecoturismo.
- Agroturismo.

Naturaleza



- Religioso.
- Ferias y Fiestas.
- Gastronomía.
- Compras.
- Bodas y lunas de miel.

Cultural



- Congresos
- Convenciones e Incentivos
- Golf

Congresos, eventos e incentivos (MICE)



Náutico y cruceros



Bienestar



Sol y playa



Aventura



- Aventura en la naturaleza.
- Buceo.

# Nichos en Naturaleza y Aventura

## Naturaleza contemplativa

Avistamiento de Fauna

Aves

- Ballenas
- Fauna

Ecoturismo

Turismo Rural

## Aventura en la Naturaleza

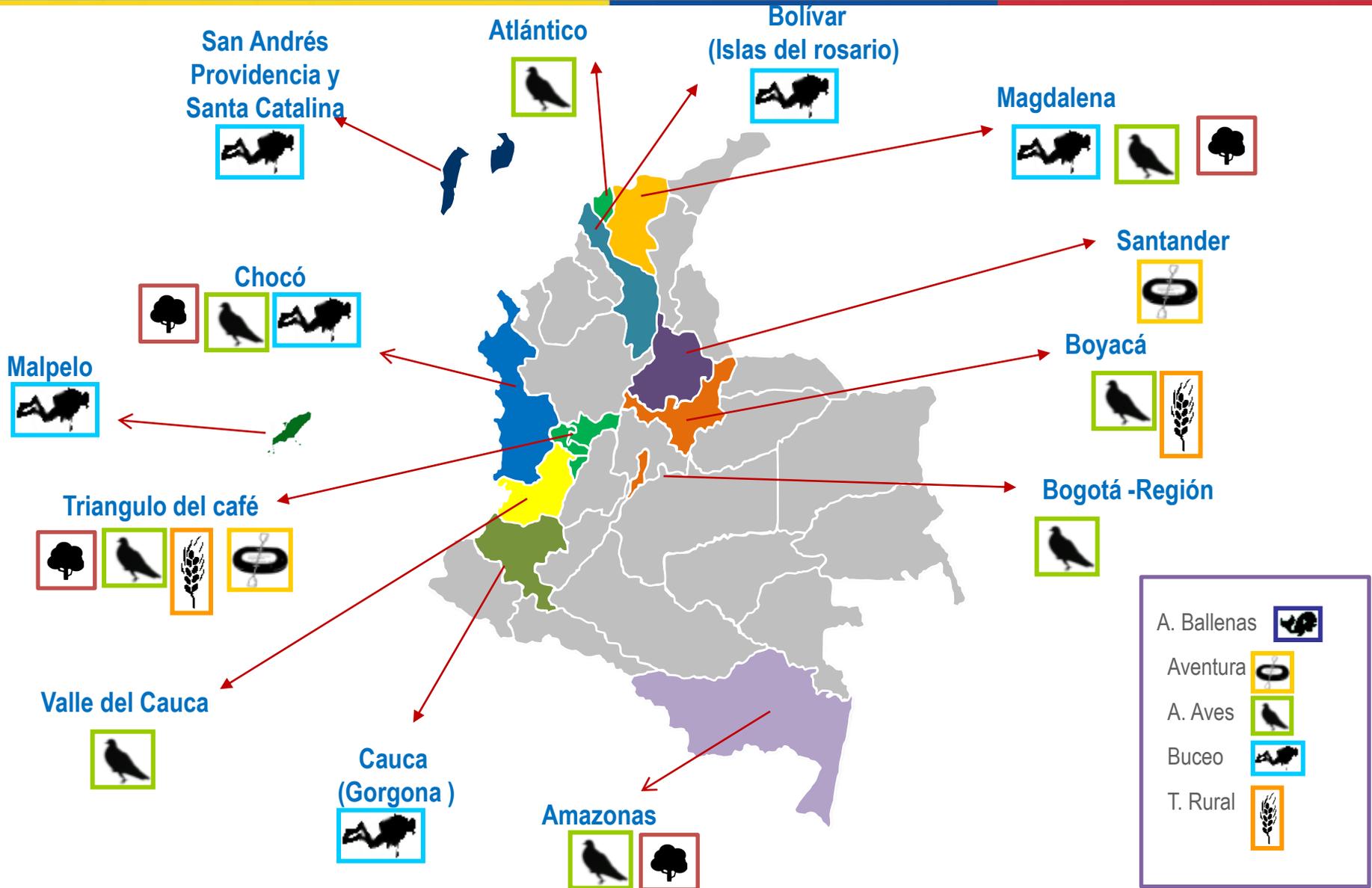
Buceo

Actividades de Aventura

- Rafting
- Espeleología
- Torrentismo
- Escalada



# Destinos de naturaleza y aventura promocionados actualmente.





“Es el disfrute del ambiente a través del acto de observar e identificar aves en su hábitat natural”.

(Estrategia Nacional de Observación de Aves – PNN)



# AVISTAMIENTO DE BALLENAS



“Es la actividad que desde tierra o desde una embarcación permite a viajeros e investigadores apreciar el comportamiento de las ballenas que buscan espacios adecuados para cumplir con funciones de apareamiento, alumbramiento y crianza.”

(Propuesta Guía Avistamiento de Ballenas – MCIT)



## MAPA DE COLOMBIA



“Es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible”

Ley 300 de 1996



Es un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas.

Ley 300 de 1996. Artículo 26



## BUCEO



“Actividad en la cual un grupo de personas se desplaza bajo la superficie del agua, río, lago o mar, siguiendo un plan determinado de profundidad y tiempo, utilizando un equipo completo de buceo.”

(NTS GT – 006)





“Actividades lúdico – recreativas alrededor de los elementos Aire–Tierra–Agua, que generan riesgo controlado en contacto directo con la naturaleza”

(FEDERACIÓN COLOMBIANA DE ECOPARQUES, ECOTURISMO Y TURISMO DE AVENTURA - FEDEC)

# Como identifica que un destino está preparado para ser exportable.

## FICHA DE CARACTERIZACIÓN

- **Buceo :**
  - Número de escuelas de buceo: 0
  - Número de puntos de Buceo: 0
  - Cámara Hiperbarica : 0
  - Buceo técnico: 0
- **Avistamiento de Aves**
  - Especies en la región: 200
  - Número de especies endémicas: 2
  - Sitios de avistamiento de aves (PXP): uno con calificación de dos aves
  - Hoteles especializados: 0
  - Receptivos especializados: 0



Empresas prestadoras de servicios de aventura con certificaciones de seguridad: 0

### Ficha de validación /Modelo Arquitecto Valencia

- **SEGURIDAD:**
  - Reporte policía de turismo: No reportó ninguna indicación negativa,
  - Homicidios por cada 100.000 habitantes: 20 de una media nacional de 32
  - Secuestros por cada 100.000 habitantes: 0 de una media nacional de 0,4
  - Hurto común por cada 100.000 habitante: 235 de una media nacional de 203
  - Travel Warning: a esta ciudad ningún país hace recomendaciones de no viajar.
- **CONECTIVIDAD:**
  - Terrestre:
    - Tiempo en horas desde la Ciudad más cercana a los atractivos de naturaleza: 16,8 KM Desde el casco urbano, un recorrido de 1.H44Minuto



Estado de las vías: Todas las vías estaba adecuadas, sin inconvenientes.



EA:

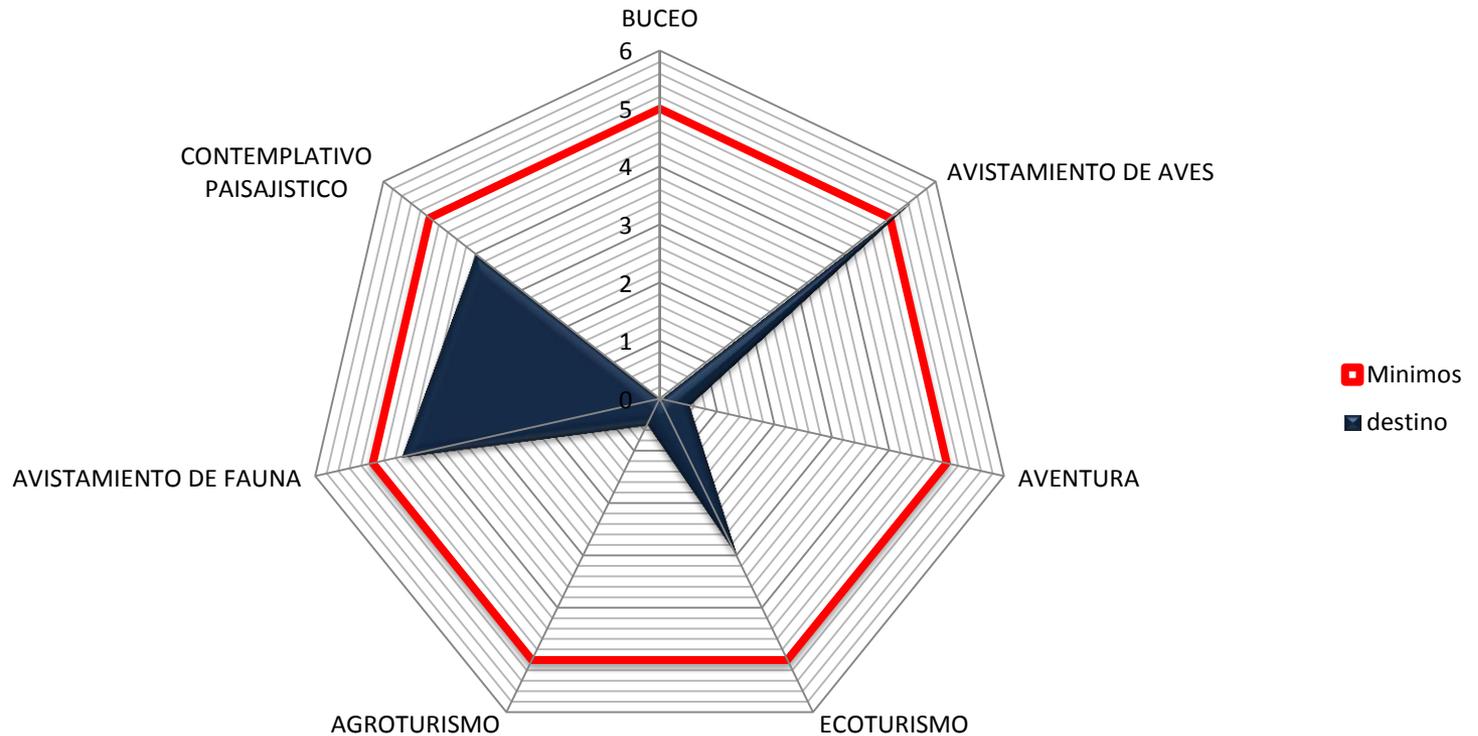
- Número de vuelos semanales: 21 frecuencias semanales correspondientes al 2,9% de la conectividad aérea internacional en Colombia, es la 5 ciudad con más frecuencias aérea,
- Ocupación de los vuelos: Ocupación de los vuelos de un 75%

Mercado – Ruta	Sillas Ofrecidas 2011	Pasajeros a Bordo 2011	Nivel Ocup.
BAQ-MIA-BAQ	96.081	85.430	88,91%
BAQ-PTY-BAQ	120.837	75.791	62,72%
	216.918	161.221	

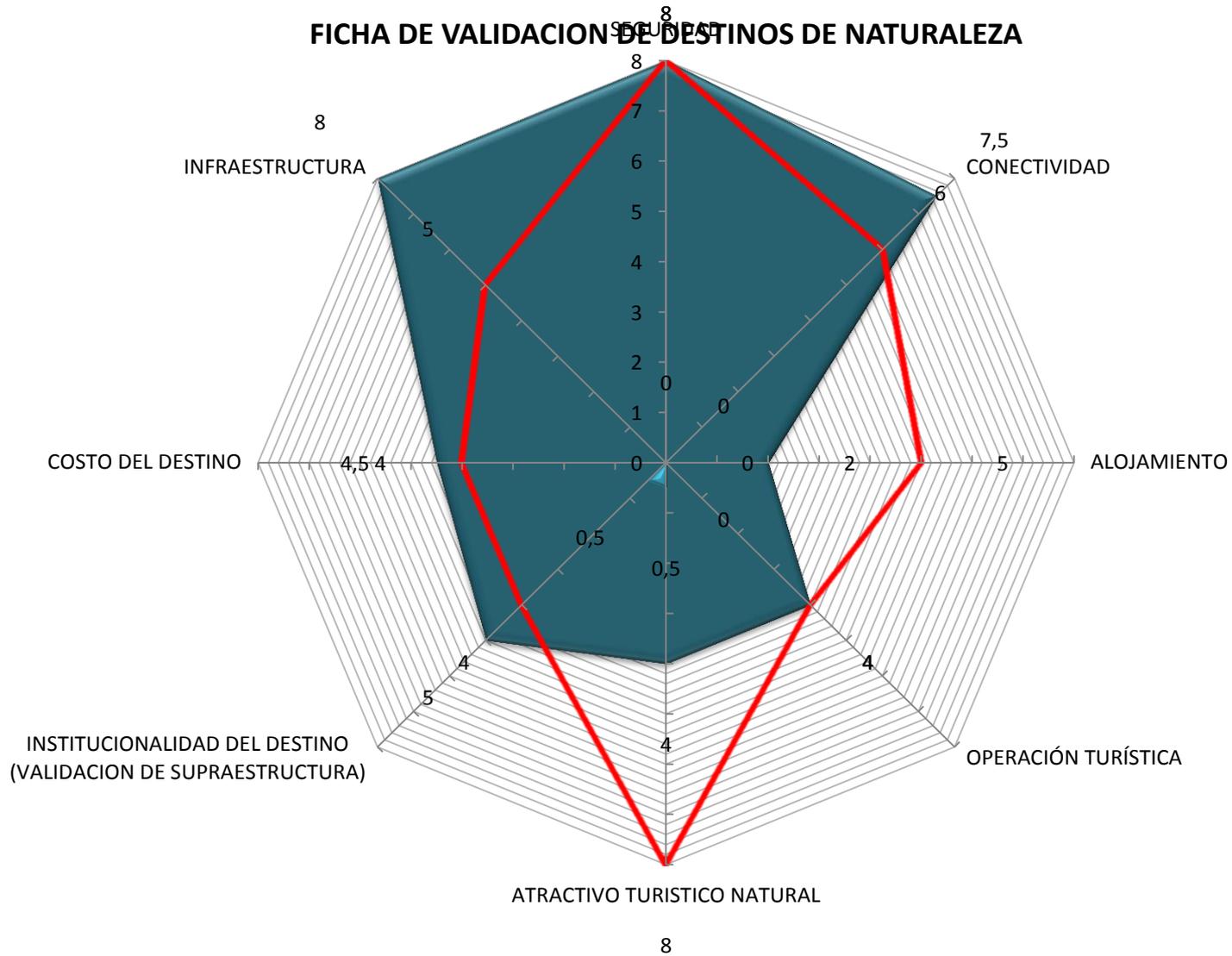
• Número de cupos Vs Numero de camas:

Región del país	Total Hoteles	Total habitaciones	Total acomodación múltiple	inventario de habitaciones año	Frecuencias de vuelos internacionales	Frecuencias de vuelos nacionales
Barranquilla	13	1462	3220	533.630	21	162

# Como identifica que un destino está preparado para ser exportable.



## FICHA DE VALIDACION DE DESTINOS DE NATURALEZA





**Andrés Camilo Díaz**  
**Asesor de turismo en la Naturaleza**  
[adiaz@proexport.com.co](mailto:adiaz@proexport.com.co)  
**5600100 ext 3071**  
**Bogotá-Colombia**

**www.proexport.com.co**

