



Libertad y Orden

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
República de Colombia

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA

Plan de Desarrollo Turístico – Departamento del Amazonas

T&L TOURISM
LEISURE & SPORTS
europaxis

AVIA EXPORT



AVIATUR *mayatur* s.a.

Abril del 2012

Equipo de Trabajo

Gustavo Bassotti
Director del Proyecto

Valeria Riba Anglada
Desarrollo del Sector Turístico
Alojamiento y Empresas Privadas

Erik Carlos Johansson Echaide
Elodie Casola Dunkin
Desarrollo de destinos e inversión
Turística internacional

Jaime Andrés Ramírez Restrepo
Consultor en Cultura

Angel Eduardo Muñoz Fonseca
Consultor en Marketing

Carlos Ricardo Ramírez
Diseño de productos turísticos

Sandra Abreu Ortíz
Consultor en Políticas Públicas de Turismo

Maria José Pineda Pedrazzini
Consultor en Desarrollo Turístico

Ángela María Castro
Consultor en gobernanza

Alejandro Malet
Consultor en Clubes de Producto

Isabel Labat
Consultor en Calidad Turística



Atardecer en el Río Amazonas

Índice

EQUIPO DE TRABAJO	2
DIRECTOR DEL PROYECTO	2
DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO	2
ALOJAMIENTO Y EMPRESAS PRIVADAS	2
DESARROLLO DE DESTINOS E INVERSIÓN.....	2
TURÍSTICA INTERNACIONAL	2
CONSULTOR EN CULTURA	2
CONSULTOR EN MARKETING.....	2
DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	2
CONSULTOR EN POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO	2
CONSULTOR EN DESARROLLO TURÍSTICO	2
CONSULTOR EN GOBERNANZA	2
CONSULTOR EN CLUBES DE PRODUCTO.....	2
CONSULTOR EN CALIDAD TURÍSTICA	2
1 INTRODUCCIÓN AL DEPARTAMENTO	10
2 ANTECEDENTES Y ACTORES INVOLUCRADOS	13
2.1 MARCO NACIONAL.....	13
2.2 MARCO DEPARTAMENTAL	18
2.3 DESCRIPCIÓN Y FUNCIONES DE LOS ACTORES	34
2.4 CONSIDERACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.....	39
3 OFERTA TURÍSTICA.....	41
3.1 REVISIÓN DE LOS INVENTARIOS TURÍSTICOS	41
3.2 NIVEL DE EQUIPAMIENTO	43
3.3 DEFINICIÓN PRELIMINAR DEL MAPA DE OFERTA TURÍSTICA	46
3.4 DOFA.....	47
3.5 CONSIDERACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.....	47
4 CONDICIONES DEL ENTORNO	53
4.1 SITUACIÓN SOCIAL	53
4.2 SITUACIÓN ECONÓMICA.....	60
4.3 SITUACIÓN MEDIOAMBIENTAL.....	62
4.4 DOFA.....	63
4.5 CONSIDERACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.....	64
5 ESTRUCTURA EMPRESARIAL.....	65
5.1 IMAGEN Y ORGANIZACIÓN DEL VIAJE	65
5.2 TRANSPORTE.....	66
5.3 ATRACTIVOS Y ACTIVIDADES	66
5.4 ALOJAMIENTO Y GASTRONOMÍA.....	66
5.5 SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.....	66
5.6 DOFA.....	67
5.7 CONSIDERACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.....	67
6 POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	68
6.1 EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA.....	68
6.2 PERCEPCIÓN DEL DESTINO POR PARTE DEL MERCADO	68
6.3 CANALES DE COMUNICACIÓN	70
6.4 TENDENCIAS Y MOTIVACIONES	72

6.5	DOFA.....	72
6.6	CONSIDERACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.....	72
7	SUPERESTRUCTURA Y FACTORES DE PRODUCCIÓN Y TECNOLÓGICOS.....	73
7.1	DOFA.....	78
7.2	CONSIDERACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.....	79
8	DEFINICIÓN DE PROBLEMAS DE COMPETITIVIDAD.....	80
9	SOCIALIZACIÓN.....	84
9.1	MARCO METODOLÓGICO APLICADO PARA LA SOCIALIZACIÓN EN LOS TALLERES.....	84
9.2	ALTERNATIVAS PRELIMINARES DE SOLUCIÓN A LOS PROBLEMAS DE COMPETITIVIDAD.....	84
10	INTRODUCCIÓN AL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE AMAZONAS.....	86
10.1	PRESENTACIÓN DEL PLAN.....	86
10.2	PROCESO METODOLÓGICO SEGUIDO.....	87
11	CONCLUSIONES CLAVE DEL DIAGNÓSTICO.....	87
12	VISIÓN, OBJETIVOS Y METAS.....	89
12.1	VISIÓN DEL PDT DEL AMAZONAS.....	89
12.2	OBJETIVOS PDT DEL AMAZONAS.....	90
12.3	METAS DEL PDT.....	92
13	DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO DEL AMAZONAS.....	96
13.1	INTRODUCCIÓN AL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS.....	96
13.2	DESARROLLO DE ESTRATEGIAS.....	96
14	ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL AMAZONAS.....	99
15	ESTRATEGIA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DE DESTINOS.....	101
15.1	ESTRATEGIA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE AMAZONAS.....	101
15.2	MAPA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS.....	115
16	ESTRATEGIAS DE MERCADOS, COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN.....	118
16.1	ESTRATEGIA DE MERCADOS.....	118
16.2	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN.....	124
17	ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD.....	125
18	ESTRATEGIA DE GOBERNANZA Y DE SOPORTE.....	126
19	PROGRAMAS DE ACCIONES.....	127
19.1	PROGRAMA DE PRODUCTOS Y DESTINOS.....	127
19.2	PROGRAMA DE MERCADOS, MARKETING Y PROMOCIÓN.....	143
19.3	PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD Y CALIDAD.....	151
19.4	PROGRAMA DE GOBERNANZA Y SOPORTE.....	159
19.5	PLAN DE SEGUIMIENTO Y MONITOREO.....	162
20	PRESUPUESTO PDT.....	163
20.1	DETALLE DEL PRESUPUESTO PDT.....	164
20.2	CONSECUENCIAS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRESUPUESTO EN EL ESCENARIO BASE.....	170
20.3	CONSECUENCIAS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PDT EN EL ESCENARIO MODESTO O Nº2.....	172
20.4	CONSECUENCIAS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PDT EN EL ESCENARIO MÍNIMO O Nº3.....	174
20.5	COMPARATIVO DE ESCENARIOS.....	176

21 ANEXOS.....	180
21.1 INVENTARIO TURÍSTICO DEL AMAZONAS	180
21.2 AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORAS TURÍSTICAS.....	184
21.3 ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	187
21.4 ENCUESTAS A TUOPERADORES NACIONALES	190
21.5 ENCUESTAS A TUOPERADORES INTERNACIONALES	194
21.6 ENCUESTA A TURISTAS EN DESTINO	197
21.7 ENTREVISTAS SEMI-ESTRUCTURADAS	199
21.8 GUÍAS DE OBSERVACIÓN DEL DESTINO	201
22 ANEXO FOTOGRÁFICO	203
22.1 REGISTRO FOTOGRÁFICO DE LOS TALLERES Y LAS SOCIALIZACIONES	203

Índice de tablas

Grupos indígenas presentes en el Departamento del Amazonas	11
Convenio de Competitividad Turística Departamento de Amazonas	25
Resumen de entidades de relevancia para el Turismo en Amazonas	37
Servicios aéreos a Leticia	45
Potencial turístico de productos en Amazonas	46
Personas en NBI (30 Junio 2010):	54
Consumo y venta de energía del Amazonas	55
Fuentes abastecedoras de agua y vertimiento.....	55
Evolución de llegada de turistas nacionales e internacionales al departamento	68
Posibilidades de desarrollo de productos turísticos	69
Matriz de presencia de Amazonas en la oferta de catálogos de turismo	70
Detalle de objetivos básicos y específicos del PDT Amazonas	90
Conceptualización de productos turísticos clave de Amazonas.....	113
Destinos prioritarios para producto turístico clave de Amazonas.....	114
Conceptualización de productos turísticos complementarios de Amazonas.....	114
Destinos prioritarios para producto turístico complementarios de Amazonas.....	115
Tabla de valoración de mercados de origen	121
Presupuestos de implementación del PDT Amazonas	165
Resultados del PDT según escenario base	170
Resultados del PDT según escenario modesto o n°2	172
Resultados del PDT según escenario mínimo o n°3.....	174

Índice de gráficos

Mapa del Departamento de Amazonas.....	10
Departamento del Amazonas, PIB por sectores	12
Problemáticas nacionales en competitividad turística, que coinciden con el déficit departamental	24
Población por sexo:.....	53
Servicios con que cuenta la vivienda	54
Residuos de tipo material del departamento en 2010-2011	56
Residuos según su origen en 2010-2011.....	56
Establecimientos según actividad económica:.....	57
Nivel Educativo	57
Homicidios Comunes en Amazonas	59
Participación del PIB Amazonas en PIB Colombia 2000 – 2010 (%):.....	60
Producción Agrícola 2010 para el consumo local	61
Cadena de Valor del Turismo de Amazonas.....	65
Valoración porcentual de los servicios turísticos.....	70
Pilares del turismo sostenible.....	89
Metas del PDT Amazonas.....	93
Ingresos del PDT Amazonas.....	94
Proceso de creación de estrategias turísticas para Amazonas.....	97
Creación del posicionamiento turístico de Amazonas.....	100
Matriz de estrategia de productos turísticos para Amazonas.....	113
Mapa conceptual de priorización del desarrollo turístico de Amazonas.....	117
Matriz de cuota de mercado	118
Llegada de viajeros extranjeros a Colombia	118
Llegada de viajeros extranjeros a Colombia – variación anual 2011 vs 2010.....	119
Llegada de pasajeros aéreos a destinos dentro de Colombia:	120
Mapa de mercados turísticos prioritarios para Amazonas	121
Matriz de priorización de mercados de origen.....	121
Propuesta indicativa matricial de producto para cada segmento de mercado	122
Proceso metodológico para el programa de productos y destinos.....	128

Proceso metodológico para el programa de mercados, marketing y promoción.....	143
Proceso metodológico para el programa de sostenibilidad y calidad.....	151
Proceso metodológico para el programa de gobernanza y soporte.....	159
Distribución del presupuesto PDT total por programas estratégicos.....	164
Presupuestos del PDT según escenarios	176
Llegadas de turistas nacionales e internacionales en 2016	176
Llegadas acumuladas de turistas nacionales e internacionales 2013 - 2016.....	177
Ingresos acumulados por la implementación del PDT	178

1 INTRODUCCIÓN AL DEPARTAMENTO

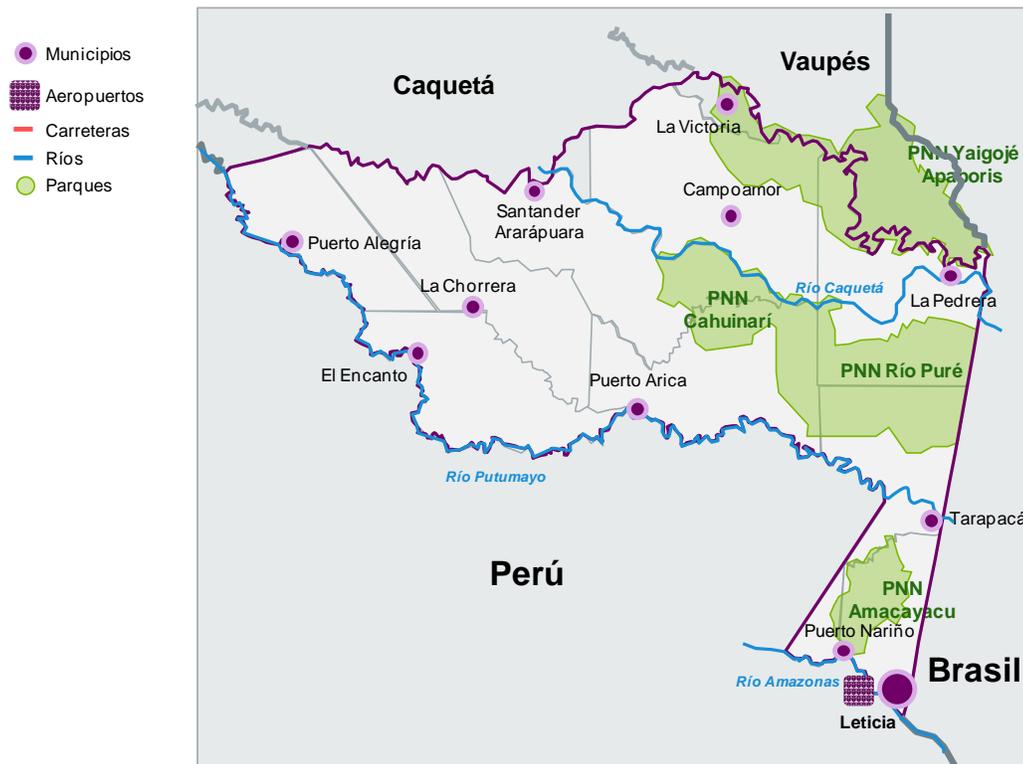
El Departamento del Amazonas se encuentra localizado al extremo sur del país. Su extensión es de 109.665 km² que equivale al 9.6% del territorio nacional¹.

Su ubicación lo posiciona en una zona de triple frontera:

- al este con Brasil
- al oeste con Perú y el Departamento del Putumayo
- al norte con los departamentos del Caquetá y del Vaupés

La división política de este territorio dicta dos municipios: Leticia (Ciudad Capital) y Puerto Nariño; y nueve corregimientos.

Varias arterias fluviales (ríos, caños, cascadas y quebradas) cruzan el departamento. Los tres principales ríos que cruzan el territorio son el Amazonas, Putumayo y Caquetá².



Mapa del Departamento de Amazonas

La superficie del departamento es plana aunque se presenta algunas ondulaciones en las cercanías de la frontera con el Caquetá que no superan los 320 msnm³.

¹ AGENDA 21 PARA EL DEPARTAMENTO DEL AMAZONAS

² *Ibíd.*

³ PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL 2008-2011

Según el censo oficial realizado por el DANE en 2005, la población del departamento es de 46.950 habitantes, de los cuales 53.2% residen en las cabeceras y 46.8% en áreas rurales. Estas cifras hacen que el departamento sea el tercero menos poblado del país después de Guainía y Vaupés⁴.

El departamento cuenta con 24 pueblos indígenas. A continuación una tabla resumen de las etnias, su ubicación y el área de territorio que abarcan:

Grupos indígenas presentes en el Departamento del Amazonas

Nombre	Etnia	Mpio/Cgto	Área (ha)
El Vergel, Zaragoza, Mocagua, Macedonia	Ticuna	Leticia	16.750
Isla de ronda	Cocama	Leticia	60.230
Km. 6-11	Huitoto, Ticuna	Leticia	7.540
La Playa	Ticuna, Cocama	Leticia	246
Miriti - Paraná	Tanimuka, Yucuna, Matapi, Cubeo, Cabiari, Miraña, Tetuama, Makú y otras	Leticia	1.600.000
Nazareth	Ticuna	Leticia- Solano	1.367
Puerto Sábalo y Los Monos	Huitoto	Leticia	211.480
San Sebastián, San Antonio de los Lagos	Ticuna	Leticia	247
Santa Sofia	Ticuna	Leticia	4.209
Cotuhe-Putumayo	Ticuna	Leticia-Tarapacá	245.227
Puerto Córdoba	Miraña, Yucuna	Mirita	39.700
Comeyafú	Tariano, Yucuna y otras	Pedrera	19.180
Curare-Los Ingleses	Yucuna, Cubeo	Pedrera	212.320
Puerto Nariño	Ticuna	Puerto Nariño	140.623
Nunuya de Villazúl	Muinane y otros	Puerto Santander	59.840
Predio Putumayo	Huitoto, Bora, Muiname	La Chorrera Puerto Alegría, Puerto Arica	5.819.505
Arara	Ticuna	Leticia	12.308
Aduche	Adoke	Puerto Santander Leticia	57.900
Monochoa	Huitoto	Solano	229.440
Yaigojé-Apaporis	Tanimuka Miriti-Paraná	La Victoria, La Pedrera, Taraira	1.023.320
San José del Rio	Cocama	Leticia	548
Puerto Triunfo	Ticuna, Cocama	Leticia	1.129
Camaritagua	Yucuna, Miraña, Tanimuka	La Pedrera	8.878
San Juan de los Parentes	Ticuna	Leticia	46
Total			9.708.867

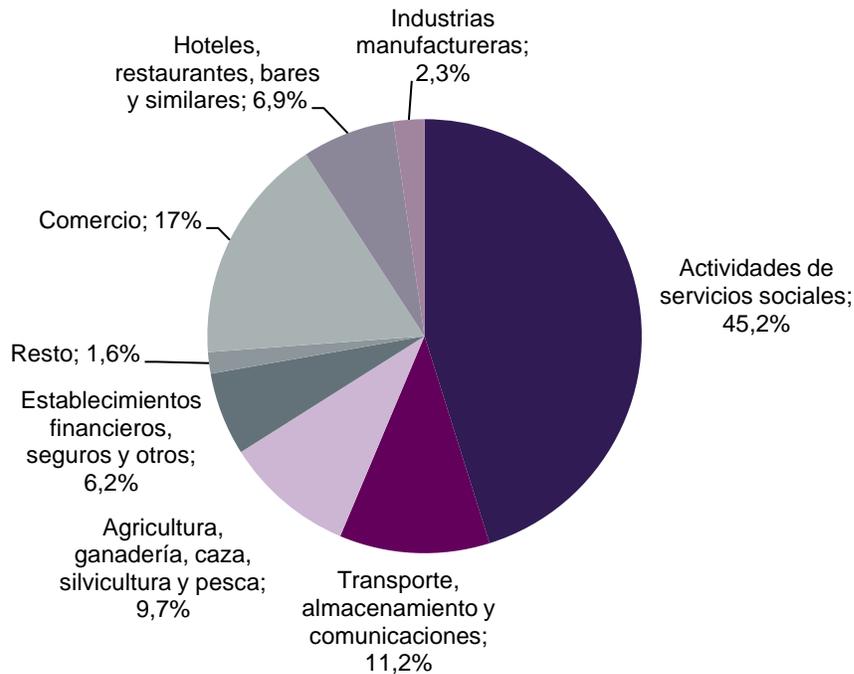
Fuente: Plan de Desarrollo Departamental 2008-2011

⁴ AGENDA 21 PARA EL DEPARTAMENTO DEL AMAZONAS

El PIB per cápita del Departamento del Amazonas (más de 4.8 millones de pesos en 2010) es casi 3 veces inferior al PIB per cápita del país (\$ 12.018.370). La actividad económica del departamento se sustenta principalmente en las actividades de servicios sociales que en 2010 representaban más del 45% del PIB del departamento. Estas actividades de servicios sociales incluyen contrataciones por parte de la gobernación, los municipios y las instituciones presentes en el departamento.

La segunda actividad económicamente más importante para el departamento es el comercio, que representa un 17% de su PIB. La relevancia de esta actividad se explica por la ubicación del departamento, fronterizo con Perú y Brasil, y por el eje fluvial comercial del río Amazonas, uno de los principales de la región.

Departamento del Amazonas, PIB por sectores



El extraordinario entorno natural propició la orientación del Departamento del Amazonas hacia el desarrollo turístico. Éste se ha llevado a cabo principalmente sobre el eje de Leticia a Puerto Nariño a lo largo del río.

2 Antecedentes y actores involucrados

En este capítulo se revisan las principales políticas, documentos, leyes y planes a nivel nacional y departamental que definen el marco para el desarrollo turístico en el Departamento del Amazonas. También se analiza el rol que actualmente desempeñan los principales actores del sector y la relación entre ellos.

2.1 Marco nacional

A nivel nacional se ha favorecido el desarrollo del sector turístico mediante la determinación de los objetivos estratégicos siguientes:

- Consolidar y fortalecer el sector
- Mejorar su competitividad,
- Especializar la oferta
- Mejorar los estándares de calidad

A continuación se presentan: la Ley marco en turismo, la Visión 2019, las diferentes políticas de relevancia, así como las externalidades que orientan al sector turístico en el ámbito nacional.

Antes de ello, resaltar la importancia que se le está dando actualmente y desde el gobierno al sector turístico, ya que en el actual Plan Nacional de Desarrollo “Prosperidad para Todos 2011-2014” se define al sector como “Turismo como motor de desarrollo”.

2.1.1 Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996

La Ley 300 de 1996 reconoce al sector turístico como una industria de servicios, de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, esencial para el desarrollo social y económico del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y las provincias, por lo cual es la referencia legal más importante en este campo (artículos 1 y 2).

Esta ley establece una reorganización institucional con funciones concretas para el gobierno, deslinda los intereses de los empresarios del sector e introduce ajustes en el papel del Estado y del sector privado para la promoción de la actividad con criterios de mercado e impulso a la competitividad de los destinos turísticos.

La Ley General de Turismo define las tipologías de turismo especializado en Colombia de la siguiente manera⁵:

- Ecoturismo: turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo sostenible. Es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza.
- Etnoturismo: 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.

⁵ Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996, Título IV, Título V.

- **Agroturismo:** es un tipo de turismo especializado en el cual el turista 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.
- **Acuatourismo:** tiene como motivación principal el disfrute por parte de los turistas de servicios de alojamiento, gastronomía y recreación, prestados durante el desplazamiento por ríos, mares, lagos y en general por cualquier cuerpo de agua, así como de los diversos atractivos turísticos que se encuentren en el recorrido utilizando para ello embarcaciones especialmente adecuadas para este fin.
- **Turismo Metropolitano:** se realiza en los grandes centros urbanos, con fines culturales, educativos y recreativos, que dé lugar a la conservación del patrimonio histórico y cultural; a la creación de espacios públicos de esparcimiento comunitario y que promueva el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales urbanos.
- **Turismo de Interés Social:** es un servicio público promovido por el estado con el propósito de que las personas de recursos económicos limitados puedan acceder al ejercicio de su derecho al descanso y al aprovechamiento del tiempo libre, mediante programas que les permitan realizar actividades de sano esparcimiento, recreación, deporte y desarrollo cultural en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad.
- **Turismo Juvenil:** se apoyaran los planes y proyectos encaminados a promover el turismo para la juventud.

2.1.2 Plan Sectorial de Turismo: “Turismo, factor de prosperidad para Colombia” 2011-2014

El presente Plan Sectorial, responde al principio de planeación que inspira la ley 300 de 1996, “en virtud del cual las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el plan sectorial de turismo, el cual formará parte del plan nacional de desarrollo”.

Siendo el turismo el tercer renglón de exportaciones del país, al abordar su análisis es importante revisar los antecedentes inmediatos que han dado lugar a determinadas estrategias. Esos antecedentes se encuentran en la Política de Competitividad: El desafío para alcanzar un Turismo de Clase Mundial 2009 y el Plan Sectorial de Turismo 2008 – 2010, “Colombia, Destino Turístico de Clase Mundial”.

El presente plan reconoce las debilidades que aún persisten en las regiones del país en materia de competitividad, lo cual genera límites en el desarrollo turístico de la nación.

Si bien en los últimos años se han realizado esfuerzos con resultados positivos, es necesario persistir en la generación de planificación y gestión de los destinos turísticos, la calidad turística, desarrollo de infraestructura, la recuperación de las playas, el desarrollo de productos turísticos competitivos e innovadores, la seguridad integral de los destinos y la educación y formación del talento humano para el sector turístico.

Para generar mayor competitividad en las regiones, el presente plan prevé los siguientes objetivos:

- Fortalecer la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional.
- Mejorar la calidad de los servicios y destinos turísticos ofrecidos a los turistas nacionales y extranjeros.
- Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo.

- Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo.
- Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional.
- Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados.
- Enfocar las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados del turismo.
- Desarrollar iniciativas transversales para promover el desarrollo sostenible del turismo.

Las estrategias del plan, contemplan entre otros, promover en las regiones la planificación del desarrollo turístico, fortalecer la capacidad de gestión de las regiones frente a la implementación de planes y programas del turismo, fomentar la coordinación entre las entidades del orden nacional y las regionales en materia turística, promover la descentralización de la gestión del turismo, fortalecer los procesos de normalización y reglamentación para los prestadores de servicios turísticos e implementar estrategias de seguridad integral para los turistas en los distintos destinos y productos.

2.1.3 Política de Turismo Cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio 2007

Esta Política tiene como objetivo posicionar a Colombia como un destino de turismo cultural nacional e internacional que, a través del aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural, genere dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones.⁶

Las estrategias definidas para el desarrollo de esta política giran alrededor de:

- La sostenibilidad del turismo cultural
- La gestión del turismo cultural a través del mejoramiento de la oferta turística cultural
- la investigación de mercados
- el diseño del producto turístico cultural
- la participación de las comunidades receptoras
- la formación del talento humano para el turismo cultural
- la gestión de la información para el turista
- el mercadeo y promoción del turismo cultural

2.1.4 Política para el Desarrollo del Ecoturismo 2004

Esta política define al ecoturismo como una actividad de gran potencial en Colombia tanto para el mercado internacional como el nacional debido a su diversidad biológica de recursos naturales.

El objetivo de esta política es fortalecer y diversificar la actividad ecoturística enmarcada en el desarrollo sostenible, mediante el uso racional de los recursos, el mejoramiento de la calidad de vida

⁶ Política de turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Cultura, 2007

de los pobladores residentes de las regiones y la oferta de servicios competitivos en concordancia con la diversidad ecológica y cultural.⁷

Establece líneas estratégicas para la viabilidad del ecoturismo en el país:

- Ordenamiento y planificación de áreas
- Determinación de los requerimientos de infraestructura, planta turística y actividades permitidas en las áreas en las que se desarrolle el ecoturismo
- Establecimiento de programas de monitoreo y aplicación de correctivos para los impactos negativos
- Determinación de las responsabilidades de los actores locales y regionales
- Formación, capacitación y sensibilización de los actores regionales y locales
- Investigación de mercados y diseño del producto eco turístico
- Desarrollo de estándares de calidad para el servicio
- Fortalecimiento de organizaciones empresariales de base para la prestación de servicios
- Promoción y comercialización de los servicios

2.1.5 Política de Turismo Social “Hacia un turismo incluyente y accesible para todos los colombianos”

La Declaración Universal de los Derechos Humanos contempla en su Artículo 24, que “*Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas*”. Este derecho, unido al de la libertad de desplazamiento de los seres humanos, constituye el pilar ideológico del turismo social, el cual también encuentra fundamento en otros instrumentos del derecho internacional humanitario como: la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales; y el Protocolo de San Salvador.”⁸

A partir de estos principios, los objetivos específicos de la Política de Turismo Social se centran en la inclusión social de etnias y comunidades, y el acceso de todos los colombianos, de pocos recursos, niños, ancianos, discapacitados al turismo.

Dada la relevancia de los grupos étnicos en el país, esta política contempla a muchos de estos grupos como potenciales comunidades receptoras.

Los objetivos que se quieren cumplir con esta política son los siguientes:

- Implementar acciones para el fortalecimiento de la gestión del turismo social de manera coordinada entre los distintos actores públicos y privados, en el ámbito nacional y regional.
- Adelantar acciones tendientes al desarrollo del producto turístico social.
- Crear estrategias de promoción y comercialización para el turismo social.
- Impulsar instrumentos de apoyo y fuentes de financiación para el turismo social.

⁷ Con base a los preceptos del desarrollo sostenible según la Convención de Río de Janeiro 1992 y de acuerdo a los lineamientos de la Agenda XXI.

⁸ POLITICA DE TURISMO SOCIAL. 2009. P. 1 [Citado el 22 Marzo 2012].

2.1.6 Política de Competitividad, Mercadeo y Promoción Turística

Esta política de competitividad establece los parámetros para acceder a los recursos del Fondo de Promoción Turística, en el marco de un trabajo de cooperación pública y privada, con aportes del Gobierno Nacional y del sector privado, para la promoción y el fortalecimiento de la competitividad del sector y así incrementar el turismo doméstico y receptivo.

Las líneas de acceso al fondo son las siguientes: más y mejores mercados, mejores productos, mejor capital humano, mejor promoción y comercialización, más y mejor información, más y mejor calidad e innovación, más presencia institucional, más seguridad y más ética.

El acceso al Fondo permite potenciar los recursos disponibles para el sector turístico por parte de las administraciones pues éstas son las que suscriben los proyectos que se presentan al Fondo. A su vez el acceso conlleva a que quienes se benefician de éste se favorezcan de la promoción turística del departamento.

2.1.7 Decreto 2755 de 2003 – Ministerio de Hacienda y Crédito Público

Los artículos 40 y 60 del presente decreto, declaran exentos los servicios hoteleros prestados por los nuevos hoteles y aquellos que hacen remodelaciones.

El artículo 40 prevé que: “las rentas provenientes de servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles construidos entre el primero de enero del año 2003 y el 31 de diciembre del año 2017, obtenidas por el establecimiento hotelero o por el operador según el caso, estarán exentas del impuesto sobre la renta por un término de treinta (30) años contados a partir del año gravable en que se inicien las operaciones”. Por su parte, el artículo 60 confirma que “las rentas provenientes de los servicios hoteleros prestados en hoteles que se remodelen y/o amplíen entre el primero de enero del año 2003 y el 31 de diciembre del año 2017, obtenidas por el establecimiento hotelero o por el operador, estarán exentas del impuesto sobre la renta por un término de treinta (30) años contados a partir del año gravable en que se inicien las operaciones de prestación de servicios en el área remodelada o ampliada. La exención corresponderá a la proporción que represente el valor de la remodelación y/o ampliación en el costo fiscal del inmueble remodelado y/o ampliado”.

Según los artículos 10 y 11, los servicios de Ecoturismo prestados dentro del territorio nacional, están exentos del impuesto sobre la renta por el término de 20 años, a partir del primero de enero de 2003, siempre que se cumplan los requisitos atención y formación de los visitantes en áreas con atractivo natural especial. Los servicios que deben comprender son: alojamiento, interpretación del patrimonio natural, transporte, alimentación y ecoactividades.

2.2 Marco departamental

En el Departamento del Amazonas se han implementado acciones en planificación para el desarrollo turístico. Además del Plan de Desarrollo Departamental, cuentan con la Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, la Visión 2019, el Plan Regional de Competitividad y Matriz de Competitividad Turística. A continuación se presenta el desarrollo de estos planes.

2.2.1 Plan de Desarrollo Departamental

Para finales del mes de abril de 2012 debería estar listo el Plan Departamental de Desarrollo 2012-2016 con todas las acciones a implementar por parte de la actual Gobernación. Se espera que en este PDD la Gobernación priorice el desarrollo turístico y que a su vez éste pueda llegar a contribuir al desarrollo general del departamento.

2.2.2 Plan de Ordenamiento Territorial

2.2.2.1 Acuerdo 032 de 2.002 - Plan Básico de Ordenamiento Territorial Municipal de Leticia - Amazonas

El PBOT de Leticia-Amazonas, brinda el marco de ordenamiento territorial general y específico para los desarrollos turísticos del destino según lo establece la Ley 388 de 1997, la Ley 902 del 2004 y el Decreto 402, además del marco de ley 1523 del 2012.

Este marco deberá ser respetado a la hora de implementar los proyectos de desarrollo e inversión en el Departamento. Para el turismo, el PBOT de Leticia brinda un marco amplio, de trabajo para la intervención territorial en el destino turístico.

Así, se tiene distintos puntos dentro del PBOT que permiten identificar espacios viables y un marco legal positivo para el desarrollo de productos turísticos en todo el destino. Este marco será tenido en cuenta en los proyectos de desarrollo del PDT de Leticia.

Los puntos que destacan como marco territorial para el desarrollo turístico son:

TÍTULO I - COMPONENTE GENERAL DEL PLAN BÁSICO DE ORDENAMIENTO

CAPITULO I - OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DEL ORDENAMIENTO TERRITORIAL

Donde habla sobre las Estrategias, destacan las número 4, 5 y 7, donde señala:

1. El Municipio de Leticia invertirá en capital humano, básicamente referido a salud y educación.
2. Construcción y adecuación de la infraestructura física necesaria para el desarrollo económico y social del Municipio de Leticia, así como para su integración regional y nacional.
3. Planificación ordenada de los flujos migratorios y de los asentamientos humanos de tal manera que el proceso de ocupación del territorio municipal sea gradual y no se ponga en riesgo la sostenibilidad de la región.
4. Fomento de actividades de alta productividad, rentables, no contaminantes y con alto valor agregado, priorizando la participación del sector privado.
5. Desarrollo de las actividades turísticas en la región.
6. Articulación del Plan de Desarrollo Municipal con el Plan Básico de Ordenamiento Territorial.

7. Cumplimiento de los tratados internacionales relacionados con el medio ambiente, especialmente de los suscritos con los países fronterizos.

CAPITULO II - CLASIFICACIÓN DEL TERRITORIO MUNICIPAL

- ARTÍCULO 8. Áreas con Régimen Territorial Especial, donde se incluyen varias de las que son de gran interés para el turismo, como los Parques Naturales, Resguardos y Reservas Indígenas; Reservas Forestales, Reservas Naturales de la Sociedad Civil
- ARTÍCULO 10. Categoría para usos del suelo en el territorio municipal. Donde especifica los distintos tipos de uso del suelo, que luego se aplican a cada área de régimen especial

TÍTULO II - COMPONENTE RURAL

SUBTÍTULO I - POLÍTICAS SOBRE USO Y OCUPACIÓN DEL SUELO RURAL

- ARTÍCULO 12. Áreas con Régimen Territorial Especial. Todas estas áreas con su marco legal según este PBOT, son de valor turístico, y todo desarrollo de este tipo deberá estar acorde a lo establecido aquí. Las áreas que destacan son:
 - Parques Nacionales Naturales donde destaca el PNN Amacayacu
 - Reservas Forestales
 - Reservas Naturales de la Sociedad Civil.
 - Resguardos Indígenas
 - Ecosistemas de Manejo Especial
 - Áreas de recreación ecoturística. Es parte del presente Proyecto de Acuerdo, el documento del Ministerio de Desarrollo Económico, *Ordenamiento Territorial: Bases para el desarrollo turístico municipal*. A partir de este documento se normalizan todas las actividades turísticas del Municipio de Leticia. Son áreas especiales que por factores ambientales y sociales deben constituir modelos de aprovechamiento racional destinados a la recreación pasiva y a las actividades deportivas, de tipo urbano o rural. En el Municipio de Leticia encontramos las siguientes áreas ecoturísticas que tienen un potencial importante para su desarrollo:
 - Isla de La Fantasía
 - Isla de Los Micos
 - San Martín de Amacayacu (Parque Amacayacu)
 - La Arenosa (Km. 10.5 Vía a Tarapacá)

TÍTULO III - COMPONENTE URBANO

SUBTÍTULO I - POLÍTICAS SOBRE USO Y OCUPACIÓN DEL SUELO URBANO Y DEL SUELO DE EXPANSIÓN URBANO

CAPÍTULO 2 - POLÍTICAS DE MEDIANO Y CORTO PLAZO SOBRE PROGRAMAS, ACTUACIONES Y OPERACIONES URBANÍSTICAS

- ARTÍCULO 24. Política sobre conservación y valoración del patrimonio histórico, cultural y arquitectónico. En este artículo, se fija un marco de acciones que son de relevancia para la ciudad de Leticia, considerando que su función turística es de centro de distribución y paso para los visitantes. Toda mejora y consolidación de la ciudad, redundará en mejoras para el destino turístico de Amazonas. En el capítulo se fija las siguientes acciones:

- Reconocer la estructura urbana histórica del centro de Leticia, como fundamento del modelo de Ordenamiento Territorial.
 - Adoptar normas que permitan el mejoramiento de la calidad de vida del sector antiguo en cuanto a sus estructuras de servicios públicos viales y de servicios.
 - Reconocer y recuperar el casco fundacional histórico como hecho estructurante y ordenadora de la ciudad.
 - Adoptar planes de optimización del espacio público en el centro de la ciudad estructurándolo a partir de una continuidad espacial.
 - Proteger, resaltar y cuidar los 3 Hitos Internacionales (frente al Cementerio de Tabatinga, Avenida Internacional y Termoeléctrica).
 - Se preservara el patrimonio histórico, cultural y arquitectónico de las comunidades indígenas en el Municipio de Leticia.
- **ARTÍCULO 30.** Política sobre recuperación y manejo del espacio público. Es importante el marco que brinda para el mejoramiento de los espacios públicos de Leticia, que cuentan con potencial de atractivo para los visitantes al destino. Al respecto, el artículo establece como acciones:
 - Construir un sistema de parques a escala urbana, zonal y barrial, mejorando la relación del área verde por habitante (parqués amazónicos de Esquina).
 - Mejorar la calidad del espacio público en las principales avenidas, calles y carreras con la construcción de andenes, separadores, señalización y paisajismo.

SUBTÍTULO II - LOS SISTEMAS GENERALES

CAPÍTULO 5 - EL SISTEMA DE ESPACIOS PÚBLICOS, PARQUES Y ESPACIOS PEATONALES

- **ARTÍCULO 63.** Objetivos del Sistema de Espacios Públicos. En este artículo establece objetivos bajo los cuales se puede estructurar proyectos para la dinamización de Leticia, en su función de destino distribuidor del turismo de Amazonas. Estos objetivos del sistema de espacio público:
 - Garantizar que el espacio público cumpla su función de organizador urbano, en coherencia con las características asignadas por el modelo de los diferentes sectores de la ciudad.
 - Consolidar la red de parques y zonas verdes de la ciudad a través de las posibilidades lineales que dan los cuerpos de agua y las Avenidas, estableciendo un plan estructurante de espacios públicos.
 - Equilibrar las diferentes zonas de la ciudad en materia de espacios recreativos, sobre todo a una escala barrial, esto a través de la construcción y recuperación de parques.
 - Recuperar, construir y garantizar para el uso peatonal, gran parte de la red de andenes de la ciudad
 - Recuperar y aprovechar toda la riqueza ambiental y paisajista de la ciudad enfocada a la apropiación del espacio público.

SUBCAPÍTULO 2 - Espacios peatonales

- **ARTÍCULO 68.** Programa para la recuperación de espacios públicos representativos. En esta línea, se puede trabajar la plaza principal de Leticia, con el espectáculo de la llegada de las

aves al atardecer. Este artículo está directamente relacionado con la valoración del patrimonio y define proyectos para mejorar los espacios representativos de la ciudad, entre los cuales resulta destacable:

- Plan Maestro de Recuperación y Embellecimiento del Espacio Público del Centro de Leticia.
- ARTÍCULO 69. Programa para la recuperación y construcción de espacios públicos: andenes, separadores, plazas y jardines. En esta línea, el PBOT de Leticia especifica los siguientes programas:
 - Mejora y Construcción de la red de andenes de toda la ciudad.
 - Peatonalización de ciertas vías hacia la ribera del Río Amazonas.
- ARTÍCULO 71. Programa para la integración de espacios naturales. Busca la integración de la estructura ecológica principal al área de influencia urbana. El programa se dirige principalmente a los bordes de los parques urbanos o zonales de ronda de ríos y quebradas como también con posibles remanentes de bosque, los proyectos que se ajustan a este programa y que son de interés turístico destacado es:
 - Malecón turístico que integraría toda la dinámica social, económica y ambiental de la ribera sobre el río Amazonas y la isla de la Fantasía.
- ARTÍCULO 73. Proyectos de Espacio Público. Los proyectos de espacio público se encuentran en el Programa de Ejecución que hace parte de este Proyecto de Acuerdo. Destacan los distintos parágrafos, que brindan marco para el desarrollo de proyectos turísticos:
 - Parágrafo 1. Las áreas de cesión para parques y zonas recreativas de los futuros proyectos de vivienda de la ciudad, dentro de los suelos de expansión deben ser realmente zonas que presenten las características de espacio y función, deben ser continuas y como mínimo deben de ocupar el 30% del total de la acción urbanística, no se deben considerar las zonas verdes mínimas, ni espacios generados por culatas como parques barriales.
 - Parágrafo 2. El amoblamiento y el equipamiento para los parques y zonas recreativas en todas las escalas deben ser establecidos en un estudio paisajístico que homologue los diseños y las intervenciones para que se unifiquen los criterios dentro de toda la ciudad en este aspecto.
 - Parágrafo 3. Los Parques Lineales Amazónicos deben localizarse en las áreas ribereñas, donde existen problemas de inundación y asentamientos humanos subnormales, es necesario replantear y recuperar dichos espacios, hacer de los ríos y quebradas, sitios muy agradables, reforestar con especies amazónicas, reubicar los asentamientos humanos, darle un mejor tratamiento de senderos peatonales y generar actividades de recreación pasiva (recreación para adultos y niños

SUBTÍTULO III - PROGRAMAS ESTRUCTURANTES

CAPÍTULO 1 - VALORACIÓN Y PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO

En este último capítulo, destacan dentro del PBOT de Leticia, los siguientes artículos:

- ARTÍCULO 78. Plan Especial para la Protección del Centro
- ARTÍCULO 79. Actuación en los inmuebles de Interés Patrimonial
- ARTÍCULO 102. Desarrollo del Turismo

También se establece en este último artículo, que el ecoturismo será “uno de los ejes principales de desarrollo del municipio, para lo cual se impulsará la construcción de infraestructura hotelera, restaurantes, sistemas de transporte y servicios como el financiero o bancario y capacitación de guías. Debe complementarse estas actividades con el impulso al inventario de las bellezas escénicas, de la biodiversidad y el mosaico de paisajes que se posee, atendiendo, claro está, al desarrollo y a la evolución de los sistemas estructurantes de la ciudad”.

Como otros POT, el de Leticia también estructura y presenta todas las normas sobre uso del suelo, licencias, procedimientos y sanciones; disposiciones sobre la gestión y consideraciones finales.

2.2.3 Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, Documento regional, Amazorinoquía 2005

La Agenda Interna para la productividad y la competitividad fue elaborada en el marco de la Visión 2019. El Gobierno Nacional, a través del documento del Consejo de Política Económica y Social (Conpes) 3297 de 2004, le asignó al Departamento Nacional de Planeación la responsabilidad de coordinar la elaboración de la Agenda, la cual se realizó por medio de un proceso de concertación y diálogo entre el Gobierno Nacional, las regiones, actores políticos y el sector privado para establecer el conjunto de acciones estratégicas para mejorar la productividad y la competitividad del departamento.

Esta Agenda Interna para la productividad y la competitividad fue realizada gracias a un acuerdo de asociación a través de intereses comunes que identifican a los gobernadores de la Orinoquía y la Amazonía. Estos departamentos son: Arauca, Vichada, Vaupés, Casanare, Guainía, Amazonas, Caquetá, Guaviare, Meta y Putumayo.

El objetivo de dicha asociación es lograr mayor capacidad de gestión y negociación, generar una visión regional en el sector económico, social y ambiental.

La visión prevé que en el año 2020 la región será un territorio integrado, biodiverso y generador de desarrollo económico, que contará con fortaleza empresarial lo cual garantizará la competitividad y una inserción exitosa en el entorno nacional e internacional.

La asociación de estos departamentos fue amigable gracias a las características que los acomuna:

- La presencia indígena (solamente estas dos regiones reúnen el 8% de la población indígena nacional).
- Una economía marcada por los procesos de colonización y actividades primarias como la agricultura, ganadería, minería y extracción de hila producción para el auto consumo, debido a las características de aislamiento y altos fletes de transporte.

Los niveles de urbanización son bajos y corresponden a la décima parte de la densidad nacional, 37,6 habitantes por km². La mayoría de estos departamentos son de reciente conformación, denominados “nuevos departamentos”, o bien aquellos que eran comisarías antes de la Constitución Política en 1991, por lo tanto varias de sus instituciones se encuentran en proceso de consolidación.

Pese las características que facilitaron la unión en cuanto a planificación de competitividad de estas dos regiones, cabe destacar las diferencias en cuanto a estructura productiva y nivel de desarrollo.

El Amazonas espera ser reconocido en 2020 como líder en la transformación de productos verdes certificados y diferenciados, con marca propia.

De hecho, gracias a estudios previos, con la colaboración del Instituto SINCHI se ha ido poco a poco avanzando en la penetración de mercados nacionales con productos como néctares, mermeladas, salsas y encurtidos de origen amazónico.

Además, el territorio se ha propuesto ser el primer centro nacional de ecoturismo, etnoturismo, turismo académico y científico sobre el eje Iquitos-Manaos. El departamento tiene un alto potencial para el ecoturismo basado en su biodiversidad, las culturas indígenas y variedad de atractivos naturales. Gracias al ambiente de seguridad que se vive en el territorio, permite que se realicen las actividades relacionadas al turismo.

2.2.4 Plan Regional de Competitividad 2009

El Plan Regional de Competitividad realiza un análisis previo de los planes y proyectos realizados anteriormente para potenciar la competitividad del departamento.

El territorio se visualiza, en el año 2032, con una economía sólida y ambientalmente sustentable, basada en el sector de agro biodiversidad y turismo, ambos, responsables con la conservación de los ecosistemas amazónicos garantizando la competitividad en el tiempo. Responderá a las necesidades básicas y expectativas de calidad de vida de sus habitantes.

2.2.5 Visión Amazonas 2019

Como parte del ejercicio de prospección nacional, brinda un marco de referencia para políticas, planes y proyectos en el mediano y largo plazo, una propuesta que encamina el desarrollo integral del país al segundo centenario a partir de un crecimiento económico enmarcado en un mayor nivel de bienestar, una sociedad más igualitaria, unos ciudadanos libres y responsables, y un estado eficiente al servicio de los colombianos.

Contempla al turismo como un sector que contribuirá al desarrollo del país, en el marco de un modelo empresarial competitivo, gracias a su variedad de productos turísticos como el ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, turismo histórico y cultural, entre otros. Por lo tanto, para alcanzar un adecuado desarrollo del sector se requiere potencializar sus ventajas competitivas, posicionar la marca país y desarrollar la infraestructura adecuada para su desarrollo.

Entre los objetivos propuestos para el 2019 se encuentran: las competencias básicas y laborales para la juventud; entorno atractivo para la productividad empresarial; la economía con valores empresariales, calidad y diferenciación de los servicios prestados, entre otros.

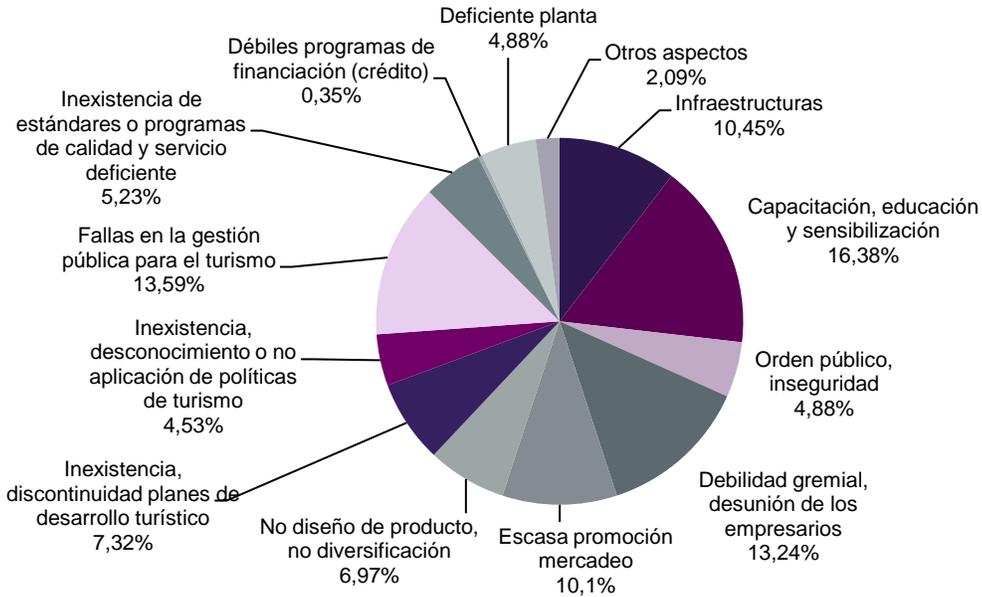
2.2.6 Convenios de competitividad turística

Los convenios de competitividad surgen a partir del “Estudio de competitividad del sector turismo” en 1996, cuando se empezó a trabajar en el mejoramiento de procesos de competitividad turística por medio de estrategias a nivel regional en los ejes de:

- Planeación
- Investigación de mercados
- Diseño de producto
- Promoción
- Comercialización
- Prestación del servicio
- Atracción de la inversión

A continuación las principales problemáticas encontradas en el país a nivel de competitividad:

Problemáticas nacionales en competitividad turística, que coinciden con el déficit departamental



Fuente: Viceministerio de Turismo

Las acciones para el desarrollo de la competitividad se han ejecutado a través de convenios de competitividad. En el departamento dichos convenios fueron primados en la denominada primera fase en el 2000, en la segunda en 2005 y en el 2010.

2.2.6.1 Matriz de compromisos y proyectos apoyados por el Viceministerio

A continuación se detallan los compromisos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través del Viceministerio de Turismo en el departamento.

A su vez, el equipo consultor, sugiere el apoyo y detallado seguimiento de algunos de estos proyectos, como la creación de un plan de mercadeo, la creación de una mesa interinstitucional de turismo, diseño de un producto comunitario, capacitación para la presentación de proyectos y captación de fuentes de financiación, programas de sensibilización turística, entre otros.

Convenio de Competitividad Turística Departamento de Amazonas

	CONVENIO DE COMPETITIVIDAD TURISTICA DEPARTAMENTO DEL AMAZONAS	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
	MATRIZ DE COMPROMISOS – TURISMO COMUNITARIO - TURISMO DE NATURALEZA	DIRECCION DE CALIDAD Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO

PROBLEMAS	ESTRATEGIA	ACCIONES	TIEMPO	RESPONSABLE	COORDINAR CON
1. Desconocimiento de la política nacional para el desarrollo del turismo	1.1 Divulgación de las Políticas Nacionales a actores públicos y privados	1.1.1 Realizar 1 jornada para presentación de las políticas nacionales de turismo a las autoridades administrativas e indígenas del departamento y a los prestadores de servicios turísticos	6 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo	DAFEC
		1.1.2 Actualizar la ordenanza No. 029 o elaborar una nueva Ordenanza reglamentando los servicios turísticos en el Amazonas con base en las políticas nacionales.	6 meses	Secretaria de Gobierno, DAFEC	Fondo de promoción ecoturística, ASOCENTRO
2. Inexistencia de plan de desarrollo turístico del destino	2.1 Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Departamental	2.1.1 Conformar 1 mesa interinstitucional para identificar y articular iniciativas y establecer competencias para el desarrollo turístico del Amazonas	3 meses	DAFEC, MCIT Viceministerio de Turismo,	Fondo de promoción ecoturística, Universidad Nacional, ASOCENTRO
		2.1.2 Realizar el Plan de desarrollo turístico con asistencia técnica del MCIT - Viceministerio de Turismo y la OMT	8 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo, OMT	DAFEC, Municipios de Leticia y Puerto Nariño
		2.1.3 Adoptar mediante Ordenanza el Plan de Desarrollo Turístico	8 meses	DAFEC	MCIT - Viceministerio de Turismo
	2.2 Consolidar con la metodología del MCIT - Viceministerio de Turismo el inventario de atractivos turísticos en un solo instrumento que permita planificación y mejoramiento	2.2.1 Identificar inventarios realizados y/o en proceso de elaboración; unificar en un solo documento el inventario de atractivos turísticos del Amazonas	Octubre de 2009	DAFEC, municipios	Universidad Nacional, Fundación Terranova
		2.2.2 Elaborar cartografía georreferenciada de los atractivos del inventario departamental		MCIT - Viceministerio de Turismo, IGAC	DAFEC, Municipios de Leticia y Puerto Nariño
		2.2.3 Establecer capacidades de carga de los principales atractivos de Leticia y el trapezoido amazónico	Segundo semestre de 2009 - 2010	DAFEC, Municipios	MCIT - Viceministerio de Turismo, Corpoamazonia,
		2.2.4 Publicar el documento final del inventario de atractivos turísticos del departamento del Amazonas	Primer trimestre 2010	DAFEC, MCIT Viceministerio de Turismo	Universidad Nacional, Fundación Terranova

3 Leticia se está quedando sin territorio para desarrollo turístico y expansión urbana	3.1 Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional para decisiones en temas de territorio	3.1.1 Solicitar a la Dirección de Etnias información en tiempo real de la solicitud de declaratoria de resguardo que hagan las autoridades indígenas	3 meses	DAFEC, MCIT Viceministerio de Turismo	Dirección de Asuntos Indígenas del Ministerio del Interior
4. Procedimientos migratorios a turistas de parte de las autoridades del Brasil y Perú	4.1 Hacer cumplir la Norma Andina y el Acuerdo Binacional con Brasil para ingresar a estos países	4.1.1 Documentar los casos presentados y dirigir una queja formal a la Cancillería, Dirección de Auntos Consulares para el trámite respectivo con las autoridades de los países	6 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo - Fondo de Promoción Ecoturística	Ministerio de Relaciones Exteriores, DAFEC
		4.1.2 Participar en las Comisiones de Vecindad para establecer mecanismos que faciliten el cumplimiento de los acuerdos logrados de parte de las autoridades locales de los países fronterizos.	6 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo -	Ministerio de Relaciones Exteriores
5. Leticia tiene pocos atractivos que motiven una mayor permanencia de los turistas en esta ciudad	5.1 Mejorar, diversificar y construir infraestructura turística que garantice la satisfacción del visitante	5.1.1 Elaborar 1 Plan para el mejoramiento de infraestructura para turismo receptivo en el Amazonas	6 meses	DAFEC, Municipios de Leticia, Puerto Nariño y MCIT - Viceministerio de Turismo	Unidad de Parques, Fondo de Promoción Ecoturística
		5.1.2 Formular, identificar fuentes de financiación y ejecutar el proyecto Bio-observatorio Amazónico	2 años	DAFEC, Municipio de Leticia	MCIT - Viceministerio de Turismo
		5.1.3 Realizar estudio de factibilidad para construcción, dotación y puesta en funcionamiento del Centro de Convenciones en el hotel Victoria Regia	6 meses		Municipio de Leticia MCIT - Viceministerio de Turismo
		5.1.4 Formulación, identificación de fuentes de financiación y ejecución del proyecto Centro interactivo de educación, ciencia, tecnología, y turismo.	2 años	Fundación Maloka, SINCHI	Departamento, MCIT - Viceministerio de Turismo
		5.1.5 Fortalecer el Festival de la Confraternidad Amazónica como instrumento de integración fronteriza y promoción de Leticia	1 año	Municipio Leticia, Corpoamazonia	Empoamazonas, MAVDT
		5.1.6 Formular proyecto y conseguir recursos para la remodelación del parque Orellana	1 año	Municipio de Leticia	Coldeportes
		5.1.7 Reactivar el programa de posadas turísticas	18 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo, DAFEC	Municipio de Leticia y Puerto Nariño, Banco Agrario, Minagricultura
		5.1.8 Identificar las iniciativas de ecoturismo y apoyar la formulación de proyectos y gestión para su fortalecimiento, mejoramiento de la prestación de servicios y articulación a la cadena productiva	6 meses	Municipio de Leticia y Puerto Nariño	Autoridades indígenas, Acción Social, Banco Agrario, Minagricultura, Fondo de Promoción Ecoturística, MCIT - Viceministerio de Turismo

6. Productos turísticos indefinidos y no estructurados	6.1 Incentivar el diseño de nuevos productos turísticos e implementar un plan de acción para el mejoramiento de los existentes	6.1.1 Acompañar y apoyar el proceso de certificación de Puerto Nariño como destino sostenible	2009, 2010, 2011	MCIT - Viceministerio de Turismo, Universidad Externado, Municipio de Puerto Nariño, Gobernación	ASOCENTRO
		6.1.1.2 Apropiar recursos para emprender campaña de promoción de Puerto Nariño como destino sostenible	1 año	Municipio de Puerto Nariño, Gobernación del Amazonas	MCIT - Viceministerio de Turismo, Universidad Externado, Proexport
		6.1.2 Apoyo para la planificación del desarrollo turístico y fortalecimiento del proyecto de turismo comunitario de la comunidad indígena Huitoto Monilla Amena	2 años	DAFEC, Municipio de Leticia	MCIT - Viceministerio de Turismo
		6.1.3 Diseño de producto de turismo comunitario indígena en las comunidades de Macedonia, El Vergel, Mocagua y San Martín de Amacayacu	6 meses	DAFEC, Municipio de Leticia	MCIT - Viceministerio de Turismo, Universidad Nacional, Fondo de Promoción Ecoturística
		6.1.4 Identificar potencial turístico y avances logrados en las comunidades ribereñas de Nazareth, Arara, Santa Sofia, la Libertad, Progreso, Ronda, Tacana y los kilómetros 6, 7, 9, 11 de la carretera que conduce a Tarapacá	6 meses	DAFEC, municipio de Leticia,	Unidad de parques, Acción Social MCIT - Viceministerio de Turismo, autoridades indígenas
		6.1.5 Presentar proyecto y buscar recursos para el Plan de mejoramiento, señalización y estudios de carga de senderos peatonales para caminatas ecológicas a Tacana, Ronda y Los kilómetros	Junio de 2009 - 2010	Municipio de Leticia - MCIT Viceministerio de Turismo	Ministerio de Cultura
		6.1.6 Elaborar el Plan de manejo y ordenamiento de la micro cuenca de Yahuaraca	Junio de 2009 - 2010	Municipio de Leticia - Corpoamazonia	MAVDT
		6.1.7 Coordinar acciones con Perú y Brasil para Diseñar y desarrollar el producto: Circuito turístico integrado Perú - Colombia - Brasil.	12 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo	OTCA, Ministerio de Relaciones Exteriores
7. Leticia presenta muchas deficiencias en la calidad de la prestación de los servicios	7.1 Generar una cultura tendiente a la prestación de servicios turísticos de calidad	7.1.1 Diseñar y poner en marcha 1 programa continuo de sensibilización turística en colegios públicos y privados	2009 - 2010 - 2011	ASOCENTRO, SENA, DAFEC	Fondo de Promoción Ecoturística, ASOCENTRO, MCIT - Viceministerio de Turismo
		7.1.2 Formulación y financiamiento de 1 programa continuado de seminarios, conferencias y talleres de sensibilización a la ciudadanía y a los actores del desarrollo turístico, públicos y privados	2009 - 2010 - 2011	DAFEC municipio de Leticia MCIT - SENA - Viceministerio de Turismo	Fondo de Promoción Ecoturística del Amazonas
		7.1.3 Realizar 2 jornadas de capacitación a prestadores de servicios turísticos en normas técnicas sectoriales, registro nacional de turismo y legislación turística.	2010 - 2011	ASOCENTRO, MCIT - Viceministerio de Turismo, DAFEC	SENA

8. Falta de integración, articulación y formación integral de la cadena productiva	8.1 Implementar mecanismos para fortalecimiento de la cadena productiva y la cadena de valor	8.1.1 Elaborar y mantener actualizada la base de datos de prestadores de servicios turísticos del Amazonas	6 meses	Fondo de Promoción Ecoturística del Amazonas	DAFEC, Cámara de Comercio
		8.1.2 Formular un plan de acción que permita la formalización e integración a la cadena productiva de todos los prestadores de servicios turísticos.	12 meses	DAFEC, Cámara de Comercio	Fondo de Promoción Ecoturística del Amazonas
		8.1.3 Formular y desarrollar un programa de certificación de calidad	24 meses	DAFEC, MCIT - Viceministerio de Turismo	ASOCENTRO
		8.1.4 Establecer un plan de fortalecimiento institucional y jurídico a la gestión y funcionamiento del Fondo de Promoción Ecoturística del Amazonas	2009, 2010, 2011	Fondo de Promoción Ecoturística del Amazonas	DAFEC, Cámara de Comercio
		8.1.5 Propiciar 1 encuentro anual entre prestadores de servicios para fortalecer la integración, el mejoramiento de la calidad de sus servicios y consolidar una cadena de asociatividad	2010, 2011	Fondo de Promoción Ecoturística	DAFEC, Fondo de Promoción ecoturística del Amazonas, ASOCENTRO
		8.1.6 Realizar 2 ruedas financieras y de cooperación para prestadores de servicios turísticos	1 año	ASOCENTRO, DAFEC	MCIT - Viceministerio de Turismo, ACCION SOCIAL; Bancoldex, Findeter, FPT, Banca de Oportunidades
		8.1.7 Identificación de emprendimientos y capacitación a 2 organizaciones de artesanos y 2 organizaciones de productores agropecuarios, forestales y/o productos derivados de la biodiversidad que puedan sumarse a la cadena de valor.	2009 - 2010	DAFEC, SENA,	ASOCENTRO, Corpoamazonia, SINCHI, Artesanías de Colombia, Fomipyme

	8.1.8 Realizar 2 actividades de capacitación a los vendedores ambulantes de alimentos en buenas prácticas (preparación, manipulación y conservación de alimentos)	2.009 - 2010	ASOCENTRO, SENA, DAFEC, Municipio de Leticia	Secretarías de salud, CAFAMAZ
8.2 Aumentar la oferta institucional pública sobre programas profesionales y técnicos en formación turística	8.2.1 Hacer 1 estudio de factibilidad para la implementación carreras técnicas y profesionales relacionadas con turismo	1 año	Universidad Nacional, Universidad de la Amazonia, SENA	MEN, DAFEC
	8.2.2 Promover el diseño y ejecución de 1 programa específico de formación para Guías Turísticos Amazónicos.	2009 – 2010 – 2011	SENA, Universidad Nacional	DAFEC, MCIT - Viceministerio de Turismo
	8.2.3 Articular los colegios INEM y Sagrado Corazón con el programa Colegios Amigos del Turismo	1 año	DAFEC – SENA – Universidad de la Amazonia	MCIT - Viceministerio de Turismo, Fondo de Promoción Ecoturística
	8.2.4 Implementar 1 programa de capacitación en Inglés para incrementar el número de actores bilingües del sector	12 meses	Secretarías de Educación, DAFEC, SENA	MCIT - Viceministerio de Turismo,
	8.2.5 Implementar 1 programa de sensibilización turística en las instituciones educativas de educación básica y media de la región.	2009 – 2010 – 2011	ASOCENTRO, SENA, DAFEC	MCIT - Viceministerio de Turismo

9. Inadecuada promoción del destino	9.1 Diseñar una estrategia de promoción y comercialización del destino Amazonas	9.1.1 Elaborar un plan de mercadeo y promoción	6 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo, OMT	Fondo de Promoción Ecoturística, municipios	
		9.1.2 Desarrollar las acciones propuestas en el plan de mercadeo y promoción	12 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo, DAFEC	Fondo de Promoción Ecoturística, municipios	
		9.1.3 Implementar 2 puntos de información turística a nivel departamental e integrar la información de Amazonas con la Red Nacional	2010 - 2011	DAFEC, MCIT - Viceministerio de Turismo, Fondo de Biocomercio	Proexport	
		9.1.4 Participación en 1 feria anual o 1 evento de promoción y divulgación de los productos del destino	2010 - 2011 - 2012	Fondo de Promoción Ecoturística DAFEC,	Proexport	
		9.1.5 Desarrollar 1 página web del destino y vincularse al menos a 3 redes virtuales especializadas de turismo	2009 - 2010 - 2011 - 2012	Fondo de Promoción Ecoturística DAFEC	MCIT - Viceministerio de Turismo, OTCA	
		9.1.6 Elaborar un calendario de eventos para la promoción de la cultura, la biodiversidad y los productos turísticos	2010 - 2011 - 2012	Fondo de Promoción Ecoturística, DAFEC	OTCA, Mincultura, Minambiente	
		9.1.7 Vincularse a la estrategia regional de promoción internacional de la Amazonia	2010 - 2011 - 2012	Fondo de Promoción Ecoturística DAFEC	OTCA	
		9.1.8 1 Viaje de familiarización para periodistas y 1 para agencias de viajes nacionales e internacionales	2010 - 2011 - 2012	Fondo de Promoción Ecoturística DAFEC	FPT, Proexport, OTCA	
		9.2 Diseñar y poner en marcha campañas en los medios de comunicación para promover la región y sus atractivos	9.2.1 Alianzas estratégicas con el sector privado departamental y nacional para financiar la promoción de la región a nivel nacional	2009 - 2010 - 2011 - 2012	Fondo de Promoción Ecoturística DAFEC,	MCIT - Viceministerio de Turismo, FPT
			9.2.2 Incentivar a los medios locales de comunicación para que desarrollen programas de cultura ciudadana y cultura turística	2009 - 2010 - 2011 - 2012	Fondo de Promoción Ecoturística del Amazonas, DAFEC	Municipios, MCIT - Viceministerio de Turismo
10. Ausencia de un "Programa de prevención/solución de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes"	10.1 Definir un Programa para prevenir/solucionar la ESCNNA.	10.1.1 Identificación y reconocimiento de la problemática en el destino, relacionada con la ESCNNA, como principio de solución del problema.		MCIT - Viceministerio de Turismo, DAFEC		

y actividades asociada con las actividades turísticas-ESCENNA*.		10.1.2 Establecimiento de un, en asocio con el Viceministerio de Turismo para la prevención de la ESCENNA en el departamento.	12 meses	Ministerio de la Protección Social - Fondo de Promoción Ecoturística	Policía de Turismo, ICBF, UNICEF
		10.1.3 Ejecución y seguimiento conjuntamente con las autoridades competentes.			
11. Deficiente infraestructura portuaria, sanitaria y de servicios públicos	11.1 Formular y/o actualizar proyectos priorizados y presentarlos ante entidades competentes para obtener su financiación	11.1.1 Actualizar el proyecto Alameda de los humedales y ejecutar las fases de Recuperación del Caño San Antonio, Simón Bolívar y la Quebrada Calderón	2 años	Corpoamazonia, Municipio de Leticia	MAVDT, Mintransporte
		11.1.2 Formular el proyecto Construcción de terminal fluvial de pasajeros y buscar recursos para su ejecución.	Segundo semestre 2009	Alcaldía de Leticia	INVIAS subdirección fluvial
		11.1.3 Construir la segunda fase del Malecón Turístico de Leticia	2010	Gobernación, Alcaldía de Leticia	MCIT - Viceministerio de Turismo, INVIAS - subdirección fluvial
		11.1.4 Formular un proyecto para la segunda fase del Mejoramiento de la infraestructura y señalización turística de las comunidades ribereñas : Mocagua, Santa Sofia, Ronda, San Martín de Amacayacu, Arara,	2010	Alcaldía de Leticia, DAFEC	MCIT - Viceministerio de Turismo, INVIAS
		11.1.5 Formalizar con los empresarios del Fondo de Promoción Ecoturística la administración y sostenibilidad de la Balsa turística típica para el embarque seguro de los turistas	Agosto de 2009	DAFEC	Fondo de Promoción Ecoturística del Amazonas, Capitanía de Puertos
		11.1.6 Ampliación del terminal aéreo de pasajeros y mejoramiento de la calidad y aumento de servicios a los usuarios	12 meses	Alcaldía de Leticia, DAFEC	AEROCIVL, Mintransporte

		11.1.7 Adelantar un plan para la restauración ambiental del botadero a cielo abierto del municipio de Leticia	18 meses	Municipio de Leticia, Empuamazonas, Corpoamazonia	Corpoamazonia, MAVDT
		11.1.8 Elaborar plan maestro para mejoramiento del entorno ambiental, recuperación del espacio público y ornato de las principales avenidas en la ciudad de Leticia	36 meses	Municipio de Leticia	Departamento, Corpoamazonia, MAVDT
		11.1.9 Mejorar y ampliar las TICS, telefonía rural y televisión pública	2009	Departamento del Amazonas, municipios de Leticia y Puerto Nariño	Ministerio de Comunicaciones
		11.1.10 Implementar un plan para aumentar la capacidad de resolución de los problemas de salud en las entidades públicas y realizar 2 actividades de capacitación y adiestramiento en prevención de accidentes y primeros auxilios para atención de urgencias.	2 años	Secretarias de Salud	DAFEC
	11.2 Señalización turística de la vía Leticia- Tarapacá y señalización fluvial del río Amazonas tramo Leticia –Puerto Nariño	11.2.1 Investigar, diseñar y ejecutar un plan de señalización fluvial acogiendo patrones y códigos internacionales	24 meses	Ministerio de transporte, INVIAS, MCIT Viceministerio de Turismo	Departamento y municipios
		11.2.2 Diseñar y ejecutar un plan de señalización turística en la vía Leticia- Tarapacá	18 meses	Departamento y municipios	Ministerio de transporte, INVIAS, MCIT Viceministerio de Turismo
12. Carencia de información estadística y general que permita conocer el comportamiento del sector para la toma	12.1 Incorporación del departamento como destino turístico al SITUR	12.1.1 Transferencia de recursos para turismo	12 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo	
		12.1.2 Ejecución presupuestal	12 meses	DAFEC, secretarias de planeación	MCIT - Viceministerio de Turismo

de decisiones		12.1.3 Esfuerzo parafiscal	12 meses	DAFEC, secretarías de planeación	MCIT - Viceministerio de Turismo
		12.1.4 Retribución esfuerzo parafiscal	12 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo	FPT
		12.1.5 Relación empleos por habitación sector hotelero	12 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo	FPT
		12.1.6 Relación empleos subsector agencias de viajes	12 meses	DAFEC, secretarías de planeación	Prestadores de servicios de alojamiento y habitación, COTELCO, MCIT - Viceministerio de Turismo
	12.2 Aplicación del sistema de indicadores de competitividad turística en la Plataforma Gestión Turística	12.2.1 Planes turísticos en ejecución	12 meses	DAFEC, secretarías de planeación	ANATO, prestadores de servicios de agencias de viajes, MCIT - Viceministerio de Turismo
	12.3 Aplicación del sistema de indicadores de competitividad turística en la Plataforma Soporte Turístico	12.3.1 Vuelos diarios provenientes de destinos nacionales	12 meses	DAFEC, secretarías de planeación	ANATO, prestadores de servicios de agencias de viajes, MCIT - Viceministerio de Turismo
		12.3.2 Empresas intermunicipales de transporte fluvial	12 meses	MCIT - Viceministerio de Turismo	Aeronáutica Civil
	12.4 Aplicación del sistema de indicadores de competitividad turística en la Plataforma de Sostenibilidad Sociocultural	12.4.1 Seguridad ciudadana	12 meses	DAFEC	Ministerio de transporte
	12.5 Aplicación del sistema de indicadores de competitividad turística en la Plataforma de Sostenibilidad Ambiental	12.5.1 Espacios naturales singulares	12 meses	DAFEC, secretarías de gobierno	Policía Nacional de Turismo, MCIT - Viceministerio de Turismo
		12.5.2 Valoración residuos sólidos	12 meses	DAFEC, Unidad de parques nacionales	Corpoamazonia, MCIT - Viceministerio de Turismo

El departamento ha realizado varios esfuerzos para dar cumplimiento a la matriz, a continuación se exponen sus resultados.

Proyectos de Infraestructura aprobados:

- Diseños Ambientales para el Proyecto del BOA: por valor de \$350.000.000;
- Plan de Señalización Turística por valor de \$ 214.359.680 (comprende tanto obra como interventoría) se encuentra en proceso de contratación;
- Escuela Taller de Gastronomía (Puerto Nariño). Proyecto apoyado por la Embajada de Japón. La Asesora del Embajador de Japón realizó una visita técnica. Actualmente el proyecto fue traducido al japonés y remitido al país para su última evaluación. Valor aproximado de \$180.000.000.
- Certificación de Calidad Turística para el Municipio de Puerto Nariño – Certificación entregada en el APP No. 65- valor aproximado del apoyo: \$500.000.000.
- Dos Puntos de Información Turística: uno para el Aeropuerto y el otro para el Municipio de Puerto Nariño. Cada uno por valor de \$45.000.000 para un total de \$90.000.000.

2.2.7 Acuerdos para la Prosperidad

Los Acuerdos para la Prosperidad hacen parte del Plan de Gobierno del Presidente Santos, cuyo objetivo es lograr la cohesión social y la gobernabilidad, dinamizando el desarrollo de las regiones

desde los diferentes sectores. Estos acuerdos consisten en ejercicios de diálogo que se llevan a cabo dos días al año. Los temas tratados en los Acuerdos para la Prosperidad son: vivienda, comercio, industria y turismo entre otros.

Dichos Acuerdos invitan a las personas de la comunidad vinculadas con el sector que se pretende dinamizar. El objetivo es que haya una participación masiva para poder contar con diferentes perspectivas para obtener soluciones creativas a los problemas y plantear acciones.

En cuanto a la metodología, en las mesas se tratan temáticas de participación abierta e igualitaria.

Las sesiones duran en promedio cuatro horas, cada mesa nombra un vocero de la comunidad quien se encarga de exponer los principales temas.

Una vez discutidos los temas en cada mesa, se reúne el Presidente, los ministros del sector, los funcionarios de las entidades y la comunidad que participó, se exponen los acuerdos pactados, se discuten los temas de mayor importancia y se toman decisiones.

El 2 de Marzo de 2012 en Leticia, se firmó el “Acuerdo para la Prosperidad 065”- ambiente, desarrollo empresarial y turismo – para el Amazonas.

Se trabajó en cuatro mesas divididas en los siguientes sectores:

- Conservación y manejo de los Ecosistemas
- Turismo y Ecoturismo
- Desarrollo empresarial (Comercio Exterior)
- Mesa de Coordinación Interadministrativa (Autoridades Locales y Comunidades)
- Reunión Viceministerio de Turismo - Alcaldía Municipal de Leticia - Comunidades Indígenas

2.3 Descripción y funciones de los actores

Es posible afirmar la importancia del sector turístico y la consciencia que ha generado el departamento respecto al crecimiento influyente de esta actividad. Como consecuencia, la región ha implementado una institucionalidad a su alrededor para garantizar un mejor y mayor desarrollo. A continuación se hace un resumen de los principales actores presentes en el departamento que se relacionan de manera directa o indirecta con el sector turístico. Este análisis, entre otros, es útil para identificar los posibles canales de inversionistas o coordinar la planificación del sector:

- Gobernación y Alcaldías Municipales

Dentro de la estructura política del país, las Gobernaciones tienen a su cargo el desarrollo turístico del departamento y las Alcaldías Municipales el del municipio.

Así mismo tanto la Asamblea Departamental como los Concejos Municipales tienen una influencia directa en el desarrollo del turismo, no solo porque deben aprobar los planes de desarrollo departamentales o municipales, dentro de los cuales está inmerso el turismo, sino porque es allí donde se dictan las normas que pueden coadyuvar para el impulso y desarrollo integral del turismo.

- Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura (DAFEC)

En el caso particular del Amazonas existe una entidad propia encargada del turismo denominada Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura (DAFEC), lo cual hace una diferencia con otros departamentos de la región en particular y del país en donde el turismo depende de las secretarías de planeación o de agricultura.

El DAFEC ubicado en la Calle 8 No. 9-75 tiene presupuesto y planta de personal propias para articular el desarrollo turístico del Departamento.

- Cooperativas y asociaciones

Si existen las cooperativas de transporte. Sin embargo, éstas fueron creadas más por la normatividad para ejercer el transporte marítimo en el río Amazonas que exige que las embarcaciones estén afiliadas a una cooperativa que a una vocación relacionada con el turismo mismo. También existen cooperativas de taxis, buses, microbuses y mototaxis con las mismas características de las cooperativas fluviales.

Existe una oferta hotelera estable tanto en Leticia como en Puerto Nariño, pero no una asociación como tal que tenga la representatividad del gremio.

- Cámara de comercio

Existe la Cámara de comercio del Amazonas que es un articulador de la labor empresarial y sirve como puente entre los empresarios, sin embargo no existe un capítulo de turismo dentro de la cámara aunque este sector es considerado como uno de los sectores productivos del departamento.

- Oficinas de turismo

A nivel municipal existen las oficinas de turismo, tanto en Leticia como en Puerto Nariño, que atienden los Puntos de Información Turística (PIT) que existen en las cabeceras municipales de los dos municipios.

- Instituciones internacionales

Es importante resaltar por la característica de frontera trinacional que existe en Leticia, que hay consulados generales tanto de Brasil como de Perú en esta ciudad.

- Policía de turismo

Un articulador muy importante en el desarrollo del turismo en el departamento es la Policía de Turismo cuya misión se ha definido así: *“Brindar un servicio especializado en información y orientación al turista nacional y extranjero, generando una cobertura turística que permita satisfacer las necesidades de seguridad en los sitios turísticos y en los bienes patrimoniales y culturales de la nación”*.

Se trata de un área de la Subdirección de Servicios Especiales, encargada de coordinar, dirigir, orientar, apoyar, supervisar y evaluar a nivel nacional el cumplimiento de las funciones asignadas a la policía de turismo y de esta manera contribuir al proceso misional institucional de convivencia y seguridad ciudadana.

Otra de las tareas, es la Protección Patrimonio de la Nación, (dependencia del Área Protección Turismo y Patrimonio Nacional), encargada de orientar los planes y procedimientos de control encaminados a la seguridad y cuidado del patrimonio arqueológico, religioso y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional. Esta dependencia contribuye con el proceso misional de Convivencia y seguridad Ciudadana de la Policía Nacional.

También, cuenta con Planes de Prevención Protección infancia y Adolescencia: ley 1453 de Seguridad Ciudadana

En atención a las reformas establecidas en la ley 1453 de Seguridad Ciudadana, la Policía Nacional a través de las Áreas de Infancia y Adolescencia y Protección al Turismo viene adelantando labores de prevención y socialización de los castigos y severidad en penas a quienes atenten contra la seguridad e integridad de los niños, niñas y adolescentes, mediante instrumentalización y/o utilización en delitos o conductas punibles. Así mismo se cumple con la verificación de medidas de seguridad en establecimientos de recreo, deportivos, balnearios, piscinas entre otros.

Adicionalmente los esfuerzos para la prevención del abuso infantil en todas sus formas, hacen que esta institución se convierta en un factor determinante en la sostenibilidad social que debe tener el turismo responsable en el Departamento.

- Corpoamazonia

Corpoamazonia es la máxima autoridad ambiental en el departamento y su jurisdicción abarca los departamentos de Putumayo, Caquetá y Amazonas, y tiene la siguiente Misión: *“Conservar y administrar el ambiente y los recursos naturales renovables, promover el conocimiento de la oferta natural, representada por su diversidad biológica, física, cultural y paisajística, y orientar el aprovechamiento sostenible de sus recursos facilitando la participación comunitaria en las decisiones ambientales”*⁹

Aunque dentro de su definición misional no está el turismo, claramente para un destino de naturaleza como lo es la Amazonia, la conservación del medio ambiente es fundamental para la sostenibilidad del destino. Por esto que es importante la labor que pueda desempeñar esta entidad para la protección de la biodiversidad del departamento.

- ONGs

Existen varias ONGs de carácter nacional e internacional que hacen presencia en la región de manera permanente o temporal. Todas ellas centradas en procesos de preservación tanto cultural como ambiental y de defensa de las culturas ancestrales de las diferentes etnias presentes en el departamento.

Un ejemplo de éstas es la fundación Gaia Amazonas que lleva más de 20 años fortaleciendo los gobiernos indígenas y que tiene una sede operativa en Leticia y en Mitu (www.gaiamazonas.org).

La ONG holandesa Tropenbos realizó dos proyectos en años recientes en Colombia; uno sobre la adaptación de las comunidades indígenas y afroamericanas al cambio climático y otro para crear un esquema de compensación por servicios ambientales a las comunidades indígenas que sin duda contribuye a la conservación de las tradiciones culturales que son parte de la riqueza turística del departamento (www.gtropenbos.org).

También la WWF ha publicado muchos artículos sobre la conservación de la biodiversidad en la región, y vale la pena destacar sus publicaciones sobre los delfines de la amazonoquía.

También hacen presencia la Fundación OMACHA <http://omacha.org/amazonas/que-hacemos> y la Fundación Etnollano <http://www.etnollano.com/> entre otros.

- Sociedad civil

Una iniciativa interesante promovida desde la sociedad civil es el proyecto Amazonas 2030 que se define como *“una alianza de 4 años entre organizaciones de la sociedad civil, empresa privada y medios de comunicación que, con el apoyo de la cooperación internacional, promueve la*

⁹ Portal institucional corpoamazonia.gov.co

sostenibilidad y la calidad de vida en la Amazonía colombiana y busca posicionar a esta región en la agenda nacional e internacional¹⁰.

Hacen parte de ella ALISOS (Alianzas para la Sostenibilidad), la Fundación Gaia Amazonas, la Fundación Etnollano, Publicaciones Semana y el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES). Amazonas 2030 cuenta con el apoyo de AVINA, El Espectador, Caracol televisión y la Embajada de Holanda en Colombia”.

A continuación, se presenta un cuadro resumen de todas estas entidades mencionadas y de alguna más relacionada con el sector turístico del departamento:

Resumen de entidades de relevancia para el Turismo en Amazonas

Relación con el sector turístico	Nombre	Objetivo	Relación	Público	Privado	Soc. Civil
Relación Directa	Gobernación del Amazonas, Alcaldías	Fomento del sector turístico, contribuye a la inversión y generación de entidades para la planificación y gestión del sector	Promoción departamental y apoyo institucional al sector	X		
	Cámara de Comercio	Fomento empresarial, contribuye a la legalidad de los establecimientos y garantiza mejores servicios prestados a los turistas	Actualiza el RNT, contribuye con la legalidad del sector		X	
	Instituto de Investigación Alexander Humboldt	Promover, coordinar y realizar investigación que contribuya al conocimiento, la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad como un factor de desarrollo y bienestar de la población colombiana.	La información proporcionada servirá para adoptar usos más responsables del territorio			X
	Ecodestinos	Operador y Mayorista	Promociona el destino en los diferentes canales		X	
	Corpoamazonía	Disminuir los conflictos Ambientales, fortaleciendo el papel de autoridad ambiental, a través de la participación institucional y orientar procesos que aporten al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades de la Región.	Fomenta iniciativas en el sector y guía el desarrollo turístico	X		

¹⁰ <http://www.amazonas2030.net/es>

Relación con el sector turístico	Nombre	Objetivo	Relación	Público	Privado	Soc. Civil
	Departamento Administrativo de fomento del Ecoturismo	Orienta el proceso ecoturístico de acuerdo con los objetivos y propósitos de la Nación y la región, enmarcados dentro de los planes de desarrollo. Consolida y rescata la lengua propia, creencias, costumbres y tradiciones autóctonas, para la convivencia y diversidad cultural de los pueblos indígenas.	Promociona el turismo y se dedica a realizarlo de manera responsable con el entorno.	X		
	Oficinas de Turismo de Leticia y Puerto Nariño			X		
	SINCHI Instituto Amazónico de Investigación Científica	Entidad de investigación científica y tecnológica de alto nivel. Se encarga de la difusión de información sobre la realidad biológica, social y ecológica de la región Amazónica, satisfaciendo oportunamente las necesidades y expectativas de las comunidades.	La información proporcionada servirá para adoptar usos más responsables del territorio y para profundizar estadísticas e inventarios de flora y fauna.	X		
	SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje)	El SENA Regional Amazonas imparte formación a los habitantes de todos los municipios del departamento a través de sus diferentes Centros de Formación Profesional. La infraestructura con la que el SENA cuenta en el Amazonas le permite fortalecer todos los sectores económicos de las diferentes subregiones del departamento		X		
	Universidad Amazonas	Formar los recursos humanos, técnicos, científicos y culturales indispensables para el desarrollo socio-económico, político y cultural de la región amazónica		X		
	Universidad Nacional	La Universidad Nacional realiza investigaciones de alta calidad y relevancia, que contribuyan a la resolución de los problemas y a la satisfacción de las necesidades regionales, tomando en cuenta los contextos locales, nacionales e internacionales		X		
	Policía de Turismo de	Brinda apoyo y seguridad a los turistas que visitan el departamento	Acompañamiento de grupos de	X		

Relación con el sector turístico	Nombre	Objetivo	Relación	Público	Privado	Soc. Civil
	Amazonas	y en ocasiones hacen de guía turística	turistas y guía turística			
	CAT (Colegios Amigos del Turismo)	En primaria, secundaria y técnica se lideran proyectos de formación en turismo para sus alumnos, teniendo como referente sus potencialidades y prioridades de desarrollo.	Capacita talento humano para el sector	X		
	APAA-Asociación de Productos Agropecuarios de la Amazonía	Abre mercados nacionales a través de la implementación de nuevos productos amazónicos	Se pueden implementar actividades de agroturismo, o posicionarse como destino bio-gastronómico, también pueden ser souvenir.		X	
Relación Indirecta	OPIAC – (Organización de Pueblos Indígenas del Amazonas Colombiano)	Desarrolla e impulsa los mecanismos necesarios para la interacción de los Pueblos y organizaciones Indígenas miembros; defiende el territorio y los DDHH de las comunidades.	Pueden beneficiarse del sector turístico.			X
	ACITAM	Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico.	Pueden participar en la actividad turística			X
	Mercados Verdes (Corpoamazonia)	Variedad de productos de origen amazónico. Puede representar un ícono del departamento, útil para la promoción turística				

2.4 Consideraciones para el desarrollo turístico.

Considerando la lista previa sobre los actores involucrados en el sector, es posible observar que en el Departamento del Amazonas, el gremio turístico se encuentra en fase de desarrollo. No obstante, la comunidad del departamento ha sabido identificar la demanda turística nacional e internacional y ha podido satisfacer las necesidades de quienes visitan el departamento. Sin embargo, es necesario que el sector logre establecer clusters sólidos que puedan aportar mayor competitividad turística al departamento.

Considerando la definición de un microcluster¹¹, que “Hace referencia a una concentración geográfica de un pequeño número de empresas en un entorno cohesionado, donde las interacciones de complementariedad entre esas empresas han ido contribuyendo a confeccionar un producto especializado”, el quipo consultor identificó un microcluster en fase de desarrollo en el municipio de Puerto Nariño, el cual tiene énfasis en Ecoturismo y Turismo Sostenible. Se trata de pequeños empresarios que prestan servicios complementarios que permiten el disfrute del turismo de manera responsable en el municipio.

Sin embargo, hay esfuerzos por parte de entidades dedicadas a la investigación científica y a la conservación de especies como lo son las fundaciones: Omacha, Entollano, Gaia, SINCHI y el Instituto de Investigación Alexander Humboldt, los cuales colaboran al desarrollo turístico sostenible y a la conservación de especies. Estos esfuerzos se deberían encadenar a los servicios prestados por los operadores del sector.

Otras actividades que se deberían integrar para la formación de un cluster, son aquellas relacionadas a la capacitación de profesionales en turismo. A este grupo pertenece el SENA, aliado con colegios para certificar a los jóvenes de décimo y once de bachillerato como guías del departamento. Por su parte, el SENA es quien otorga el título de guía oficial, además de hacer capacitaciones sobre temas que se relacionan al sector. Además, el departamento cuenta con el apoyo del Viceministerio de Turismo, que proporciona varias capacitaciones presenciales o a través de video conferencias, útiles para mejorar la calidad de los servicios ofertados.

Debido a la carencia de un cluster sólido que pueda generar mayores oportunidades y desarrollo turístico al departamento, es posible observar la falta de rutas turísticas que sean ampliamente practicadas y homologadas por el DAFEC. Si bien es cierto que existen varios atractivos de visita obligada, como por ejemplo la Isla de los micos, las Victoria Regia, los Kilómetros, ciertas comunidades, el PNN Amacayacu, entre otros; alrededor de éstos no existe una ruta definida y ofertada por un cluster.

Por esta razón se considera clave la estructuración de la oferta actual en torno a temáticas de rutas para ecoturismo, a la vez que se estima necesaria la estructuración de un comité de actores de turismo donde se pueda coordinar y potenciar el trabajo de los actores en una dinámica de cluster.

¹¹ Michel (2003, 2007b)

3 Oferta turística

3.1 Revisión de los inventarios turísticos

3.1.1 Comentarios sobre el inventario turístico del MCIT

El Vice ministerio de Turismo encargó en 2009 la realización del inventario turístico del Departamento del Amazonas. Para la realización de este inventario turístico se siguió la metodología definida en el documento Asistencia Técnica en Planificación del Turismo del MCIT¹².

En todo el Amazonas se han inventariado 131 recursos¹³ (puertos y aeropuertos no incluidos). Según este inventario turístico, ciento dieciséis (89%) de estos recursos tienen un significado¹⁴ local o regional, mientras quince recursos (11%) están catalogados como de significado nacional o internacional.

A partir de la investigación de campo realizada, por razones de difícil accesibilidad, no se pueden considerar con potencial de desarrollo turístico a corto plazo a veintitrés de los recursos (18%) catalogados como de locación “amazonas”, cuyo acceso no es evidente desde Leticia y es por vía fluvial secundaria más de 25 km. Cabe destacar que entre estos veintitrés recursos existen tres de significado internacional conformados por las poblaciones indígenas de Yukuna, Makuna y Bora.

Ahora bien, de los 108 recursos restantes (82%) correspondientes a los municipios Leticia y Puerto Nariño, destacan por su actual y potencial desarrollo turístico a corto plazo, **once recursos** turísticos formados por lugares naturales, gastronomía, bailes, artesanías, festividades y eventos, categorizados de significados nacional e internacional.

Estos once recursos son:

- Río Amazonas / Río Amazonas
- Universidad Nacional de Colombia / Leticia
- Indígenas Huitoto / Leticia
- Olimpíadas Indígenas / Puerto Nariño
- Gamitana rellena / Todo el departamento
- Instituto de Investigaciones Sinchi / Leticia
- Batallón Selva N°50 / Leticia
- Maloka Huitoto Km. 7 / Kilómetros
- Maloka Makuna Km. 12 / Kilómetros
- Maloka Yukuna Km. 14 / Kilómetros
- Maloka Huitoto Km. 15 / Kilómetros

¹² El documento Asistencia Técnica en Planificación del Turismo elaborado por el Grupo de Planificación y Desarrollo Sostenible de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Vice Ministerio de Turismo incluye en su anexo 3 la Guía para la Elaboración y Valoración del Inventario Turístico

¹³ Ver lista de todos los recursos inventariados en Anexos

¹⁴ El significado de un atractivo turístico está determinado por el conocimiento que de él se tenga fuera del entorno local; cuando se identifica y se evidencia este reconocimiento en uno o más departamentos (se le asigna el puntaje correspondiente al significado regional); en el país (se le asigna el puntaje correspondiente al significado nacional); en dos o más países (se le asigna el puntaje correspondiente al significado internacional)

3.1.2 Comentarios sobre el Plan Regional de Competitividad del Amazonas

El Plan Regional de Competitividad del Amazonas 2009 define como visión / tipos de producto¹⁵ los 3 siguientes:

- Eco-turismo
- Etno-turismo
- Turismo Académico Científico

Esto supone una apuesta preliminar de productos turísticos en torno a los cuales estructurar el desarrollo del turismo en el Amazonas.

Para el **eco-turismo**, el departamento cuenta con treinta y cinco **(35) bienes naturales** que permiten su desarrollo:

- Quebrada Yahuaraca / Kilómetros
- Quebrada Pichuna / Kilómetros
- Reserva Natural Cerca Viva / Kilómetros
- Reserva Natural Teresita / Kilómetros
- Tanimboca Reserva Natural de la Sociedad Civil / Kilómetros
- Reserva Natural Cananguchos / Kilómetros
- Aguas Claras Reserva Natural de la sociedad Civil / Kilómetros
- Reserva Natural Otra Parte / Kilómetros
- Reserva Natural Agape / Kilómetros
- Alto de Cantagallo / Leticia
- Lago Yahuaraca / Leticia
- Quebrada San Antonio / Leticia
- Playas de la comunidad La Playa / Leticia
- Reserva Natural Falan / Leticia
- Reserva Natural 4 Vientos / Leticia
- Reserva Natural Selva Luna / Leticia
- Parque Nacional Natural Amacayacu / Puerto Nariño
- Lago Tarapoto y anexos / Puerto Nariño
- Lago Socó / Puerto Nariño
- Río Loretoyacu / Puerto Nariño
- Río Atacuari / Puerto Nariño
- Río Amacayu / Puerto Nariño
- Río Amazonas / Río Amazonas
- Río Takana / Río Amazonas
- Río Calderón / Río Amazonas
- Río Tucuchira / Río Amazonas
- Río Matamata / Río Amazonas
- Río Pacoatua / Río Amazonas
- Río Parana / Río Amazonas

¹⁵ Plan Regional de Competitividad del Vichada 2009

- Isla de la Fantasía / Río Amazonas
- Isla Ronda / Río Amazonas
- Isla de los Micos / Río Amazonas
- Isla Korea / Río Amazonas
- Isla Zaragocilla / Río Amazonas
- Isla Mocagua / Río Amazonas

En lo que al desarrollo del etno-turismo se refiere, los veintisiete (27) recursos inventariados entre festividades, eventos y bienes culturales; permiten la estructuración de productos turísticos especializados dentro de los territorios de las comunidades indígenas de:

- Huitoto / Leticia
- Tikuna / Leticia
- Yagua / Puerto Nariño
- Cocama / Puerto Nariño

Este etno-turismo quedaría definido según lo planteado en la ley 300 de 1996 para el turismo especializado que se realiza en territorios de los grupos étnicos con fines culturales, educación y recreativos. De esta forma, se permite dar a conocer los valores culturales, la forma de vida, el manejo ambiental, las costumbres y la historia de los grupos étnicos. De su definición se desprende la idea de la interacción entre turistas e indígenas en la propia comunidad y espacio físico donde estos últimos habitan.

Para el Turismo Científico y Académico, el departamento es conocido por diez (10) instituciones Científicas y Académicas, con potencial no sólo para la optimización de sus productos turísticos actuales, sino también para el desarrollo de nuevas iniciativas turísticas en:

- Universidad Nacional de Colombia / Leticia
- Instituto de Investigaciones Sinchi / Leticia
- Instituto de Inmunología / Leticia
- Biblioteca del Banco de la República / Leticia
- Museo del hombre Amazónico / Leticia
- Museo del Bugeo / Leticia
- Institución Educativa de San Francisco de Loretayacu / Puerto Nariño
- Museo Etnocultural de na ipata unchi / Puerto Nariño

Pese a no estar recogido dentro del Plan Regional de Competitividad, se detecta también el potencial para el desarrollo de productos en torno al turismo cultural y al turismo gastronómico.

3.2 Nivel de equipamiento

Para el análisis del nivel de equipamiento turístico se identifican las agencias de viajes, las operadoras turísticas, los hoteles, los restaurantes y las empresas de transporte presentes en el departamento. Para esta tarea se ha partido de la información disponible en el Registro Nacional de Turismo y la información levantada durante la investigación de campo.

3.2.1 Agencias de viaje y operadoras turísticas

Según el Registro Nacional de Turismo, existen 111 agencias de viajes, operadores turísticos, guías turísticos y operadores de viajes presentes en Amazonas¹⁶, la mayoría de ellas en Leticia.

Treinta y una (31) de las agencias de viaje del Amazonas son “de viaje y turismo” y se dedican profesionalmente a vender planes turísticos. Estas empresas ofrecen planes de turismo, aéreos y terrestres, individuales y grupales a todas las regiones del país, así como diversos programas internacionales.

Treinta y cinco (35) están registradas como “agencia de viajes operadora”. Éstas se dedican a operar los planes turísticos como operador receptivo en los diferentes municipios del Amazonas.

Adicionalmente existen cuarenta y cuatro (44) Guías Turísticas que son personas naturales dedicados a la orientación, conducción, guía y instrucción del turista o pasajero hacia servicios previamente contratados y una (1) Agencia de Viajes mayorista llamada Amazonate.com que se dedica a la organización y promoción de paquetes, planes y servicios turísticos para ser vendidos nacional e internacionalmente por Agencias de Viajes.

Las agencias tienen acceso a la clientela nacional e internacional a través de otros turoperadores basados en Bogotá, o a través de las ferias de turismo organizadas por las autoridades colombianas

3.2.2 Establecimientos hoteleros

El Registro Nacional de Turismo tiene registrados sesenta (60) establecimientos de alojamiento y hospedaje¹⁷.

A partir de la investigación de campo realizada se destaca la calificación de cuatro (4) estrellas en ciertos hoteles de la zona. Estos hoteles cuentan con amplias y cómodas habitaciones con capacidad de 1-4 personas, dotadas con refrigerador, televisión a control remoto, aire acondicionado, ventiladores de techo y en ocasiones terraza. Del inventario identificamos tres (3) hoteles dentro de esta categoría (Hotel Anaconda, Hotel Decalodge Ticuna, y Boutique Alma Casa Selva).

A los hoteles restantes, pudiéramos clasificarlos en dos grades categorías:

- los hoteles “básicos de dos estrellas o menos” conformados por establecimientos con habitaciones muy sencillas sin aire acondicionado con mobiliario rustico
- los hoteles “básicos Premium o tres estrellas” conformados por aquellas instalaciones con servicios más sofisticados que muy excepcionalmente incluyen aire acondicionado en las habitaciones.

Los huéspedes con motivos turísticos son principalmente eco-turistas. Aquellos con motivos profesionales son principalmente educadores, científicos, comerciantes y empresarios.

Los meses desde junio hasta octubre marcan la temporada alta de visitas por motivos turísticos, mientras los profesionales visitan el lugar en cualquier momento del año siguiendo las necesidades de su actividad.

3.2.3 Establecimientos gastronómicos

Para el análisis de la oferta gastronómica solo se han considerado aquellos establecimientos que reunirían los requisitos mínimos para ofrecer servicios a turistas. Se tiene contabilizados 34

¹⁶ Ver anexo para detalle completo de las agencias de viajes, operadores turísticos, guías turísticos y operadores de viajes presentes en Amazonas

¹⁷ Ver anexo para detalle completo de establecimientos hoteleros y de hospedaje

establecimientos como los más reconocidos y que prestan sus servicios a los turistas y en particular a los habitantes del departamento.

La oferta gastronómica se basa en la mezcla de sabores de los tres países frontera (Colombia, Brasil y Perú). Se ofrecen platos típicos como “Gamitana Rellena”, “El Casabe”, “La Patarasca”, “Mojojoy” y en base a la variedad de pescado de colecta local. El nivel general de servicio y decoración de espacios es esencialmente rustico o básico.

3.2.4 Empresas de transporte

El transporte de turistas al departamento se realiza principalmente por vía aérea desde la ciudad de Bogotá, gracias principalmente a los servicios de la empresa LAN y en segundo plano a los de la aerolínea COPA.

Servicios aéreos a Leticia

Destino	Aerolínea	Hora vuelos ida	Hora vuelos regreso	Valor aprox*	Capacidad por destino	Tasa de ocupación por frecuencia**	Operación
LETICIA	LAN	11:30 / 13:35	14:15/16:10	452.500	BOEING 737 PASAJEROS DE 104 A 189 PASAJEROS	95 % Y 100%	VUELO DIARIO
	Copa	12:52 /14:52	15:27/17:27	565.500	EMBRAER 190 CAPACIDAD DE 94 A 106 PASAJEROS	95 Y 100%	VUELOS DE LUNES A VIERNES Y LOS SABADOS VUELA EN HORAS DE LA TARDE

*Los valores comprenden impuestos

**Los datos sobre la tasa de ocupación por frecuencia fueron proporcionados por las aerolíneas correspondientes

El flujo de turistas por este medio está limitado a 7 vuelos semanales para un máximo de 1323 cupos por semana por LAN, y 6 vuelos semanales para un máximo de 636 cupos por semana por COPA.

Satena también conecta Bogotá con Leticia, pero con muchas escalas y no vuela diariamente.

Aunque no se consiguió registros de “empresas de transporte terrestre automotor” en los archivos del RNT, tras la investigación de campo realizada se constató la presencia de comunidades de taxistas organizadas y de independientes no organizados. Lo mismo ocurre para las “empresas de transporte fluvial”.

3.3 Definición preliminar del mapa de oferta turística

La siguiente tabla muestra el significado en términos del potencial turístico que se le ha asignado a cada uno de los productos que podrían tener un impacto positivo para el desarrollo turístico en los próximos 4 años. El potencial turístico se define como la capacidad que tendrá cada producto, una vez estructurado, para generar significativamente visitas turísticas de procedencia local, regional, nacional o internacional a corto plazo (menos de cuatro años).

La tabla también muestra la percepción sobre el nivel actual de generación de visitas turísticas por cada producto propuesto, a manera de indicador sobre el potencial latente y desaprovechado de cada uno de ellos. En este sentido, un recurso con potencial turístico nacional e internacional que hoy día genera ínfimas visitas, puede mostrar un alto potencial latente del producto hasta hoy día desaprovechado.

Potencial turístico de productos en Amazonas

Productos turísticos	Generación actual de visitas turísticas (no genera, ínfimo, satisfactorio)	Potencial turístico			
		Local	Regional	Nacional	Internacional
“Amazonas Científica” (turismo científico y académico)	Ínfimo	X	X	X	
“Leticia Eco-Cultural” (eco-turismo, turismo de naturaleza, turismo cultural y gastronómico)	Ínfimo			X	X
“Puerto Nariño Eco-Cultural” (eco-turismo, turismo de naturaleza, turismo cultural y gastronómico)	Ínfimo			X	X
“Kilómetros Etno – Ecológico” (etno-turismo indígena y eco-turismo)	Satisfactorio	X	X	X	X
“Rio Amazonas “(eco-turismo, turismo de naturaleza y turismo de aventura)	Satisfactorio	X	X	X	X

3.4 DOFA

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento del potencial turístico del Departamento por parte del sector Desconocimiento por parte de los prestadores de servicio de la variedad del inventario turístico del departamento Informalidad del transporte público Falta de cultura ciudadana hacia el turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Diversificación del producto turístico por la amplitud de atractivos existentes: naturales, científicos, étnicos, tres fronteras Desarrollo de actividades turísticas innovadoras con foco en el mercado de servicios y productos amazónicos sostenibles Aprovechamiento de la situación de tres fronteras para el turismo (Colombia, Brasil y Perú)
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Destino sin los problemas de seguridad que afectan a otros departamentos Colombianos La diversidad: étnica, biológica, cultural, ecológica, social e infinidad de escenarios de interés turístico La marca Amazonía / Amazonas, reconocida a nivel internacional Una red fluvial superior a 5000 Km. de vías navegables 	<ul style="list-style-type: none"> Presencia de narcotráfico y guerrilla Conflictos de tierra entre colonos e indígenas Deterioro de la cultura étnica y ambiental

3.5 Consideraciones para el desarrollo turístico

Como se irá desgranando en los diferentes capítulos de este documento, para generar un impacto positivo en el turismo de Amazonas en los próximos 4 años se propone priorizar la estructuración de los productos siguientes:

Amazonas Científica (turismo científico y académico)

El producto “Amazonas Científica”, permite asociar una dimensión científica patrocinada por los diversos institutos científicos y académicos ubicados en los Municipios Leticia y Puerto Nariño, a prácticas exploratorias o de aventura. La investigación es la motivación del desplazamiento turístico así como el elemento principal en la práctica.

Las actividades principales son:

- Exploraciones científicas
- Viajes educativos y culturales
- Exploraciones culturales
- Eco-voluntariado científico
- Ecoturismo con dimensión científica
- Exploraciones educativas
- Exploraciones deportivas con excusa científica
- Viajes educativos y de aprendizajes

El producto está compuesto por todos los recursos turísticos inventariados y no inventariados del departamento, patrocinadas por los siguientes institutos:

- Universidad Nacional de Colombia / Leticia
- Instituto de Investigaciones Sinchi / Leticia
- Instituto de Inmunología / Leticia
- Biblioteca del Banco de la Republica
- Museo del Hombre Amazónico / Leticia
- Museo del Bugeo / Leticia
- Institución educativa San Francisco de Loretoyacü / Puerto Nariño
- Museo etnocultural na ipata unchi / Puerto Nariño
- Fundación Omacha / Puerto Nariño
- Fundación Natutama / Puerto Nariño

Leticia Eco-Cultural (eco-turismo, turismo de naturaleza, turismo cultural y gastronómico)

El producto “Leticia Eco-Cultural”, consiste en la contemplación del paisaje, la observación de iconos geográficos, naturales y culturales, la fotografía de la naturaleza y el disfrute por parte del turista de las actividades, festividades y eventos que celebran en la cabecera del Municipio Leticia y sus alrededores.

Las actividades principales son:

- Visitas guiadas a las áreas de conservación, sus paisajes y ecosistemas naturales (mediante caminatas, cabalgatas, y/o navegación)
- Participación en actividades de manejo y protección del área de conservación
- Participación en proyectos de conservación
- Excursiones guiadas de observación de fauna silvestre
- Excursiones en búsqueda de fauna silvestre
- Safaris fotográficos y fotografía de naturaleza
- Baños en ríos y caños
- Asistencia a festividades y fiestas tradicionales organizadas por la comunidad
- Asistencia a eventos de música local
- Excursiones temáticas diversas, acorde con el interés del turista

El producto está compuesto por los siguientes bienes naturales, bienes culturales muebles, bienes culturales inmuebles, festividades y eventos, así como de las rutas pedestres y terrestres que los conectan:

- Batallón Selva No 50 / Leticia
- Hotel Victoria Regia / Leticia
- Parroquia Nuestra Señora De La Paz / Leticia
- Pasaje Comercial Las Viudas / Leticia
- Plaza De Mercado Municipal / Leticia
- Plaza San Francisco / Leticia
- Aeropuerto Vásquez Cobo / Leticia
- Muelle Flotante / Leticia

- Malecón Turístico / Leticia
- Parque Santander / Leticia
- Parque Orellana / Leticia
- Avenida Internacional-Avenida Da Amizade / Leticia
- Calle De Las Frutas / Leticia
- Busto De Orellana / Leticia
- Escultura Santander / Leticia
- Monumento Al Delfín Rosado / Leticia
- Homenaje A La Hamaca / Leticia
- Homenaje Conflicto Colombo Peruano / Leticia
- Homenaje A Kapax / Leticia
- Hito De La Frontera / Leticia
- Alto De Cantagallo / Leticia
- Lago Yahuaraca / Leticia
- Reserva Natural Falan / Leticia
- Reserva Natural 4 Vientos / Leticia
- Reserva Natural Selva Luna / Leticia
- Playas De La Comunidad La Playa / Leticia

Puerto Nariño Eco-Cultural (eco-turismo, turismo de naturaleza, turismo cultural y gastronómico)

El producto “Puerto Nariño Eco-Cultural”, consiste en la contemplación del paisaje, la observación de íconos geográficos, naturales y culturales, la fotografía de la naturaleza y el disfrute por parte del turista de las actividades, festividades y eventos que celebran en la cabecera del Municipio Puerto Nariño y sus alrededores.

Las actividades principales son:

- Visitas guiadas a las áreas de conservación; sus paisajes, y ecosistemas naturales (mediante caminatas, cabalgatas, y/o navegación)
- Participación en actividades de manejo y protección del área de conservación
- Participación en proyectos de conservación
- Excursiones guiadas de observación de fauna silvestre
- Excursiones en búsqueda de fauna silvestre
- Safaris fotográficos y fotografía de naturaleza
- Baños en ríos y caños
- Asistencia a festividades y fiestas tradicionales organizadas por la comunidad
- Asistencia a eventos de música local
- Excursiones temáticas diversas, acorde con el interés del turista

El producto está compuesto por los siguientes bienes naturales, bienes culturales muebles, bienes culturales inmuebles, festividades y eventos, así como de las rutas pedestres y terrestres que los conectan:

- Alcaldía De Puerto Nariño / Puerto Nariño

- Casa Artesanal Mowacha / Puerto Nariño
- Parque Central / Puerto Nariño
- Muelle Turístico / Puerto Nariño
- Puente Belisario Betancourt / Puerto Nariño
- Calzadas y Puentes Peatonales / Puerto Nariño
- Mirador Nai Pata 2 / Puerto Nariño
- Mirador Del 20 De Julio / Puerto Nariño
- Aniversario De Puerto Nariño / Puerto Nariño
- Día Del Campesino / Puerto Nariño
- Lago Tarapoto Y Anexos / Puerto Nariño
- Lago Socó / Puerto Nariño
- Rio Loretoyacu / Puerto Nariño
- Rio Atacuari / Puerto Nariño
- Rio Amacayacu / Puerto Nariño

Kilómetros Etno - Ecológico (etno-turismo indígena y eco-turismo)

El producto “Kilómetros Etno - Ecológico”, consiste en la interacción entre turistas y las comunidades indígenas localizadas a lo largo de la carretera que une Leticia con Tarapaca, para conocer los valores culturales, la forma de vida, el manejo ambiental, las costumbres y la historia de estos grupos étnicos. Este producto también abarca la contemplación del paisaje, la observación de iconos geográficos y naturales, la fotografía de la naturaleza y la observación de las reservas de flora y fauna localizadas a lo largo del recorrido.

Las actividades principales son:

- Visitas guiadas a la comunidad
- Asistencia y/o participación en eventos y festividades tradicionales
- Caminatas guiadas por caminos ancestrales, territorios y resguardos
- Jornadas de medicina tradicional
- Participación en jornadas de pesca, caza y recolección
- Visitas a las chagras y participación en faenas de cultivo y cosecha
- Visita lugares especiales e iconos de la comunidad, con su historia y significación
- Participación en cursos y talleres de elaboración de artesanías y utensilios
- Visitas guiadas a las áreas de conservación; sus paisajes, y ecosistemas naturales (mediante caminatas, cabalgatas, y/o navegación)
- Participación en actividades de manejo y protección del área de conservación
- Participación en proyectos de conservación
- Excursiones guiadas de observación de fauna silvestre
- Excursiones en búsqueda de fauna silvestre
- Safaris fotográficos y fotografía de naturaleza
- Baños en ríos y caños

El producto está compuesto por las siguientes comunidades y bienes culturales inmateriales, así como de las rutas pedestres, fluviales y terrestres que los conectan:

- Comunidad Indígena Ticuna / Kilómetros vía Tarapaca
- Comunidad Indígena Huitoto / Kilómetros vía Tarapaca

El producto está compuesto por los siguientes bienes naturales, así como de las rutas pedestres y terrestres que los conectan:

- Quebrada Yahuaraca / Kilómetros via Tarapaca
- Quebrada Pichuna / Kilómetros via Tarapaca
- Reserva Natural Cerca Viva / Kilómetros via Tarapaca
- Reserva Natural Teresita / Kilómetros via Tarapaca
- Tanimboca Reserva Natural De La Sociedad Civil / Kilómetros via Tarapaca
- Reserva Natural Cananguchos / Kilómetros via Tarapaca
- Aguas Claras Reserva Natual De La Sociedad Civil / Kilómetros via Tarapaca
- Reserva Natural Otra Parte / Kilómetros vía Tarapaca
- Reserva Natural Agape / Kilómetros vía Tarapaca
- Maloka Huitoto Km 7 / Kilómetros vía Tarapaca
- Maloka Makuna Km 12 / Kilómetros vía Tarapaca
- Maloka Yukuna Km 14 / Kilómetros vía Tarapaca
- Maloka Huitoto Km 15 / Kilómetros vía Tarapaca

Rio Amazonas (eco-turismo, turismo de naturaleza y turismo de aventura)

El producto “Rio Amazonas”, consiste en actividades de eco-turismo, turismo de naturaleza y turismo de aventura. Destacan para ello, baño en los ríos, caminatas, acampado, contemplación flora y fauna, contemplación de estrellas, actividades de recreación y actividades deportivas en sitios a lo largo del trayecto fluvial por el Rio Amazonas que une el Municipio Leticia con el Municipio Nariño.

Las actividades principales eco-turísticas y de turismo de naturaleza son:

- Visitas guiadas a las áreas de conservación; sus paisajes, y ecosistemas naturales (mediante caminatas, cabalgatas, y/o navegación)
- Participación en actividades de manejo y protección del área de conservación:
- Participación en proyectos de conservación
- Excursiones guiadas de observación de fauna silvestre
- Excursiones en búsqueda de fauna silvestre
- Safaris fotográficos y fotografía de naturaleza
- Baños en ríos y caños

Las actividades principales de turismo de aventura son:

- Senderismo
- Excursionismo
- Trekking
- Excursiones de exploración y sobrevivencia
- Kayaking por los ríos y caños
- Canotaje

El producto está compuesto por los siguientes bienes naturales, así como de las rutas fluviales, pedestres y terrestres que los conectan:

- Chorro Del Guacarí / Río Amazonas
- Chorro Del Paraná / Río Amazonas
- Parque Nacional Natural Cahuinari / Río Amazonas
- Parque Nacional Natural Rio Puré / Río Amazonas
- El Cañón De Araracuara / Río Amazonas
- Cueva Del Guácharo / Río Amazonas
- El Salto Del Diablo / Río Amazonas
- Ciudad Perdida / Río Amazonas
- Los Bosques Enanos / Río Amazonas
- Río Putumayo / Río Amazonas
- Río Igara Parana / Río Amazonas
- Chorro De La Chorrera / Río Amazonas
- Río Caqueta / Río Amazonas
- Río Miriti Parana / Río Amazonas
- Río Apaporis / Río Amazonas
- Chorro Cordoba / Río Amazonas
- Chorro De La Libertad / Río Amazonas
- Cerro Yupati / Río Amazonas
- Raudal Jirijirimo / Río Amazonas
- Indígenas Yukuna / Río Amazonas
- Indígenas Makuna / Río Amazonas
- Indígenas Bora / Río Amazonas
- Casa Arana / Río Amazonas

4 Condiciones del entorno

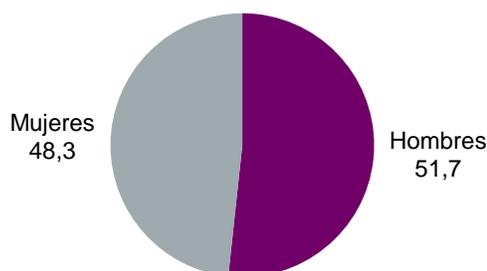
En este punto se analizan la situación social, la situación económica y la medioambiental del departamento.

4.1 Situación social

4.1.1 Estructura de la población

De acuerdo al censo del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) del 2005, el Departamento de Amazonas presentó una población conciliada de 67.726 personas. La ocupación rural es del 62% y la urbana apenas alcanza el 38%. El Departamento se distingue por la concentración poblacional de su capital Leticia, pero su población está conformada por indígenas y mestizos procedentes del interior del país, de Perú y Brasil. Es el tercer departamento con más baja densidad poblacional de la región amazónica colombiana, después de Guainía (0.19%) y Vaupés (0.28%).

Población por sexo:



Fuente: Boletín Censo General 2005, Dane

El Departamento de Amazonas alberga 24 pueblos indígenas y otros grupos sociales provenientes de otras regiones del país: Costa Atlántica, Tolima, Huila, Eje Cafetero, Boyacá y Bogotá, entre otras. A estos procesos migratorios no han sido ajenos los pueblos indígenas. Por ser zona de frontera, es normal el intercambio con las sociedades peruanas y brasileras, varias de ellas pertenecientes a pueblos indígenas que también existen en el departamento.

Los pueblos indígenas con incidencia en el territorio son los Ticuna, Huitoto, Cocama, Kamejeya, Jurumi, Jeruriwa, Imike, Piyoti (denominados como Yukuna), Ide masa, Jeañara, Majiña (conocidos como Macuna), Bora, Yui weje maja o Jobokara (llamados genéricamente Tanimuka), Miraña, Inga, Yagua, Upichia (Matapi), Muiname, Andoque, Wejeñeme maja (Letuama), Ocaina, Carijona, Yujup (Makú), Nonuya, Siona, Tucano, Tariano, Cavillary (Kawiyari), Barasano, Cubeo, Yaurâ (Yauna), Yuri (Carabayo) y Yanacona. Estos pueblos moran en un área titulada de 9.708.064 hectáreas.

4.1.2 Nivel de NBI¹⁸ (Necesidades Básicas Insatisfechas)

Amazonas hace parte de los departamentos que, a nivel nacional, presentan deficiencias en atención a la población. Se estima que el departamento cuenta con una tasa de NBI de aproximadamente 44%.

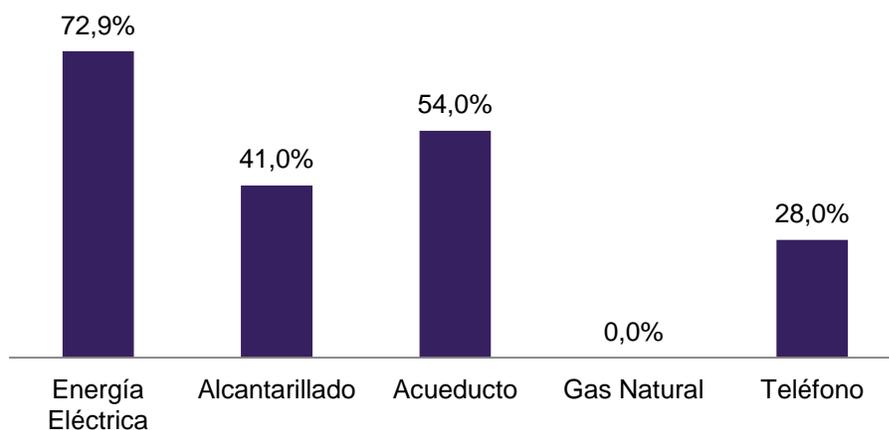
Personas en NBI (30 Junio 2010):

Área	Prop (%)
Cabecera	30,83
Resto	59,38
Total	44,41

Fuente: Boletín Censo General 2005, Dane

En lo que a servicios en los hogares se refiere, se estima que el 72,9% de las viviendas tiene conexión a energía eléctrica y el 54% de las viviendas cuentan con abastecimiento de agua (acueducto).

Servicios con que cuenta la vivienda



Fuente: Boletín Censo General 2005, Dane

4.1.2.1 Energía

En el Amazonas el servicio depende en un 96% de plantas térmicas que utilizan combustibles fósiles. Este servicio se caracteriza por bajas coberturas, altos costos y deficiente gestión en el servicio¹⁹.

La capacidad de generación instalada en el departamento para el año 2007 era de 2.849 KW y se requiere incrementarla a 4.637 KW²⁰.

¹⁸ DANE: La metodología de NBI busca determinar, con ayuda de algunos indicadores simples, si las necesidades básicas de la población se encuentran cubiertas. Los grupos que no alcancen un umbral mínimo fijado, son clasificados como pobres. Los indicadores simples seleccionados, son: Viviendas inadecuadas, Viviendas con hacinamiento crítico, Viviendas con servicios inadecuados, Viviendas con alta dependencia económica, Viviendas con niños en edad escolar que no asisten a la escuela

¹⁹ *Ibíd.*, P.113. -Citado el 2 de Marzo de 2012-.

²⁰ *Ibíd.*, P.113. -Citado el 2 de Marzo de 2012-.

La infraestructura eléctrica existente en las comunidades indígenas no recibe mantenimiento preventivo y el tiempo de respuesta a las contingencias que se presentan, es muy elevado, pues la Empresa de Energía de Amazonas – EEASA –no cuenta con los recursos suficientes para realizar estas actividades.

Consumo y venta de energía del Amazonas

Usos	2007	2008	2009	2010	Variación porcentual 10/09
Consumo. (miles de kilovatios/hora)					
Total	25.470	26.751	27.532	31.263	13,6
Industrial	4.001	3.932	4.249	4.432	4,3
Comercial	4.922	5.201	4.974	5.718	15,0
Residencial	9.666	10.186	10.481	12.584	20,1
Oficial	2.401	2.405	2.568	3.086	20,2
Especiales ¹	2.467	2.830	3.046	3.332	9,4
Otros ²	2.013	2.198	2.213	2.111	-4,6
Ventas. (millones de pesos)					
Total	10.446	11.442	12.302	13.639	10,9
Industrial	1.963	2.074	2.350	2.525	7,5
Comercial	2.449	2.737	2.762	3.240	17,3
Residencial	2.730	2.795	2.953	3.491	18,2
Oficial	1.191	1.264	1.437	1.742	21,3
Especiales ¹	1.022	1.257	1.413	1.575	11,5
Otros ²	1.091	1.314	1.387	1.065	-23,2

Fuente: Plan de Coyuntura Económica Regional 2010

4.1.2.2 Agua potable

Son diez las fuentes abastecedoras de acueductos en Amazonas, según informe final de la auditoría sobre la gestión integral del recurso hídrico:

Fuentes abastecedoras de agua y vertimiento

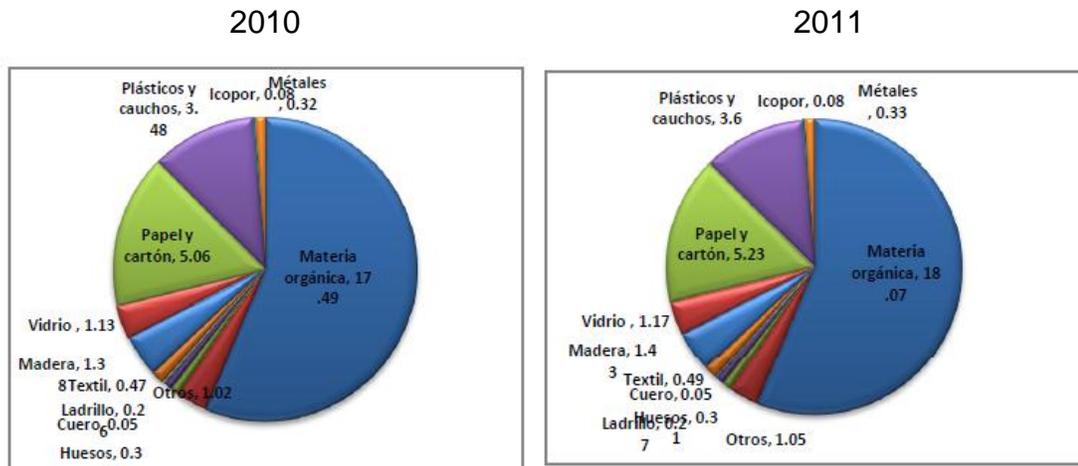
ENTIDAD TERRITORIAL	FUENTE ABASTECEDORA Y DE VERTIMIENTO
Letícia	Quebrada Yahuaracaca
Puerto Nariño	Río Loretoyacu
El Encanto	Río Caraparaná
La Chorrera	Río Igaraparaná Quebrada Laurel
La Pedrera	Quebrada La Tonina
Miriti-Paraná	Río Miriti – Paraná
Puerto Alegría	Río Putumayo
Puerto Arica	Río Putumayo
Puerto Santander	Quebrada La Maloca
Tarapacá	Río Cotuhé

Fuente: Plan de Desarrollo Departamental 2008-2011.

4.1.2.3 Basuras

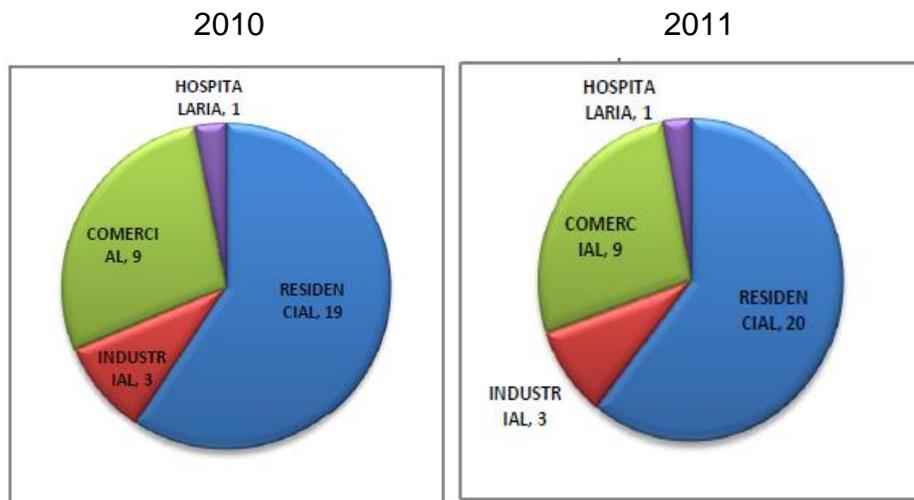
Según datos del Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos - PGIRS del Municipio de Leticia se proyectó para los años 2010 y 2011 la cantidad de residuos generados que se generarán en la ciudad:

Residuos de tipo material del departamento en 2010-2011



Fuente: Plan de Coyuntura Económica Regional 2010

Residuos según su origen en 2010-2011

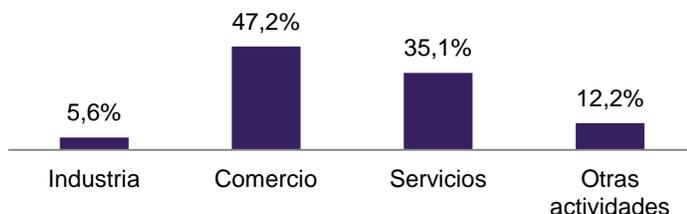


Fuente: Plan de Coyuntura Económica Regional 2010

4.1.3 Empleo

El comercio, los servicios, el sector agropecuario y el sector público son las ramas de actividad que generan más empleo en el departamento. El 47,2% de la oferta de empleo proviene de establecimientos dedicados al comercio; el 35,1% de establecimientos de servicios; el 5,6% de industrias; y el 12,2% de establecimientos varios.

Establecimientos según actividad económica:



Fuente: Boletín Censo General 2005, Dane

4.1.4 Educación

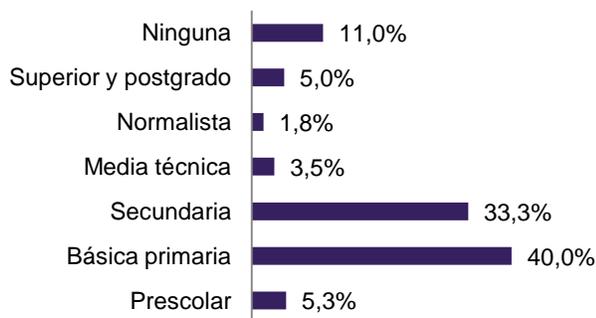
El Departamento de Amazonas presenta una tasa de iletrados del 8,3% según el censo del 2005. Para el año 2009 la tasa de analfabetismo se encuentra en 5,7%: con referencia al año 2005 se ha bajado la tasa en 2.6 puntos.

En el Departamento el servicio de educación formal se presta en instituciones educativas de carácter oficial y privado, como también en escuelas comunitarias. El sector de mayor cobertura es el oficial en los niveles de educación preescolar, básica primaria y secundaria, y media.

Los establecimientos públicos (oficiales) en donde se presta el servicio educativo corresponden a 14 Instituciones Educativas fusionadas que tienen 74 sedes. De las 14 Instituciones Educativas 2 están asociadas.

No obstante los logros alcanzados en materia de cobertura, existen dificultades con relación al acceso y permanencia de los estudiantes más pobres, toda vez que éstos tienen que trabajar tempranamente para el sustento diario de la familia.

Nivel Educativo



Fuente: Boletín Censo General 2005, Dane

4.1.5 Salud

La mortalidad y la morbilidad de un departamento son la base fundamental para determinar diferentes variables e indicadores, que permitan conocer la situación de la salud. Las primeras causas de mortalidad en el departamento están representadas por:

- Lesiones auto infligidas intencionalmente (suicidios), inclusive secuelas
- Infecciones respiratorias agudas
- Trastornos respiratorios específicos del periodo perinatal
- Otras afecciones originadas en el periodo perinatal
- Ahogamiento y sumersiones accidentales
- Deficiencias nutricionales y anemias nutricionales
- Feto y recién nacido afectados por complicaciones obstétricas y traumatismos del nacimiento
- Accidentes de transporte terrestre, inclusive secuelas
- Eventos de intención no determinada, inclusive secuelas
- Tuberculosis, inclusive secuelas

Entre las principales causas de muerte en el departamento se destacan las lesiones de auto, las infecciones respiratorias, el ahogamiento y el déficit nutricional, entre otros²¹.

Las causas de muerte de niños menores de cinco años ocurren principalmente entre los primeros 30 días de vida del recién nacido, debido a causas malignas durante el embarazo y las bajas oportunidades de acceso de atención durante el parto²².

La prestación del servicio de salud es proporcionada por 59 entidades: 21 son públicas, 37 privadas y 2 sin ánimo de lucro. La mayor parte de los establecimientos, el 83.05% se encuentran en Leticia²³.

4.1.6 Seguridad

Con el fin de poder hacer un análisis objetivo del tema de seguridad, se recopiló la información que para el Departamento genera el Ministerio de Defensa Nacional con respecto a: Homicidios comunes, secuestro extorsivo, víctimas en homicidios colectivos, casos de terrorismo, piratería terrestre y desmovilizados individuales. El período de estudio es el comprendido entre los años 2002 – 2011²⁴.

Adicionalmente se presentan cifras de desmovilizados individuales y aspersion de cultivos ilícitos en el entendido de que una de las principales fuentes de violencia del país se da por el conflicto con los grupos al margen de la ley y que éstos tienen su mayor fuente de financiación en el narcotráfico. El Período de estudio se mantiene para los datos de aspersion, mientras para la desmovilización es del 2003 al 2011.

El Departamento del Amazonas se encuentra entre los más seguros de Colombia, no presenta secuestros extorsivos, víctima en homicidios colectivos, casos de terrorismo, ni piratería terrestre en el período de análisis. Los homicidios comunes representan el 0,05% del total del país.

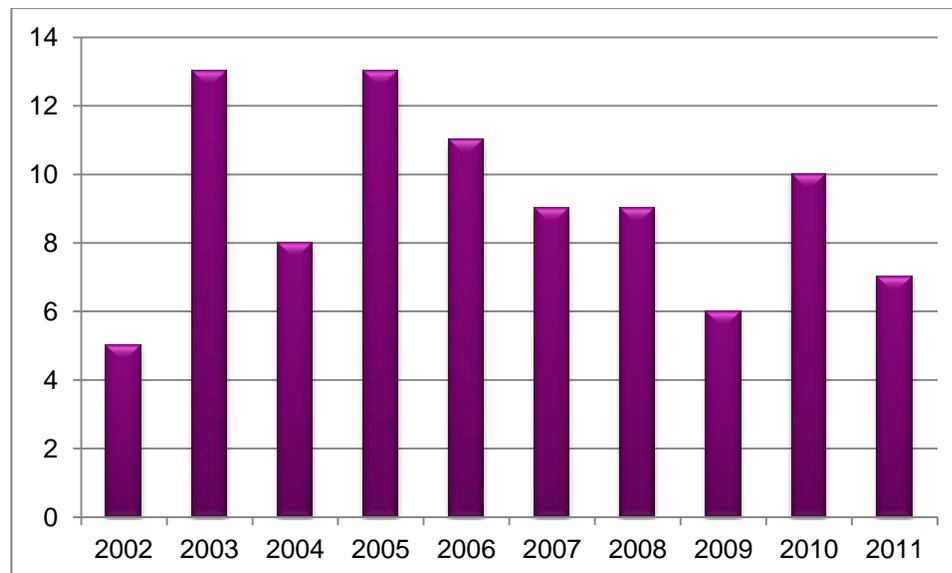
²¹ **Ibíd**

²² **Ibíd**

²³ **PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL 2008-2011**

²⁴ **MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL DE COLOMBIA. Dirección de estudios sectoriales – grupo de información y estadística. “Información departamental, sector defensa y seguridad”. Enero de 2012**

Homicidios Comunes en Amazonas



Del 2003 al 2011 se desmovilizaron 16 personas y no se generaron acciones de aspersión de cultivos de coca.

4.1.7 Predisposición de la población hacia el turismo

Las personas del departamento reconocen que sus municipios son o pueden llegar a ser destinos turísticos ya que cuentan con los recursos naturales necesarios. Según la percepción de la población local, la región Amazónica ofrece innumerables atractivos turísticos desde el punto de vista natural, cultural y científico. Piensan que los parques nacionales naturales y otras reservas naturales, pudieran explotarse a través de un turismo especializado con excursiones orientadas.

En relación a la posibilidad de desarrollo de productos, la población coincide en que el ecoturismo es el producto con mayores posibilidades de desarrollo, seguido del turismo de aventura y del cultural. La mayoría de la población coincide también en que los servicios turísticos de alojamiento, de alimentación, de oferta cultural y lúdica, y de puntos de información, son de buena o muy buena calidad.

En contrapartida, y en cuanto a la valoración que la población da a el estado de las infraestructuras de la zona y servicios básicos (y su adaptación a la actividad turística), cabe destacar que su percepción sobre los servicios de abastecimiento de agua, de asistencia sanitaria, de iluminación de las calles y de lugares públicos es negativa por considerarlos en mal estado. Sin embargo, la población piensa que la seguridad ciudadana ha mejorado considerablemente.

4.2 Situación económica

Se identifican al menos cuatro “ejes económicos” en el Amazonas.

1) Leticia, el más importante de ellos, donde se concentra la mayor cantidad de actividades productivas, principalmente de tipo terciarias por ser la capital administrativa del Departamento, y en menor proporción, las de tipo primarias, relacionadas con actividades de pesca y agropecuarias, seguidas de las actividades secundarias especialmente relacionadas con la fabricación de artesanías.

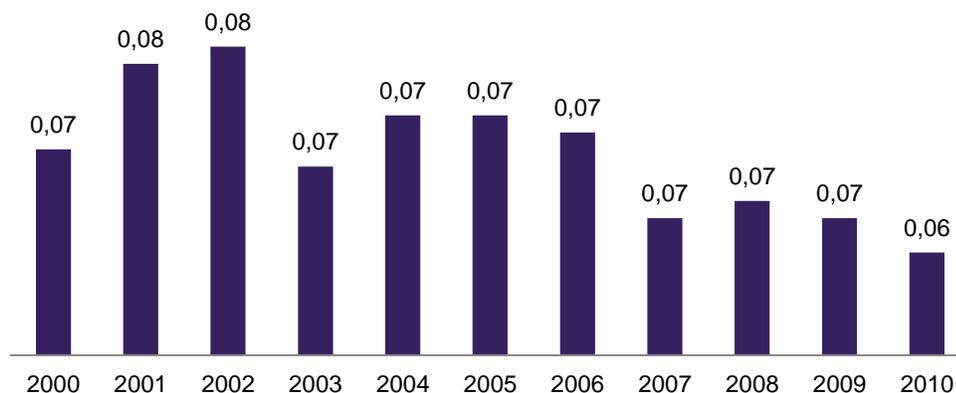
2) Otro eje económico es Tarapacá; allí prevalecen las actividades primarias, especialmente las relacionadas con el aprovechamiento forestal, con énfasis en la actividad maderera.

3) La Pedrera

4) Inmediaciones de Puerto Santander donde se adelantan actividades de pesca, tanto para consumo como de peces ornamentales, al igual que actividades de minería sobre el río Caquetá.

Las estadísticas muestran que el PIB per cápita en el 2010 del departamento es de 4,8 millones de pesos, por debajo del promedio nacional que está en 12 millones de pesos para el mismo año. En el ranking nacional para el 2007 Amazonas ocupa el puesto 31 en la contribución al PIB nacional con el promedio de 0,08%. El PIB de Amazonas presentó un crecimiento promedio de 3,1% desde el 2000 al 2010.

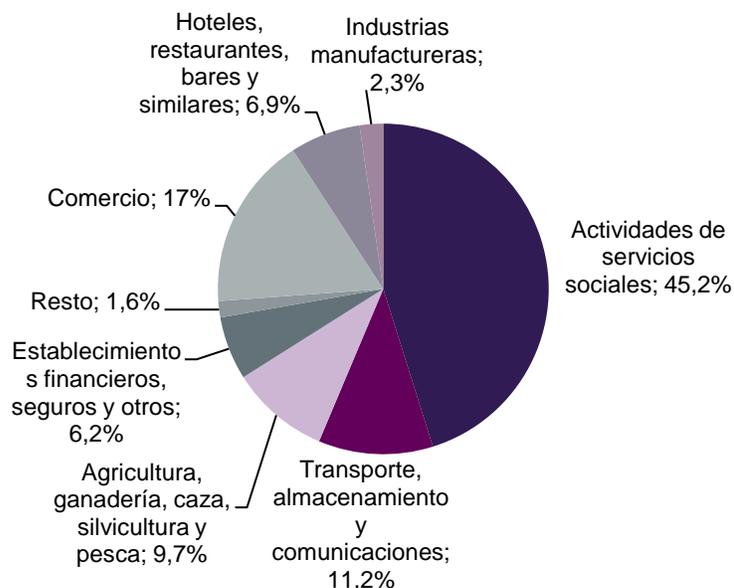
Participación del PIB Amazonas en PIB Colombia 2000 – 2010 (%):



Fuente: MCIT Perfil Económico Departamental 2010

El sector con mayores aportes en el producto departamental es el de actividades de servicios sociales que en 2010 contribuyó con el 42,5%. En segundo lugar se ubicó el comercio con el 17% del producto total, seguido por los servicios de transporte, almacenamiento y comunicaciones con el 11,2%.

Departamento del Amazonas, PIB por sectores



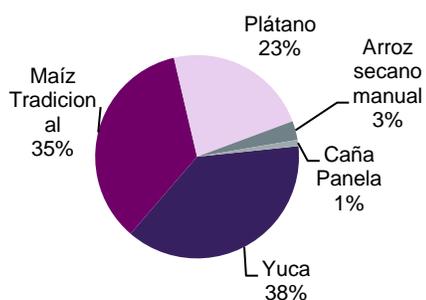
Fuente: MCIT Perfil Económico Departamental 2010

El sector de agricultura, caza, silvicultura y productos de la pesca se ubicó en el cuarto lugar de importancia dentro del total departamental. Cabe mencionar que tanto la pesca como la explotación y exportación de recursos forestales son renglones importantes para la comercialización al interior del Departamento y hacia otras regiones del país.

Del gráfico anterior, se observa cómo los hoteles y restaurantes del departamento contribuyen sólo en 6,9% del PIB.

En lo que al sector agrícola se refiere, la producción de Yuca representa más del 37,6% de la producción agrícola departamental y contribuye al 0,06% de la producción de Yuca a nivel nacional. También destacada es la producción de maíz tradicional que supone más del 35,5% de la producción agrícola del Amazonas.

Producción Agrícola 2010 para el consumo local



Producto	Producción en toneladas	Producción nacional
Yuca	1.080	1.800.290
Maíz Tradicional	1.019	552.465
Plátano	670	2.846.308
Arroz seco manual	74	104.838
Caña Panela	25	1.225.596
Total Producción	2.868	6.529.496

Fuente: MCIT Perfil Económico Departamental 2010

4.3 Situación medioambiental²⁵

El Amazonas se encuentra dentro de la zona de convergencia intertropical alcanzando valores de precipitación de 2500 mm con régimen mono modal que muestra de diciembre a mayo como mayor precipitación, y de junio a septiembre como los meses más secos. La temperatura media anual oscila entre 23° y 33° C, la humedad relativa del aire es alta (90%) y la presión barométrica baja, lo que favorece las lluvias durante todo el año.

La fauna de la amazonia colombiana representa entre el 30 y 40 % de los mamíferos, el 55% de las aves, 37 % reptiles, 40% anfibios y 70% de peces continental; en total 2265 especies de vertebrados en la Amazonia.

Entre la problemática ambiental asociada a las actividades productivas se destacan la contaminación de cuerpos de agua tributarios de la quebrada Yahuaraca que abastece el acueducto de Leticia, por el desarrollo de la actividad ganadera de búfalos de fuerte permanencia en el agua, generando incremento notable de los sedimentos fecales.

Las aguas superficiales, especialmente de las cabeceras de Leticia, Puerto Nariño, La Pedrera, Tarapacá, también se ven afectadas por el vertimiento directo o a través de los sistemas de alcantarillado de las aguas servidas.

De igual manera, en la ciudad de Leticia se están contaminando las aguas subterráneas debido a que varios sectores de la ciudad no cuentan con el servicio de alcantarillado, lo que facilita que los líquidos de los campos de infiltración de los pozos sépticos alcancen estas aguas, las cuales son utilizadas en diferentes actividades domesticas inclusive la cocción y preparación de alimentos.

Adicionalmente está la disposición de residuos sólidos y de basura a campo abierto y a cuerpos de agua, lo que además de producir contaminación química y bacteriológica genera impactos paisajísticos negativos. Esta situación se genera por la escasez de sitios de disposición final técnicamente contruidos y adecuadamente manejados. Hasta el momento, sólo Puerto Nariño cuenta con un relleno sanitario manual, pero con el inconveniente de estar ubicado cerca al casco urbano, mientras que Leticia dispone sus basuras en un botadero a cielo abierto, aunque se adelantan estudios para la construcción de un relleno sanitario.

Otro problema ambiental generado por las actividades humanas y productivas está relacionado con la tala de bosque para establecimiento de cultivos de pancoger, como se presenta en el sector del río Calderón al interior de la reserva forestal de la Amazonia sin los permisos correspondientes, situación que ha generado el choque con la visión conservacionista de las comunidades indígenas.

También se presenta disminución de ciertas especies de interés comercial o social, como el cedro (*C. odorata*), el cual se viene extrayendo desde hace muchos años, lo que ha ocasionado que sus poblaciones se hayan disminuido notoriamente; otras especies que se han visto afectadas son la

²⁵Tomado de:

Entrevistas y visitas de campo;

Amazonas, Colombia, Guía Turística, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo;

Construyendo Agenda 21 para el Departamento Amazonas;

Plan Departamental de Desarrollo 2010/2011 "Un Amazonas Con Oportunidades para Todos".

yanchama (*Ficus máxima*), con la que se producen artesanías, y la hoja de caraná (*Mauritia caraná*), la cual es utilizada para la construcción de casas y malocas.

La actividad pesquera también ha generado la disminución de las poblaciones debido al uso inadecuado de artes de pesca al capturar ejemplares por debajo de las tallas mínimas establecidas en épocas de veda, como sucede con el Pirarucú (*Arapaima gigas*), lo que perjudica la continuidad de las especies. A esto se suma la pesca en varios sitios sagrados de las comunidades indígenas sobre el río Putumayo y en la parte baja del río Caquetá.

Otro problema asociado a la fauna es la recolección de huevos de tortuga charapa en diferentes sectores del Departamento.

De igual manera, un problema ambiental es la ubicación de personas y de infraestructura en zonas que son afectadas por inundaciones de los diferentes cuerpos de agua.

4.4 DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
Situación social	
Capacitación de poco contenido tecnológico	Aprovechar el talento humano producto de la educación no formal para el desarrollo turístico
Débil sentido de pertenencia regional	Presencia de entidades de ciencia y tecnología, universidades y formación tecnológica
Injerencia indígena en la toma de decisiones públicas restringidas	Población joven en edad productiva para el desarrollo del turismo del departamento
Aislamiento y pobreza	Capacitación y acompañamiento a las comunidades especiales para la concepción, montaje y gestión de sus propios productos turísticos
Situación económica	
Entorno general de poca integración económica	Negocios y actividades bajo la forma de cadenas productivas transnacionales para el desarrollo del turismo con “certificación” de origen
Heterogeneidad y realidades muy diferentes de producción, mercados y servicios de infraestructura, dentro de la misma área amazónica	Posibilidad de convertir a Leticia en un importante centro logístico ante la probable implementación de la hidro-vía del río Amazonas uniendo el Atlántico al Pacífico
Situación ambiental	
Explotación forestal, pesquera y minera desordenada	Desarrollo de conciencia ambiental
Gran influencia de los grupos de interés con ausencia de una visión compartida e integrada hacia un desarrollo sostenible	Posicionamiento mundial por Amazonas

FORTALEZAS	AMENAZAS
Situación social	
Capital humano científico y académico e infraestructura para la investigación de la amazonia	Baja calidad de la educación.
	Descomposición social
	Desempleo y sub-empleo.
Situación económica	
Experiencia en comercio exterior y logística de transporte	Ausencia de alternativas económicas viables
Acuerdos económicos multilaterales y binacionales	
Productos certificados de la selva-maderables y no maderables, diversidad íctica	
Situación ambiental	
Valoración política de lo ambiental	Explotación indiscriminada de los recursos naturales que generan cambio climático
La Amazonía contiene un tercio de la biodiversidad, un quinto del agua dulce, y 2/5 de las selvas tropicales remanentes del planeta	

4.5 Consideraciones para el desarrollo turístico

Del análisis de la información secundaria, así como de las impresiones obtenidas durante la investigación de campo, se identifican los siguientes temas a considerar para el desarrollo a corto plazo del turismo del Departamento:

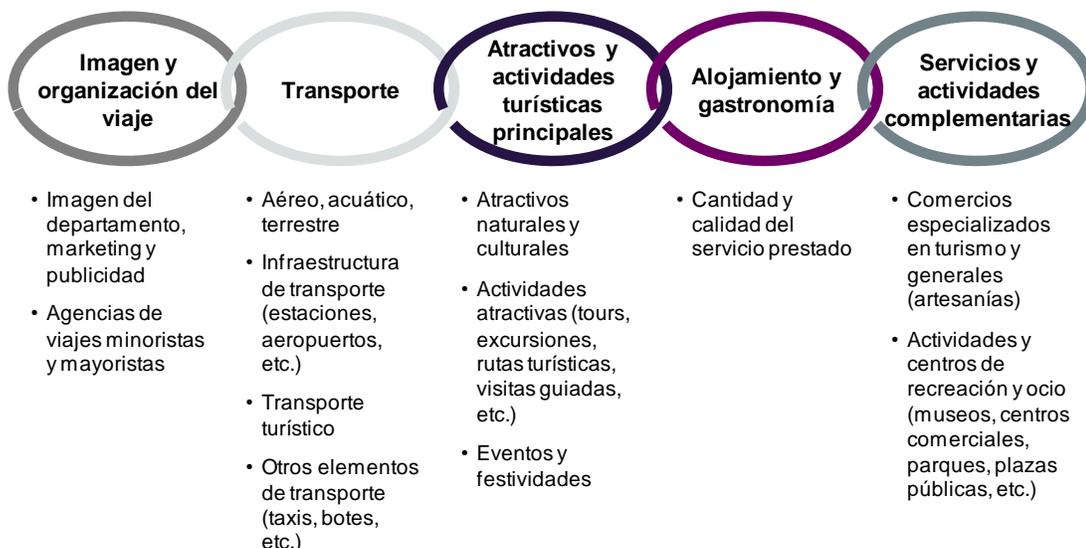
- Programa de capacitación a las agencias de turismo nacionales sobre las bondades del destino Amazonas
- Aumento de la cobertura de salud de las comunidades
- Campaña de prevención en salud
- Plan contra la corrupción
- Plan de sensibilización a estudiantes sobre el respeto, cuidado y aseo de los atractivos turísticos
- Programa de concientización del manejo ambiental y respeto por la institucionalidad
- Programa para la educación vinculada al contexto amazónico
- Programa para la implementación de cátedras de formación ciudadana en cultura turística
- Programa de brigadas de salud contra enfermedades infecto-contagiosas
- Proyecto de equipamiento y tecnología para los servicios de salud
- Proyecto para el aumento de especialistas en el área de salud
- Proyecto para mejorar la calidad de vida
- Proyecto Tri-Nacional de Ley Zanahoria (Ley de fronteras)
- Plan Estratégico de Desarrollo Sostenible (decenal o quinquenal), que caracterice el área, identifique potencialidades, ponga metas, se integre con los vecinales y coordine la acción del Estado en su conjunto

5 Estructura empresarial

Para la realización del análisis de la estructura empresarial se ha analizado los diferentes eslabones que componen la Cadena de Valor del Turismo. Con esta metodología y de manera dinámica se han identificado las fortalezas, desafíos, debilidades y oportunidades que existen actualmente en cada uno de los eslabones con una visión integral. De acuerdo a la revisión de fuentes secundarias y a la investigación de campo realizada se han analizado los cinco eslabones que componen la Cadena de Valor Turística del Departamento.

Cadena de Valor del Turismo de Amazonas

Cadena de Valor del Turismo del Departamento



Fuente: adaptado de la OMT por T&L

5.1 Imagen y organización del viaje

5.1.1 Imagen

La imagen turística del Departamento del Amazonas se ha posicionado tanto en los mercados de turistas nacionales como internacionales, como destino para el ecoturismo, para el turismo de aventura y para el turismo cultural, todo ello alrededor de las bondades del río Amazonas.

5.1.2 Organización del viaje

Treinta y una (31) de las agencias de viaje del Amazonas son “agencias de viaje y turismo” y se dedican profesionalmente a vender planes turísticos. Estas empresas ofrecen planes de turismo, aéreos y terrestres, individuales y grupales a todas las regiones del país así como diversos programas internacionales. Treinta y cinco (35) están registradas como “agencia de viajes operadora”. Adicionalmente existen cuarenta y cuatro (44) Guías Turísticos inscriptos en el registro nacional y una (1) Agencia de Viaje mayorista llamada Amazonate.com en Leticia.

5.2 Transporte

El aeropuerto de Leticia representa la única alternativa de conexión por vía aérea con Bogotá y el resto del mundo utilizando Bogotá como escala. El transporte de turistas al departamento se realiza principalmente por vía aérea gracias a los servicios de las empresas LAN y COPA, que ofrecen, la primera 7 vuelos semanales para un máximo de 1323 cupos por semana, y la segunda 6 vuelos semanales para un máximo de 636 cupos por semana.

Por vía fluvial se llega fácilmente a poblaciones y lugares turísticos de la región, así como a ciudades como Iquitos (Perú) y Manaus (Brasil). La única carretera existente en Leticia conecta con la vecina brasileña Tabatinga, desde donde es posible llegar vía aérea a destinos de Brasil.

En la capital amazónica, las vías llegan a todos sus barrios y el transporte lo prestan empresas de microbuses o colectivos, taxis, moto taxis y motocarros. El transporte por los ríos es común para llegar a Puerto Nariño, el otro municipio amazónico, y comunidades indígenas. En las partes más alejadas de Leticia el transporte es básicamente fluvial, y para el caso de los corregimientos departamentales, es básicamente de carga y tarda varios días

5.3 Atractivos y actividades

Tal y como se ha analizado en el capítulo 3 sobre la “Oferta Turística”, el departamento cuenta con abundantes recursos turísticos para su potencial desarrollo tanto a nivel nacional como internacional. Se verifica un fuerte predominio de recursos turísticos bajo la categoría de sitios naturales. Siguen en importancia aquellos incluidos en la categoría de bienes culturales inmuebles. La categoría festividades y eventos tiene un mayor número de representaciones folklóricas en el Municipio de Puerto Nariño.

5.4 Alojamiento y gastronomía

Se encuentra infraestructura hotelera en el centro urbano de los municipios Leticia y Puerto Nariño; también, áreas de hospedaje en los refugios naturales, y centros para visitantes, cercanos a los atractivos turísticos locales.

La oferta gastronómica del departamento incluye desde almuerzos corrientes hasta preparaciones típicas y ancestrales de la región amazónica. Restaurantes ubicados en zonas céntricas de los municipios y comedores instalados en los resguardos naturales se cuentan entre los escenarios principales de la infraestructura culinaria departamental.

5.5 Servicios y actividades complementarias

Las plazas públicas, museos, demás bienes culturales inmuebles ubicados en la cabeceras de los Municipios Leticia y Puerto Nariño son un buen complemento a la experiencia turística de los visitantes al Amazonas.

El legado artesanal de las etnias amazónicas, que mantiene los usos y elementos que fueron utilizados por generaciones ancestrales, y que se destacan por una tradición que recrea los símbolos sociales y religiosos de su territorio, está presente en tiendas comerciales a lo largo de las arterias viales principales de Leticia y Puerto Nariño, y también representan hoy día un excelente complemento a dichas experiencias.

5.6 DOFA

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal de los prestadores de servicios turísticos no registrados • Costos elevados de abastecimiento de materia prima, de mercadeo y logística de productos finales • Precios elevados de los servicios para el turista y de transporte aéreo • Inexistencia de mecanismos de control de calidad de los servicios turísticos, y parque automotor de transporte turístico obsoleto con grandes costos de reemplazo • Presencia histórica de subsidios e incentivos afectan la propensión a emprender 	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas para el turismo • Creciente interés por los operadores turísticos nacionales e internacionales por el destino • Creación de nuevos negocios en torno a la innovación turística (gastronómica, hotelera, excursiones, etc.)
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Estructura empresarial de tamaño adecuado para el desarrollo del turismo • Conocimiento especializado de los operadores receptivos actuales 	<ul style="list-style-type: none"> • Política de reducción de precio vs calidad • Degradación ambiental progresiva por la explotación comercial competitiva • Mala imagen del país a nivel internacional

5.7 Consideraciones para el desarrollo turístico

De los talleres realizados con los prestadores de servicio, así como de las entrevistas semi-estructuradas a los principales representantes de los distintos eslabones de la Cadena de Valor del Turismo, se identificaron, socializaron y priorizaron los siguientes programas ejecutables a corto plazo para el desarrollo turístico y mejora de la calidad de la estructura empresarial actual de productos y servicios turísticos en el Departamento:

- Programa de estandarización de tarifas entre los prestadores de servicios turísticos
- Programa de regularización de los costes de carga aérea
- Programa de tarifas diferenciales de transporte entre nativos y turistas
- Proyecto de apertura de cielos para la participación de nuevas empresas para más vuelos comerciales
- Proyecto de subsidios a los costos de combustible
- Proyecto para la mejora del servicio bancario en las cabeceras del departamento

6 Posicionamiento en el mercado

6.1 Evolución de la demanda

A continuación se presenta un análisis sobre la evolución de la demanda en el departamento. Es necesario aclarar que debido a inconsistencia en las fuentes estadísticas, se presentan los estudios de los últimos años, que corresponden a la evolución de la demanda entre los años 2001 y 2008.

El aumento de número de visitantes en los últimos años en el Amazonas ha sido significativo. En el 2002 se registró un total de 6.514 visitantes hospedados en hoteles y residencias, cifra que fue superada respecto a los años 2003 y 2004 con un total de 13.968 y 19.242 visitantes.

Evolución de llegada de turistas nacionales e internacionales al departamento

Año	Nacionales	Extranjeros	Total
2001	8.334	5.908	14.242
2002	4.312	2.202	6.514
2003	9.683	4.285	13.968
2004	13.654	5.588	19.242
2005	17.765	6.586	24.351
2006	20.471	6.661	27.132
2007	18.724	6.422	25.146
2008	19.659	6.417	26.076

Fuente: Plan de Desarrollo Departamental 2008-2011

Según los datos proporcionados en la tabla anterior, sobresale el incremento del turismo nacional por encima del turismo extranjero. Los turistas extranjeros en el año 2001, 2002 y 2003 llegaban principalmente de Brasil y Perú. A partir del 2006 los turistas extranjeros que visitan el departamento son 50% brasileños y peruanos y el otro 50% provienen de otros países europeos o americanos.

6.2 Percepción del destino por parte del mercado

El presente análisis se basa en estudios realizados por el equipo consultor y el Plan de Desarrollo Departamental 2008-2011.

6.2.1 Encuesta a turoperadores nacionales e internacionales

La investigación realizada por el equipo consultor se realizó a través de la distribución de encuestas a agencias de viajes y tour operadores, se llegó a las conclusiones que se presentan a continuación.

En su mayoría concluyeron que la demanda turística nacional ha aumentado; que los principales mercados que compiten con Colombia como destino turístico son, según su nivel de amenaza: Perú, seguido de Argentina, Brasil, Ecuador, México y Panamá que clasificaron en la misma posición y Costa Rica.

La mayoría de agencias de viaje no ofrece el producto Amazonas debido a las problemáticas que visualizan en el departamento. La falta de accesibilidad, deficiente infraestructura, la falta de promoción y la inseguridad se encuentran en el mismo nivel de deficiencia; y la problemática menor que se visualiza es la identificación de producto.

Pese que el Amazonas no hace parte del portafolio de la mayoría de las agencias de viaje, éstas contemplan que los principales atractivos del departamento tienen alcance internacional: el Río Amazonas, los Kilómetros, Leticia, Puerto Nariño y el PNN Amacayacu.

Entre los productos ofrecidos (el turismo comunitario, de naturaleza y avistamiento de aves), los encuestados visualizan que todos tienen alcance internacional.

6.2.2 Revisión de la encuesta del PDD 2008-2011

Adicionalmente a estas encuestas se tomaron los datos del Plan de Desarrollo Departamental, y se llevaron a cabo 61 entrevistas a personas residentes en los Municipios de Leticia (69%) y Puerto Nariño (25%).

Los entrevistados reconocen que sus municipios pueden llegar a convertirse en destinos turísticos (así respondieron el 50% de los encuestados), ya que cuentan con unos recursos naturales y atractivos²⁶.

Posibilidades de desarrollo de productos turísticos

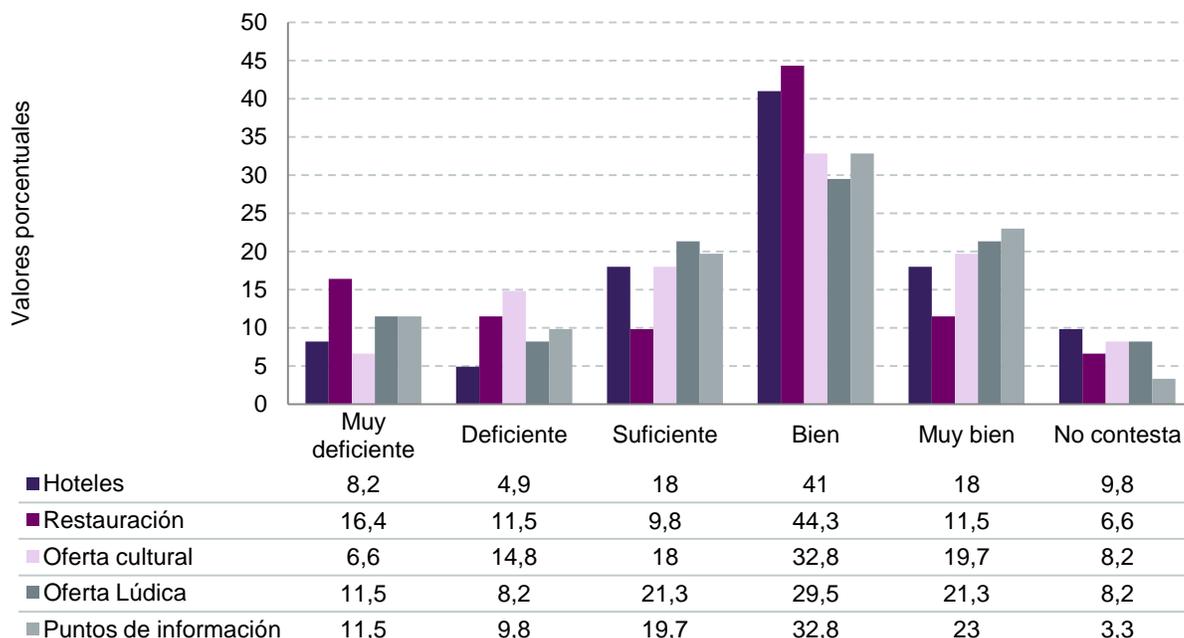
	Muchas posibilidades	Alguna posibilidad	Ninguna posibilidad	No contesta
Ecoturismo	83,60%	13,00%	0,00%	3,30%
Turismo de aventura	70,50%	23,00%	1,60%	4,90%
Turismo cultural	65,60%	27,90%	3,30%	3,30%
Turismo de negocios	41,00%	34,40%	19,70%	4,90%
Turismo gastronómico	52,50%	39,30%	4,90%	3,30%

Fuente: Plan de Desarrollo Departamental 2008-2011

Otras entrevistas se realizaron para valorar la calidad de los servicios e infraestructura turísticos y según los resultados arrojados es posible observar el déficit que presenta el departamento:

²⁶ *Ibíd.*, P.82, 83.-Citado el 2 de Marzo 2012-.

Valoración porcentual de los servicios turísticos



Fuente: Plan de Desarrollo Departamental 2008-2011

6.3 Canales de comunicación

6.3.1 Revisión de catálogos

El equipo consultor, realizó un estudio de catálogos y guías turísticas nacionales e internacionales donde se pudiera hacer un análisis sobre la oferta del departamento en los diferentes canales. No obstante es importante resaltar que durante la revisión de catálogos el destino Colombia apareció muy rara vez.

El Departamento del Amazonas, es el destino más promocionado entre los demás territorios que pertenecen a la Región Amazónica. También es uno de los que cuenta con mayor cantidad de páginas dedicadas a su promoción a nivel nacional.

Matriz de presencia de Amazonas en la oferta de catálogos de turismo

Amazonas											
Principales catálogos internacionales											
País	Fuente	Material	Catálogo		Tipo de turismo			Destino dentro del departamento	Otros destinos de Colombia	Otros destinos internacionales	Aparece Si/No
			Nacional	Internacional	Naturaleza	Cultural	Otro/ cual				
Mundial	Guía Michelin	Revista Turística								Argentina, México, Cuba y U.S.A	No
Mundial	Lonley planet	Guía	X		X	X	Urbano	PNN Amacayucu, Puerto Nariño, Lago Tarapoto, Río Yavari, Leticia	Cartagena	México, Guatemala, Brasil, Argentina, Guyana, Chile, Bolivia	Si
Mundial	Foot print travel guide – South America	Guía							Zona cafetera, Ciudad perdida y Cartagena		No

Amazonas												
Principales catálogos internacionales												
País	Fuente	Material	Catálogo		Tipo de turismo			Destino dentro del departamento	Otros destinos de Colombia	Otros destinos internacionales	Aparece Si/No	
			Nacional	Internacional	Naturaleza	Cultural	Otro/ cual					
Otros catálogos internacionales												
Europa												
España	Pullmantur – Cruceros 2012	Catálogo		X	X			Sol y Playa y descanso	Cartagena	Antillas y Caribe del Sur, Jamaica, George Town, Mérida, Mediterráneo, Barcelona, Túnez, Florencia, Pisa, Mónaco Montecarlo, Valencia, Atenas	No	
España	Nobel Tour	Catálogo		X				Sol y Playa	Cartagena, San Andrés, Isla Palma y Barú	América en general, Europa, Asia y África	No	
Italia	Valtur-Messico e Sudamericana	Catálogo		X				Sol y Playa	Cartagena		No	
América Latina												
El Salvador	Salva Tour	Guía	X	X	X	X		Sol y Playa	Puerto Nariño, Macedonia, Comunidad Yagua y salida Fluvial a Benjamín	Nevado del Ruiz, Cartagena, San Andrés, Boyacá, Santander, Capurganá, Guajira, Eje cafetero, Popayán, Choco y Llanos	Nueva York, Centro América, Europa, Miami-Orlando	Si
Catálogos nacionales												
Colombia												
	Proexport-Fondo de promoción turística Ministerio de Comercio Industria y Turismo	Destinos maravillosos guía para recorrer Colombia	X		X	X			Leticia, Selva adentro, Puerto Nariño, PNN Amacayacu, Isla de los Micos, Lago Tarapoto y Yahuaracaca, La Chorrera, Río Calderón, La Pradera Comunidad Huitoto y Tikuna Benjamín Constant, Zacambu	Triángulo del Café, Bogotá, Cartagena, Medellín y Sta. Marta		Si
	Ministerio de Comercio y Turismo	Guía de Turismo de Naturaleza	X		X	X		Ornitológico	Río Amazonas, PNN Amacayu, Museo etnográfico del Indio Amazónico, Parque Santander y Orellana, Palafitos, Lago Tarapoto, La Pedrera, La Chorrera, Isla de Los Micos, Puerto Nariño	Colombia General		Si
	Aviatur Travel	Catálogo	X	X	X	X				Andina, Caribe, Eje cafetero, Orinoquia y Pacífico	Europa, Asia, África, Oceanía, América en general	Si
Regional	Ministerio de comercio Industria y Turismo	Guía Turística del Amazonas	X		X	X			Isla de Los Micos, Kilómetros, victoria Regia, Puerto Nariño, PNN Amacayucu, Museo Indio Amazónico			Si

Amazonas											
Principales catálogos internacionales											
País	Fuente	Material	Catálogo		Tipo de turismo			Destino dentro del departamento	Otros destinos de Colombia	Otros destinos internacionales	Aparece Si/No
			Nacional	Internacional	Naturaleza	Cultural	Otro/ cual				
Total catálogos revisados											25
Total catálogos que incluyen a Colombia											10
Total de catálogos en los que se encuentra el departamento											6

6.4 Tendencias y motivaciones

El crecimiento del turismo de naturaleza en los últimos años ha ido construyendo un tipo de demanda muy específica, comprometida con el medioambiente y a la vez exigente en lo que a sus actividades y experiencias naturales se refiere.

En paralelo, la Amazonia también se ha ido posicionando como un destino turístico. La Amazonia se ofrece como destino turístico dentro de un circuito país para cada uno de los países amazónicos. Este es el caso de Brasil, Ecuador, Venezuela, Perú y Bolivia.

También van cambiando las necesidades de los turistas en cuanto a sus expectativas de viaje. El confort y los modelos tradicionales de turismo van dejando lugar a un turismo más experiencial en el que prima la autenticidad y los elementos innovadores.

6.5 DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
Debilidad en la divulgación y difusión de los destinos del departamento	Atracción a la opinión pública mundial, por su aporte al equilibrio climático ambiental
Fondo de promoción turística para el departamento, ineficiente	Optimizar la divulgación y promoción turística del departamento a través de la ciencia
FORTALEZAS	AMENAZAS
Conocido destino científico nacional e internacional	Caída de imagen de las tres fronteras (vicios sociales, tráfico, etc.)

6.6 Consideraciones para el desarrollo turístico

- Programa de promoción del destino en ferias nacionales e internacionales (Ejemplo: ANATO Y FITUR)
- Programa para el desarrollo a nivel nacional e internacional de Viajes de Familiarización
- Programa para el desarrollo de plan de medios nacionales e internacionales
- Programa para el fortalecimiento del destino Amazonas en los medios de comunicación
- Proyecto de optimización del posicionamiento en la WEB
- Proyecto para la elaboración de material impreso y audiovisual promocional del departamento

7 Superestructura y factores de producción y tecnológicos

A continuación se hace un resumen de las fuentes de financiación a las cuales puede recurrir el departamento cuando presente proyectos nacionales e internacionales. No obstante se asignará a cada proyecto propuesto por el equipo consultor una posible fuente de financiación.

Entidad	Términos de financiamiento			Líneas de apoyo		Observaciones
	Donación	Crédito	Capital Social	Asistencia Técnica	Capital	
Fondo para la acción ambiental y la niñez – FPAA		X	X		X	Apoya ONGs u organización comunitaria
Fondo Biocomercio	X		X	X	X	Mejoramiento cobertura de servicios

Entidad	Términos de financiamiento			Líneas de apoyo		Observaciones
	Donación	Crédito	Capital Social	Asistencia Técnica	Capital	
Corporación Ecofondo	X		X		X	Apoya gestión ambiental de proyectos de ONGs
Línea de crédito ambiental - CNPMLTA		X	X	X	X	A través del CNPMLTA
3. Organismos de cooperación internacional						
Organismos de cooperación internacional	X		X	X	X	Proyectos viables, sostenibles y beneficios locales

4. Programas de asistencia financiera del gobierno colombiano						
Acción social	X		X	X		Transferencia de conocimiento y tecnologías internacionales
Finagro		X			X	Intermediación con bancos
Fondo promoción turística		X	X	X	X	Inscrito al registro nacional de turismo
Programa posadas turísticas	X		X	X	X	Alojamiento comunitaria
Proyecto emprendedores Colombia	X		X	X		MCIT – estructurar planes de negocios

Entidad	Términos de financiamiento			Líneas de apoyo		Observaciones
	Donación	Crédito	Capital Social	Asistencia Técnica	Capital	
Fomipyme		X		X	X	MCIT
Fondo emprender del	X (capital semilla)	X			X	Proyectos nuevos elegibles
Proyecto apoyo alianzas productivas – Madr	X	X	X	X	X	Alianzas de proyectos por dos instituciones
Fondo nacional de garantías		X		X Intermediarios de crédito		Respalda créditos
Colciencias		X	X	X	X	Por convocatorias

5. Otras organizaciones e instituciones						
Patrimonio natural	X		X	X	X	SINAP y sus zonas de influencia
Cámaras de comercio				X		Formación y apoyo empresarial, mejoramiento productivo y competitivo
Corporaciones autónomas regionales y de desarrollo sostenible	X	X	X	X	X	A través de sus programas de mercados verdes

Líneas de financiación atendidas por las fuentes de ecoturismo

Entidad / tema que financian	Estudios previos	Infra-estructura y equipo	Capacitación	Promoción	Apoyo técnico	Apoyo con capital	Otras líneas
1. Entidades vigiladas por la superintendencia financiera							
Entidades bancarias						X	
Bancoldex						X	
Findeter					X	X	X
Fondo nacional de garantías						X	
Banco WWB			X			X	X

2. Entidades no vigiladas por la superintendencia financiera							
Fundación mundial de la mujer		X	X			X	
Fundación producir		X				X	X
Actuar Famiempresas	X	X	X	X	X	X	X
Emprender		X				X	
Programa Proinvest de convertir				X	X	X	X
Fundación Corona					X		X

Entidad / tema que financian	Estudios previos	Infra-estructura y equipo	Capacitación	Promoción	Apoyo técnico	Apoyo con capital	Otras líneas
FPAA							X
Fondo Biocomercia	X	X	X	X	X	X	X
Corporación Ecofondo						X	X
Línea de crédito ambiental CNPMLTA	X	X	X	X	X	X	X
3. Organismos de cooperación internacional							
Organismos de cooperación internacional	X	X	X	X	X	X	X

4. Programas de asistencia financiera del gobierno colombiano							
Acción social	X	X	X	X	X	X	X
Finagro		X				X	X
Fondo promoción turística				X			
Programa posadas turísticas		X	X	X	X	X	
Proyecto emprendedores			X	X	X		X
Fomipyme		X			X		X

Entidad / tema que financian	Estudios previos	Infra-estructura y equipo	Capacitación	Promoción	Apoyo técnico	Apoyo con capital	Otras líneas
Fondo emprendedor del Sena	X	X				X	X
Proyecto apoyo alianzas productivas AAP - MADR			X	X		X	X

5. Otras organizaciones e instituciones							
Patrimonio Natural		X	X	X	X	X	X
Corporaciones autónomas regionales	X	X	X	X	X		X
Cámaras de comercio	X		X		X		

Tomado de: *Guía de financiación para iniciativas de ecoturismo en Colombia. Implementación de la política nacional de ecoturismo en Colombia. (MCIT y Fundación Natura, Octubre 2011).*

Debido a la escasa información disponible para plantear un análisis exhaustivo de la superestructura y factores de producción y tecnológicos, se presenta a continuación el DOFA que recoge los principales resultados cualitativos identificados durante la visita de campo.

7.1 DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
Falta de transparencia en el manejo de los fondos de desarrollo turístico	Fortalezas del destino únicas para lograr la concientización de autoridades y actores
Deficiencia en los servicios públicos; sanitaria y servicios de emergencias medicas; servicios de aseo público para la atención al turista	Situación de punto internacional de tres fronteras para la optimización de productos y movimientos de visitantes entre países
Infraestructura portuaria poco desarrollada en la capital e inexistente en el interior; aeroportuaria poco adecuadas y restringidas	Estructura financiera para potenciar el emprendimiento
Ineficiencia de gestión y múltiples actores con alcance para el desarrollo turístico	Policía de turismo consolidada y con amplia capacidad operativa para soporte al turismo
Muelle turístico inadecuado en Leticia en diferentes temporadas	Fondos disponibles para el desarrollo provenientes del impuesto al turismo
Problemas con la percepción de las autoridades centrales respecto a las posibilidades de desarrollo y las estrategias a implementar.	
FORTALEZAS	AMENAZAS
Presencia de una policía de turismo	Corrupción en la gestión pública
Presencia del Departamento Administrativo de Fomento Turístico (DAFE)	Falta de continuidad en procesos y proyectos.
	Ingobernabilidad

7.2 Consideraciones para el desarrollo turístico

- Plan de manejo de residuos sólidos
- Plan de potabilización de agua
- Plan maestro para el mantenimiento y desarrollo de acueductos y alcantarillados
- Programa de convenios con los aeropuerto de Tabatinga e Iquitos
- Programa de mejoraras de los servicios e infraestructuras aeroportuarias
- Programa para el manejo de animales callejeros (peros, ratones, gatos)
- Programa para la mejora de las vías de comunicación
- Proyecto de creación de puntos de información turísticos sobre el destino
- Proyecto de mejoramiento de los servicios eléctricos y alumbrados
- Proyecto de normas para evitar monopolio de empresas transportadoras
- Proyecto de recuperación de la malla vial
- Conocimiento de las fuentes de financiación:

8 Definición de problemas de competitividad

El Foro Económico Mundial calcula anualmente el índice de competitividad turística para cada país. El índice resultante se obtiene de la ponderación de una serie de indicadores. Esos indicadores se dividen en cuatro grandes grupos:

1. Marco regulatorio del sector turístico
 - Reglamentación política y regulación (derechos de propiedad, requerimiento de visados, transparencia política, tiempo requerido para abrir un negocio, etc.)
 - Sostenibilidad medioambiental (rigor de la regulación medioambiental, aplicabilidad de las leyes medioambientales, desarrollo turístico sostenible, otras amenazas medioambientales, etc.)
 - Protección y seguridad (nivel de inseguridad, presencia policial, etc.)
 - Salud e higiene (acceso a servicios de salud, acceso a agua potable, camas hospitalarias disponibles)
2. Nivel de infraestructura y entorno de negocio en el sector turístico
 - Infraestructura aérea (calidad de los aeropuertos y de los aviones, capacidad aérea semanal, número de aerolíneas)
 - Infraestructura terrestre (densidad de las carreteras, calidad de las carreteras, red de transporte disponible)
 - Infraestructura fluvial (calidad de los puertos y de los barcos, navegabilidad y capacidad, red de transporte disponible)
 - Infraestructura turística (calidad y cantidad de la oferta de camas turísticas, oferta disponible de otros prestadores de servicios turísticos)
 - Infraestructura tecnológica (conectividad, acceso a internet, usuarios de internet, etc.)
 - Competitividad de los precios en el sector turístico (impuestos en tiquetes, precios de los hoteles, poder de adquisición, niveles impositivos, nivel de precios del combustible, etc.)
3. Recursos humanos, culturales y naturales en el destino turístico,
 - Recursos humanos (nivel educativo, disponibilidad de cursos de capacitación, prácticas de contratación y despidos, esperanza de vida)
 - Predisposición al turismo (actitud de la población frente al turista extranjero, recomendación de periodo de estadía, etc.)
 - Recursos naturales (número de Patrimonios Naturales de la Humanidad, áreas protegidas, calidad del entorno natural, especies de flora y fauna conocidas)
 - Recursos culturales (número de Patrimonios Culturales de la Humanidad, ferias y eventos, tradiciones culturales, monumentos emblemáticos, etc.)
4. Priorización del sector turístico
 - Priorización gubernamental del turismo
 - Presupuesto destinado al desarrollo del sector
 - Efectividad de la políticas de marketing y comercialización
 - Inventario de estadísticas turísticas

Para la definición de problemas de competitividad del departamento se ha seguido esta clasificación. Si bien por el tipo de información disponible se ha seguido una metodología más cualitativa y no se han tratado exhaustivamente todos los campos.

PROBLEMAS DE COMPETITIVIDAD	OPORTUNIDADES
Situación social	
<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de capacitación y poco contenido tecnológico. • Débil sentido de pertenencia regional • Injerencia indígena en la toma de decisiones públicas restringidas. • Aislamiento y pobreza 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el talento humano producto de la educación no formal para el desarrollo turístico • Presencia de entidades de ciencia y tecnología, universidades y formación tecnológica • Población joven en edad productiva para el desarrollo del turismo del departamento • Gran potencial para involucramiento de comunidades en turismo
Situación económica	
<ul style="list-style-type: none"> • Entorno general de poca integración económica • Enorme heterogeneidad y realidades muy diferentes de producción, mercados y servicios de infraestructura, dentro de la misma área amazónica 	<ul style="list-style-type: none"> • Negocios y actividades bajo la forma de cadenas productivas transnacionales para el turismo • Posibilidad de convertir a Leticia en un importante centro logístico ante la probable implementación de la hidro - vía del río Amazonas uniendo el Atlántico al Pacífico
Situación ambiental	
<ul style="list-style-type: none"> • Explotación forestal, pesquera y minera desordenada • Dificultades para establecer en la práctica un paradigma de desarrollo sostenible • Gran influencia de los grupos de interés con ausencia de una visión compartida e integrada hacia un desarrollo sostenible 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación a los prestadores de servicio sobre buenas prácticas ambientales
Estructura empresarial	
<ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal de los prestadores de servicio no registrados, costos elevados de abastecimiento de materia prima y logística de productos finales • Precios elevados de los servicios para el turista • Precios elevados de transporte aéreo • Inexistencia de mecanismos de control de calidad de los servicios turísticos • Parque automotor de transporte turístico obsoleto • Presencia histórica de subsidios e incentivos afectan la propensión a emprender 	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas para el turismo • Establecer sistemas de incentivo a los prestadores de servicio turísticos para la calidad y sustentabilidad • Creación de nuevos negocios en torno a la innovación

PROBLEMAS DE COMPETITIVIDAD	OPORTUNIDADES
Gobernanza e Infraestructura	
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de transparencia en el manejo de fondos de desarrollo turístico • Deficiencia en los servicios públicos para la atención al turista • Infraestructura portuaria poco desarrollada en la capital e inexistente en el interior; aeroportuaria restringida • Gestión ineficiente para el desarrollo turístico • Muelle turístico inadecuado en Leticia • Problemas con la percepción de las autoridades centrales respecto a las posibilidades de desarrollo y las estrategias a implementar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliación y mejora de los servicios aeroportuarios • Aplicar leyes y normas de control de calidad del servicio turístico • Capacitación a entidades públicas sobre el destino • Creación de puntos de desembarque fluvial en sitios turísticos a lo largo del río Amazonas • Crear plan de incentivo para la creación de nuevas empresas turísticas • Desarrollo de tratados y alianzas entre los tres países para el turismo • Fortalecer el alcance de las responsabilidades y las acciones diarias de las policía de turismo • Potenciar la inversión por parte del estado para el mantenimiento, embellecimiento y/ recuperación de las áreas públicas de carácter turístico ubicadas en las cabeceras municipales • Regular y optimizar la inversión de los fondos colectados gracias al impuesto al turismo
Oferta turística	
<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento por parte de los prestadores de servicio de la variedad del inventario turístico del departamento • Falta de cultura ciudadana hacia el turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar oferta turística a polo internacional transfronterizo (tres fronteras) • Articular los sectores de la educación, deporte, cultura para el desarrollo del turismo • Articular productos turísticos en torno a las biodiversidades, atractivos culturales y científicos del destino • Desarrollo de actividades turísticas en torno a la biodiversidad, agro- forestal, recursos hidrobiológicos y acuicultura y agro- industria • Potenciar imagen de destino seguro • Desarrollo de actividades turísticas innovadoras con foco en el mercado de servicios y productos amazónicos sostenibles

PROBLEMAS DE COMPETITIVIDAD	OPORTUNIDADES
Demanda, Mercadeo y Comercialización	
<ul style="list-style-type: none"> • Debilidad en la divulgación y difusión de los destinos del departamento • Fondo de promoción turística para el departamento, ineficiente • Competidores amazónicos más posicionados (Brasil, Perú) • Falta de oferta en Leticia para retención de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar estudios de mercado para guiar las futuras acciones de promoción, mercadeo y venta turísticas • Optimizar los procesos de divulgación y promoción turística del departamento • Posicionamiento en mercado a través de proyecto o producto icónico, aprovechando la marca Amazonas • Creciente interés por los operadores turísticos nacionales e internacionales por el destino • Atracción sistemática del mercado científico • Desarrollo de producto entorno a Leticia para ampliación de oferta en el destino

9 Socialización

9.1 Marco metodológico aplicado para la socialización en los talleres

Para la impartición de los talleres en esta fase de diagnóstico se ha seguido un mismo modelo. En función de las facilidades para convocar a más o menos actores relacionados con la actividad turística del departamento se los reunió en uno o en dos talleres (uno con actores del sector público principalmente, y otro del sector privado). La metodología tipo aplicada en estos talleres se resume en los siguientes puntos:

- Se dividen los asistentes en diferentes grupos y hacen el ejercicio de identificación de problemas/debilidades y de oportunidades para el desarrollo turístico. La identificación de debilidades y oportunidades se hace para todos los eslabones de la cadena de valor
- Los portavoces de los dos grupos presentan las problemáticas y las oportunidades
- Con todas las problemáticas y oportunidades listadas se hace hincapié en el periodo de aplicación del plan (4 años), en aquellas problemáticas que suponen un mayor obstáculo para el desarrollo turístico y en aquellas oportunidades que tendría un impacto más inmediato. Se somete a votación para obtener una priorización de las problemáticas y de las oportunidades. Se acaban definiendo las 5 debilidades y las 5 oportunidades más prioritarias
- De nuevo en grupos se definen los proyectos específicos asociados a las 5 principales problemáticas y a las 5 oportunidades
- Se presentan en conjunto los proyectos definidos por cada uno de los grupos

9.2 Alternativas preliminares de solución a los problemas de competitividad

Una vez ejecutado el marco metodológico durante los talleres con prestadores de servicios, diputados y concejales, se identificaron y priorizaron las siguientes ideas preliminares como solución a los problemas de competitividad a corto plazo:

- Programa de capacitación a las agencias de turismo nacionales sobre las bondades del destino Amazonas
- Aumento de la cobertura de salud de las comunidades
- Campaña de prevención en salud
- Plan contra la corrupción
- Plan de sensibilización a estudiantes sobre el respeto, cuidado y aseo de los atractivos turísticos
- Programa de concientización del manejo ambiental y respeto por la institucionalidad
- Programa para la educación vinculada al contexto amazónico
- Programa para la implementación de cátedras de formación ciudadana en cultura turística
- Programa de brigadas de salud contra enfermedades infecto-contagiosas
- Proyecto de equipamiento y tecnología para los servicios de salud
- Proyecto para el aumento de especialistas en el área de salud
- Proyecto para mejorar la calidad de vida
- Proyecto Tri-Nacional de Ley Zanahoria (Ley de fronteras)
- Plan Estratégico de Desarrollo Sostenible (decenal o quinquenal), que caracterice el área, identifique potencialidades, ponga metas, se integre con los vecinales y coordine la acción del Estado en su conjunto
- Programa de estandarización de tarifas entre los prestadores de servicios turísticos

- Programa de regularización de los costes de carga aérea
- Programa de tarifas diferenciales de transporte entre nativos y turistas
- Proyecto de apertura de cielos para la participación de nuevas empresas para más vuelos comerciales
- Proyecto de subsidios a los costos de combustible
- Proyecto para la mejora del servicio bancario en las cabeceras del departamento
- Plan de manejo de residuos sólidos
- Plan de potabilización de agua
- Plan maestro para el mantenimiento y desarrollo de acueductos y alcantarillados
- Programa de convenios con los aeropuertos de Tabatinga e Iquitos
- Programa de mejoras de los servicios e infraestructuras aeroportuarias
- Programa para el manejo de animales callejeros (perros, ratones, gatos)
- Programa para la mejora de las vías de comunicación
- Proyecto de creación de puntos de información turísticos sobre el destino
- Proyecto de mejoramiento de los servicios eléctricos y alumbrados
- Proyecto de normas para evitar monopolio de empresas transportadoras
- Proyecto de recuperación de la malla vial
- Proyecto de actualización del inventario turístico del departamento
- Proyecto para el desarrollo de concursos locales de cultura y talento (ejemplo: fotografía, literatura)
- Programa de promoción del destino en ferias nacionales e internacionales (Ejemplo: ANATO Y FITUR)
- Programa para el desarrollo a nivel nacional e internacional de Viajes de Familiarización
- Programa para el desarrollo de plan de medios nacionales e internacionales
- Programa para el fortalecimiento del destino Amazonas en los medios de comunicación
- Proyecto de optimización del posicionamiento en la WEB
- Proyecto para la elaboración de material impreso y audiovisual promocional del departamento

10 Introducción al Plan de Desarrollo Turístico de Amazonas

10.1 Presentación del Plan

El objetivo de este documento, Plan de Desarrollo Turístico de Amazonas (en adelante, “PDT”), es presentar la estrategia y proyectos de desarrollo turístico del departamento. Se concretarán programas estratégicos y proyectos.

Este Plan se ha desarrollado a partir de los resultados del Diagnóstico del Sector Turístico del Departamento Amazonas. Entre los principales resultados del Diagnóstico destacan: la situación de supremacía en términos de desarrollo turístico que encabeza el departamento Amazonas en relación con el resto de departamentos de la Orinoquía y Amazonía, así como el potencial de desarrollo que tiene el turismo en el destino.

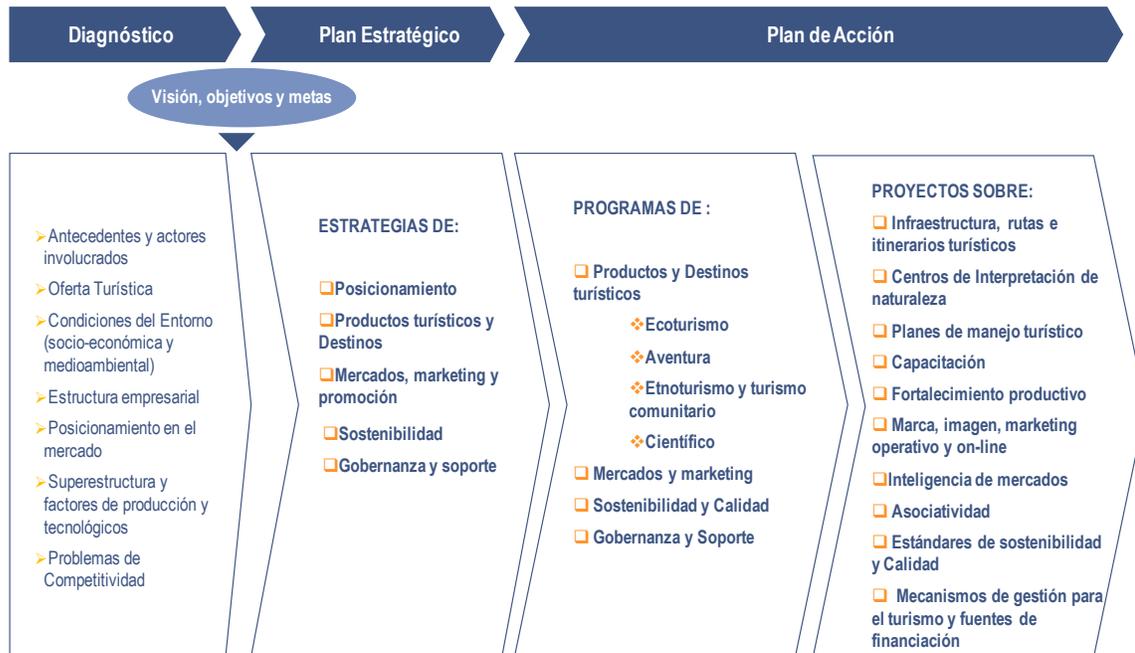
En este sentido, es fundamental para el desarrollo turístico y general, favorecer la creación de productos de tipologías de naturaleza, cultural y de aventura, según se describen en el Plan Sectorial de Turismo de Colombia.

Por otra parte, la Visión Amazonas 2019 otorga al sector turístico un papel preponderante en el desarrollo del departamento, en un marco turístico sostenible, accesible y favorecedor para todos sus habitantes.

Esa visión, junto con la Agenda Interna Amazorinoquía y el Plan Regional de Competitividad del Amazonas 2009, están incluidas dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, el Plan Sectorial de Turismo y el Plan Departamental de Desarrollo 2012-2016.

En cuanto a la estructura del documento, como punto de partida del presente documento, en el primer capítulo se presenta la introducción al PDT. En el segundo capítulo se recogerán los resultados clave del Diagnóstico que son las bases para la elaboración de las estrategias. En el tercer capítulo se definen la Visión, las Metas y los Objetivos del Desarrollo Turístico en el Amazonas para el 2016 dentro de un marco de sustentabilidad, y se analiza cómo el desarrollo turístico puede contribuir al desarrollo global del departamento. El cuarto capítulo define el posicionamiento turístico objetivo para el departamento. En el quinto capítulo se detalla la estrategia de producto y estrategia de destinos; el sexto capítulo define la estrategia de mercados, la de marketing y promoción; en el séptimo capítulo se hace referencia a los pilares de la sostenibilidad (socio – cultural, medio ambiente y la calidad para la rentabilidad). El octavo capítulo hace referencia a la gobernanza con el objetivo de dotar de una estructura institucional a la estrategia del PDT que permita alcanzar los objetivos y metas. El capítulo noveno presenta las acciones derivadas de todas las estrategias previamente definidas, en fichas de proyecto ordenadas según las cuatro líneas estratégicas planteadas. Finalmente, el capítulo décimo trata el presupuesto que será necesario para la implementación de todos los proyectos propuestos en el PDT 2016, aportando además proyecciones en términos de llegadas de visitantes al departamento y montos de ingresos potenciales generados por visitantes en el Amazonas.

10.2 Proceso metodológico seguido



11 Conclusiones clave del Diagnóstico



Las conclusiones del documento Diagnóstico muestran el potencial con el que cuenta el departamento para el desarrollo turístico. Se detectan grandes fortalezas y oportunidades, a la vez que una serie de debilidades a tratar para mejorar la competitividad del destino. Las principales conclusiones del Diagnóstico se detallan a continuación:

Posicionamiento	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Marca Amazonas de proyección internacional ▶ Percepción de destino seguro
Producto turístico y destinos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Posibilidad de diversificación de producto por riqueza de recurso y atractivos (biodiversidad, cultura viva, científicos, comunidades, etc.) ▶ Ubicación privilegiada en tres fronteras ▶ Red fluvial navegable amplia ▶ Desestructuración empresarial y pérdida de competitividad conjunta ▶ Planta turística suficiente, infraestructura deficiente ▶ Productos turísticos claros y de alto potencial: ecoturismo, aventura, cultural, científico
Mercados, marketing y promoción	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Tendencia positiva en crecimiento del mercado turístico nacional principalmente ▶ Percepción de calidad positiva estándar ▶ Buena presencia en canal intermediario en la comercialización turística de Colombia ▶ Promoción a segmentos de interés especial
Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Desconocimiento del potencial de turismo en el sector y en la ciudadanía ▶ Riesgo de deterioro ambiental y cultural ▶ Aislamiento y pobreza, poca pertenencia regional de colonos ▶ Población joven con potencial laboral ▶ Falta de integración y consenso de sostenibilidad entre actividades productivas (forestal, pesquera, turismo)
Calidad	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Niveles de calidad en empresas turísticas con calificación de bueno y muy bueno ▶ Política competitiva de reducción de calidad y precio
Gobernanza y gestión	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Institucionalidad precaria y deficiencias en los servicios públicos ▶ Buena presencia de instituciones científicas ▶ Acuerdos en la triple frontera: multilaterales y binacionales ▶ Potencial de integración por situación transfronteriza

Sobre esta base de diagnóstico, se ha trabajado en la realización del PDT. Al respecto, se definió unas estrategias y proyectos preliminares que fueron validados con los actores locales del departamento de Amazonas en los talleres correspondientes. Sobre los comentarios, ajustes y debates planteados en esa oportunidad, se definió la estructura y contenidos finales del PDT.

12 Visión, objetivos y metas



El capítulo aborda tres componentes:

- Visión del PDT de Amazonas,
- Objetivos estratégicos del PDT
- Metas del PDT

12.1 Visión del PDT del Amazonas

La visión general del PDT del Amazonas establece cuál debería ser la situación del sector turístico en el departamento en el corto - medio plazo (2016), una vez se haya llevado a cabo el PDT. Es decir, la situación final deseada del destino después de la implementación del plan, que debe guiar todas las actividades y estrategias de desarrollo.

Después de los trabajos preliminares y la validación de varias alternativas de visión con los actores locales, la visión turística del Amazonas para el 2016 es:

- ***En 2016 el Departamento Amazonas es un destino turístico internacional para disfrutar del ecoturismo y vivir una experiencia única sobre el Río Amazonas, a través de la selva, el río y la cultura***

Esta visión turística se enmarca en un desarrollo turístico sostenible (equilibrio entre el desarrollo económico, el medioambiente y los aspectos socio-culturales). Sin la interacción y el equilibrio entre estas tres componentes, los beneficios derivados del turismo serán limitados.

Pilares del turismo sostenible



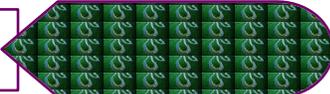
Guías nativos en el Amazonas

Del mismo modo, la visión del PDT supone como premisas de trabajo:

- Favorecer y promover la actividad turística
- Brindar directrices para convertir Amazonas en un destino de turismo sostenible, con oferta diferenciada e innovadora y de referencia dentro de la Amazonía
- Contribuir a la visión de desarrollo turístico del país
- Contribuir al desarrollo global del departamento

12.2 Objetivos PDT del Amazonas

El PDT del Amazonas tiene por objetivo:

- 1 Estructurar un **producto turístico característico** del departamento 
- 2 Consolidar Amazonas como **destino turístico** 
- 3 Posicionar una **imagen turística** del departamento a nivel mundial 
- 4 Incrementar la llegada de **visitantes recreacionales e ingresos directos** 
- 5 Contribuir desde el turismo al **desarrollo socio-ambiental** del departamento 
- 6 **Coordinar e integrar al sector turístico del departamento** 

A partir de los objetivos básicos, a continuación se detallan los objetivos específicos para el desarrollo turístico del departamento:

Detalle de objetivos básicos y específicos del PDT Amazonas

Objetivos básicos	Objetivos específicos
<ul style="list-style-type: none"> • Estructurar productos turísticos característicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar clusters de producto tematizados y de mayor competitividad (dotar de servicios turísticos relacionados, alojamiento, transporte, gastronomía, entre otros) • Dotar al producto turístico (actividades y servicios) de elementos únicos del departamento • Estandarizar y elevar el nivel de calidad en la prestación de

Objetivos básicos	Objetivos específicos
	servicios turísticos
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar Amazonas como destino turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la riqueza de recursos y atractivos de nivel internacional del destino • Favorecer y agilizar los movimientos transfronterizos entre Colombia, Perú y Brasil
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar imagen turística a nivel mundial 	<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar la asociación a la marca mítica Amazonas • Proyectar elementos únicos y diferenciales para la Amazonía colombiana vs. otros destinos amazónicos.
<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar llegada de visitantes recreacionales e ingresos directos 	<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar los esfuerzos de marketing con bajos recursos • Priorizar los mercados en los que deben concentrarse los esfuerzos de marketing y promoción • Establecer qué segmentos son objetivo y potenciales para el departamento del Amazonas • Vincular la imagen turística a los estándares de calidad que faciliten la comercialización del departamento
<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir al desarrollo socio ambiental del departamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar la economía del departamento de un modo sostenible a través de la creación de empleo en el sector • Contribuir a la protección y uso sostenible de los recursos naturales y culturales con el turismo • Aumentar la conciencia socio-ambiental de la población local y los visitantes
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar e integrar al sector turístico del departamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar las iniciativas de asociación entre actores relacionados con el sector turístico • Mejorar la capacidad de gestión pública e institucional del turismo en el departamento Amazonas

Asimismo, el Plan deberá contribuir a reforzar la acción de otras estrategias nacionales y departamentales, sectoriales y generales, de aplicación actual. Bajo estas líneas se presenta el diagrama de cuáles son estos niveles en los que se espera que el Plan pueda tener un efecto.



12.3 Metas del PDT

Con el PDT de Amazonas, con base en los objetivos y potencial identificado en el diagnóstico, se fijan las metas a alcanzar en el 2016. Estas metas se comparan con lo que sería el crecimiento orgánico²⁷ del turismo en Amazonas, para tener la dimensión del beneficio e impacto a corto plazo (4 años) de la implementación del PDT. Las metas son las siguientes:

Variable	Registro Base 2011	Meta 2016
Total de visitantes anuales	58.308	117.823*
Total de visitantes nacionales anuales	55.918	112.050*
Total de visitantes internacionales anuales	2.390	5.773*
Total de ingresos por gasto directo del visitante	29.870.950.000 \$CP**	60.643.579.464 \$CP***
Total acumulado de ingresos por gasto directo del visitante	N/A	253.103.332.572\$CP***

* Las metas ya incorporan una proyección de generación de nuevas visitas a partir de proyectos hoteleros en apertura para el 2012, y sobre estos valores de demanda generada, se han estimado los incrementales ocasionados por el PDT. La TACC promedio hasta el 2016 es de 6,66%

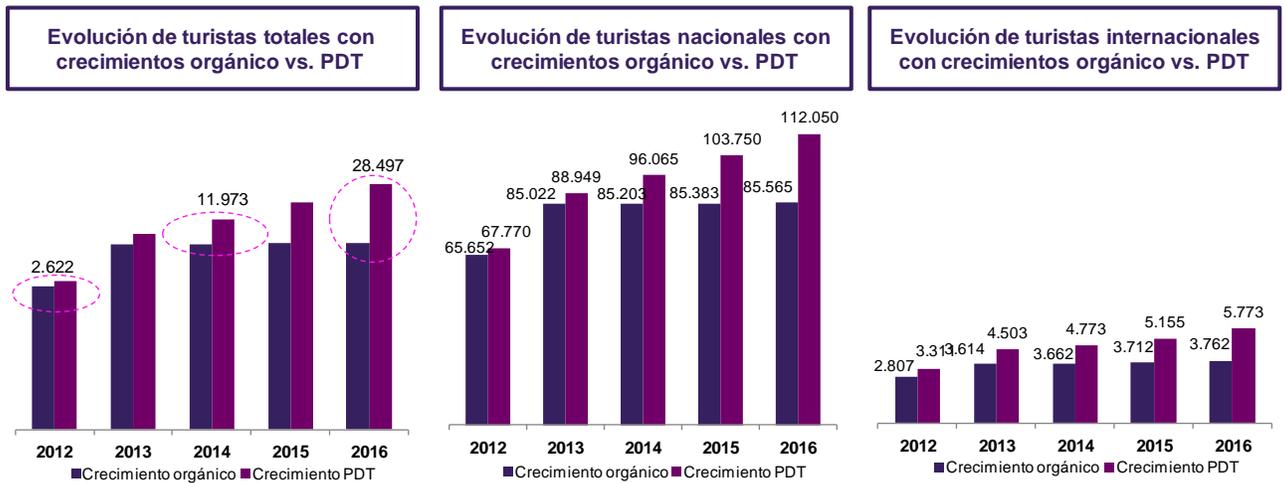
** Estimados según entrevistas con operadores en campo, estructuración de gastos propios en campo, y datos cruzados de fuentes varias en el departamento

*** Las proyecciones de las metas son conservadoras, no tienen en cuenta ajustes de inflación en el tiempo ni una proyección de incrementos del gasto diario de un visitante promedio que se pudieran ocasionar por un aumento de oferta generada con el PDT.

Se presenta las metas intermedias y diferenciales entre los crecimientos orgánicos y los de PDT, para turistas totales, nacionales e internacionales y las llegadas acumuladas previstas en 4 años.

²⁷ Crecimiento Orgánico: se considera la evolución de los indicadores básicos del turismo con que se cuenta información, en el supuesto de no existir un PDT para el desarrollo del departamento. Este crecimiento orgánico se elabora a partir del TACC o tasa acumulada de crecimiento compuesto, es decir, la tasa a la que ha ido creciendo el mercado en los últimos 4 años. En el caso de Amazonas, se ha considerado también como crecimiento orgánico, al incremento de mercado que se generará con dos nuevos proyectos que abren en Leticia y alrededores durante el 2012, y cuyos mayores beneficios para el destino se tendrán en parte para este mismo año, y casi al 100% para el 2013.

Metas del PDT Amazonas



Llegadas de Turistas acumuladas entre 2012 – 2016 con crecimiento orgánico vs. PDT

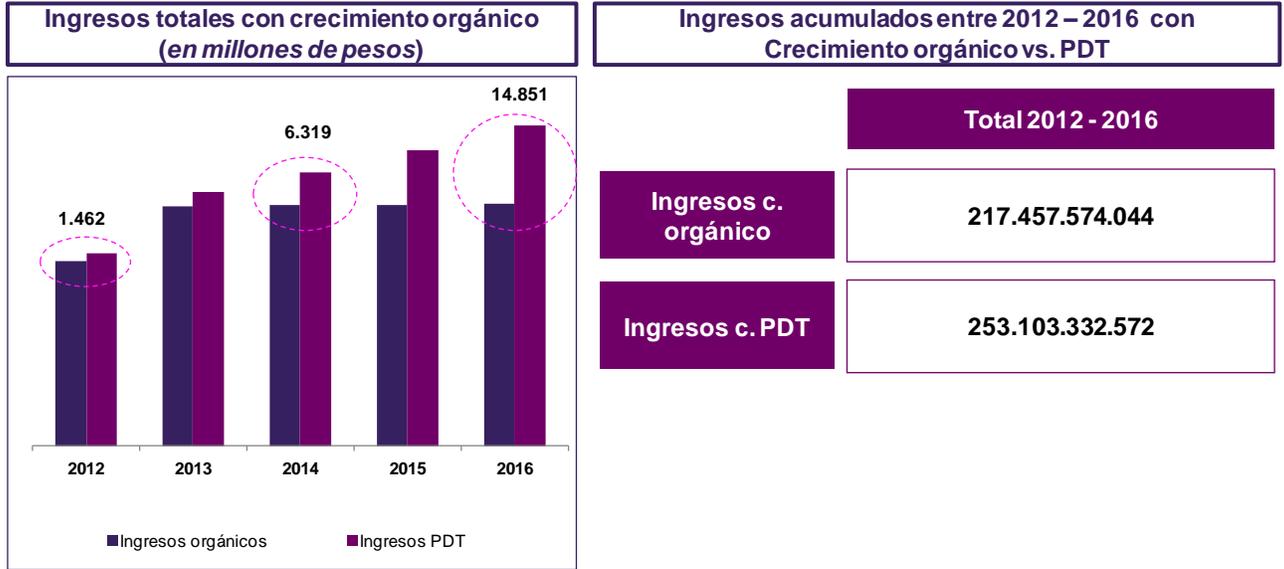
	T. nacionales	T. internacionales	Total
C. Orgánico	406.825	17.557	424.381
C. PDT	468.583	23.515	492.098

El beneficio adicional que se estima puede aportar la implementación e inversión en el PDT de Amazonas, representa 67.717 visitantes más en el conjunto de los cuatro años, que si no se implementara el Plan.

Con base en las estimaciones de gasto directo por la estancia de un turista nacional y otro internacional²⁸, se ha fijado unas metas de obtención de ingresos directos por este concepto de más de 253 mil millones de pesos colombianos. La diferencia entre implementar el PDT y no hacerlo y dejar que el destino continúe su evolución orgánica, se traduce en unos ingresos de más de 35 mil millones de pesos acumulados en los 4 años considerados.

²⁸ Se ha estimado un gasto por estadía de 500.000 \$CP para un turista nacional y de 800.000 \$CP para un turista internacional, con base en los costos de hotel, comida, tours, transporte en destino, y compra de souvenirs y algo en comercios.

Ingresos del PDT Amazonas



Para la definición de metas, se ha trabajado sobre los siguientes supuestos:

- Las metas del PDT para el 2016 han sido elaboradas tomando como base los datos publicados el pasado 27 de marzo del 2012, por la Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en las que se detallaban las llegadas de turistas nacionales en 2011 (62.131) e internacionales (2.390) al departamento del Amazonas, además de distintas fuentes de estudios²⁹ a partir de las cuales se ha trabajado sobre las estrategias de mercados y las proyecciones para los próximos 4 años.
- Para las proyecciones que fijan las metas, se ha realizado hipótesis de base para los cálculos. Estas hipótesis se hacen sobre: el porcentaje que representa el turismo por motivos recreacionales en el Amazonas; la tasa de crecimiento posible y factible para turistas nacionales e internacionales al destino; el gasto directo por estadía de turista nacional e internacional en el destino. Estas hipótesis se han hecho con base en la integración de resultados de las entrevistas a empresarios turísticos y hoteles en campo, a la Policía Turística de Amazonas, a visitantes en Leticia y alrededores, y dentro del marco general del mercado Colombiano a partir de los informes considerados. Las hipótesis son:
 - Hipótesis de llegadas de turistas nacionales por motivos recreacionales: 90% de los viajeros nacionales no residentes en Amazonas y 100% de los extranjeros visitan el destino por motivos recreacionales. La tasa de crecimiento orgánica registrada entre el 2009 y 2011 ha sido pequeña, aunque en conjunto se prevé un crecimiento orgánico favorable en Colombia para los próximos años de un 5,3% interanual (OMT, Tourism Towards 2030 Global Overview). Sobre esta base, se tomó en cuenta la generación de demanda que provocará la ampliación de un hotel de alta categoría en 25 habitaciones, y la construcción de un hotel de categoría estándar de alrededor de 36 habitaciones, para los años 2012 y 2013. A los efectos del establecimiento de

²⁹ Tourism Flow Domestic – Colombia, Euromonitor April 2011, página 4 y 5; Informe de Turismo Diciembre 2011 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia, páginas 15, 32, 35 y 37; Tourism Flow Inbound – Colombia, Euromonitor April 2011, página 4, 5 y 6; Tourism Towards 2030 – Global Overview, Organización Mundial del Turismo, páginas 34, 40 y 42.

metas del PDT, sobre estas demandas generadas por las aperturas hoteleras, se estimaron nuevos visitantes e ingresos derivados de la aplicación del Plan. En este sentido, el promedio de incremento interanual ha estado alrededor del 6,6%.

- Proyecciones de llegadas de turistas nacionales: crecimiento promedio anual de un 6,56%, por encima de las llegadas actuales junto con las generadas por las nuevas aperturas de hoteles.
- Proyecciones de llegadas de turistas internacionales: crecimiento promedio anual de un 6,75%, por encima de las llegadas actuales junto con las generadas por las nuevas aperturas de hoteles.
- Por otra parte, también se fija un ritmo de crecimiento de la demanda nacional e internacional de manera diferenciada, en función de: (i) la inversión realizada en cada ejercicio de aplicación del PDT, (ii) el efecto que la referida inversión genere y (iii) 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 incremento de los índices para los mercados nacionales se produce de forma más acentuada al inicio de la implementación del plan, y luego se normaliza. Mientras que para el mercado internacional, el crecimiento se mantiene estable los primeros dos años y luego presenta unos incrementos más pronunciados a partir del 3º año, por la demora en el efecto promocional en cada mercado.
- Las hipótesis de gastos directo por estadía de visitante, se ha estimado en 500.000 \$CP para un turista nacional y en 800.000 \$CP para un turista internacional, con base en los costos de hotel, comida, tours, transporte en destino, y compra de souvenirs y comercios. Estas estimaciones se obtienen de las entrevistas con operadores locales y Policía Turística, precios de hoteles, tours y gastronomía en destino, y entrevistas con visitantes, además de la experiencia propia del equipo consultor en campo.

Se pretende lograr los objetivos y metas para el turismo de Amazonas a través de las siguientes estrategias y proyectos de acción.

13 Desarrollo del Plan Estratégico Turístico del Amazonas

13.1 Introducción al desarrollo de estrategias

Las estrategias a seguir para el desarrollo turístico de Amazonas se presentan en:

- Estrategia de posicionamiento turístico
- Estrategia de productos y destinos turísticos
- Estrategia de mercados, marketing y promoción turística
- Estrategia de calidad y sostenibilidad turística
- Estrategia de gobernanza y soporte



13.2 Desarrollo de estrategias

Para el desarrollo de las estrategias, se siguió el proceso lógico de planificación a partir de los resultados del diagnóstico. Estos resultados se filtraron para sintetizar los aspectos más representativos y determinantes para el turismo, y se procedió a plantear posibles soluciones estratégicas. Este proceso se llevó a cabo con matrices simples de trabajo, donde se realizó un filtrado de opciones, considerando:

Para las estrategias de Producto:

- Tipo de producto turístico y especificaciones para el destino
- Ubicación de operación del producto
- Situación de los componentes de la cadena de valor (tour operadores receptivos, alojamiento, actividades, gastronomía, transportes, equipamientos e instalaciones, infraestructura,

capacidad de recursos humanos), en cuanto a su suficiencia y adecuación, y potenciales necesidades.

Para las estrategias de gestión y calidad:

- Marco de gestión: legal, soporte institucional, gestión en sí
- Marco de sostenibilidad y calidad: situación socio-ambiental, situación de calidad en la oferta

Para las estrategias de mercados y marketing

- Origen geográfico nacional e internacional
- Segmentos según ciclo de vida y calidad
- Componentes de posicionamiento del destino
- Situación general comercial

El resultado general del proceso lógico de diagnóstico a estrategias, se resume de la siguiente manera:

Proceso de creación de estrategias turísticas para Amazonas

	Diagnóstico Amazonas	Estrategias turísticas para Amazonas
Posicionamiento	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Marca Amazonas de proyección internacional ▶ Percepción de destino seguro 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Posicionamiento de Amazonas como destino de naturaleza y cultura como protagonistas
Producto turístico y destinos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Posibilidad de diversificación de producto por riqueza de recurso y atractivos (biodiversidad, cultura viva, científicos, comunidades, etc.) ▶ Ubicación privilegiada en tres fronteras ▶ Red fluvial navegable amplia ▶ Desestructuración empresarial y pérdida de competitividad conjunta ▶ Planta turística suficiente, infraestructura deficiente ▶ Productos turísticos claros y de alto potencial: ecoturismo, aventura, cultural, científico 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Productos clave: Ecoturismo en Río Amazonas, PNN Amacayacu, alrededores de Leticia, Los Kilómetros y Puerto Nariño ▶ Turismo de aventura en Río Amazonas, PNN Cahuinari y Río Puré, alrededores de La Victoria ▶ Turismo cultural con etno-turismo y turismo comunitario en cercanías de Leticia, Puerto Nariño y Los Kilómetros ▶ Turismo científico en Amazonas en general ▶ Fomento a la asociatividad
Mercados, marketing y promoción	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Tendencia positiva en crecimiento del mercado turístico nacional principalmente ▶ Percepción de calidad positiva estándar ▶ Buena presencia en canal intermediario en la comercialización turística de Colombia ▶ Promoción a segmentos de interés especial 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mercados internacionales de larga distancia en segmentos jóvenes a senior según adecuación con producto ▶ Mercados nacionales de principales centros de población en todos los segmentos jóvenes a senior según adecuación con producto ▶ Optimizar la proyección de la Marca Amazonas a nivel mundial ▶ Optimizar vías comerciales intermediarias actuales ▶ Optimizar vías comerciales por nuevas tecnologías

	Diagnóstico Amazonas	Estrategias turísticas para Amazonas
Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Desconocimiento del potencial de turismo en el sector y en la ciudadanía ▶ Riesgo de deterioro ambiental y cultural ▶ Aislamiento y pobreza, poca pertenencia regional de colonos ▶ Población joven con potencial laboral ▶ Falta de integración y consenso de sostenibilidad entre actividades productivas (forestal, minera, pesquera, turismo) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Optimizar planes de manejo de recursos naturales y patrimoniales para el turismo ▶ Fomento de estándares de operación de turismo sostenible
Calidad	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Niveles de calidad en empresas turísticas con calificación de bueno y muy bueno ▶ Política competitiva de reducción de calidad y precio 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Política de calidad turística vs. reducción de precios ▶ Elevar estándares de calidad en turismo
Gobernanza y gestión	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Institucionalidad precaria y deficiencias en los servicios públicos ▶ Buena presencia de instituciones científicas ▶ Acuerdos multilaterales y binacionales ▶ Potencial de integración por situación transfronteriza 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Desarrollo de un ente ejecutivo, coordinador intersectorial e interinstitucional, facilitador y dinamizador del turismo

13.2.1 Política general de desarrollo del PDT Amazonas 2016

Por último, en consideración del horizonte temporal de corto plazo (cuatro años) para la implementación del PDT Amazonas 2016, junto con las condiciones de escasez de recursos materiales y humanos para el desarrollo del destino, todas las estrategias buscan la optimización de los esfuerzos. Es decir, se busca la priorización de opciones que presenten mayor factibilidad en su realización y mayores beneficios estimados como resultado.

Este criterio de trabajo se traduce finalmente en la política de optimización de esfuerzos para el desarrollo turístico del departamento.

Bajo este marco, todas las acciones u opciones que no cumplan con una situación que favorezca la optimización, serán consideradas y mantenidas para un desarrollo posterior. Es decir, se priorizarán aquellas estrategias y proyectos que combinen viabilidad de implementación e importancia para el desarrollo turístico del destino, versus sólo aquellas que presenten éste último factor.

A continuación se presenta con mayor descripción las estrategias para el desarrollo turístico del Departamento de Amazonas.

14 Estrategia de Posicionamiento turístico del Amazonas

En el Diagnóstico del Sector Turístico del Amazonas se identificaron las múltiples fortalezas con las que cuenta el departamento para el desarrollo turístico, siendo las más destacables el entorno natural y la riqueza cultural. Además, estas fortalezas se potencian por lo icónico y factor mítico del Río Amazonas y la marca Amazonía, que cuentan con un reconocimiento internacional y está ya posicionado en el ideario del mercado. A nivel doméstico, el nombre del departamento lleva en sí mismo la marca icónica de Amazonas, por lo que su diferenciación interna está dada y no requiere grandes esfuerzos. Sin embargo, este posicionamiento es compartido con otros países que cuentan con mayor porcentaje del río en sus territorios (Perú y Brasil), y otros que también cuentan con el ecosistema amazónico pero sin el río dentro de sus límites (Ecuador, Bolivia y Venezuela). Esto hace que el esfuerzo deba centrarse en el posicionamiento competitivo y diferenciador respecto a los demás destinos amazónicos internacionales.

En esta línea, la estrategia de posicionamiento turístico del Departamento Amazonas establece la manera en que el mercado debería identificar al destino. Para ello se ha trabajado con tres propuestas de posicionamiento distintas, que se han sometido a la validación por parte de los actores del destino en un taller realizado el 23 de abril del 2012 en Leticia. Para definir el posicionamiento se tuvo en cuenta los siguientes componentes:

- Componentes funcionales, emocionales y sociales del posible posicionamiento, a partir de sus elementos físicos y espirituales
- Símbolos para reforzar ese posicionamiento
- Establecer si los atributos naturales y culturales actuales convierten en único al departamento del Amazonas

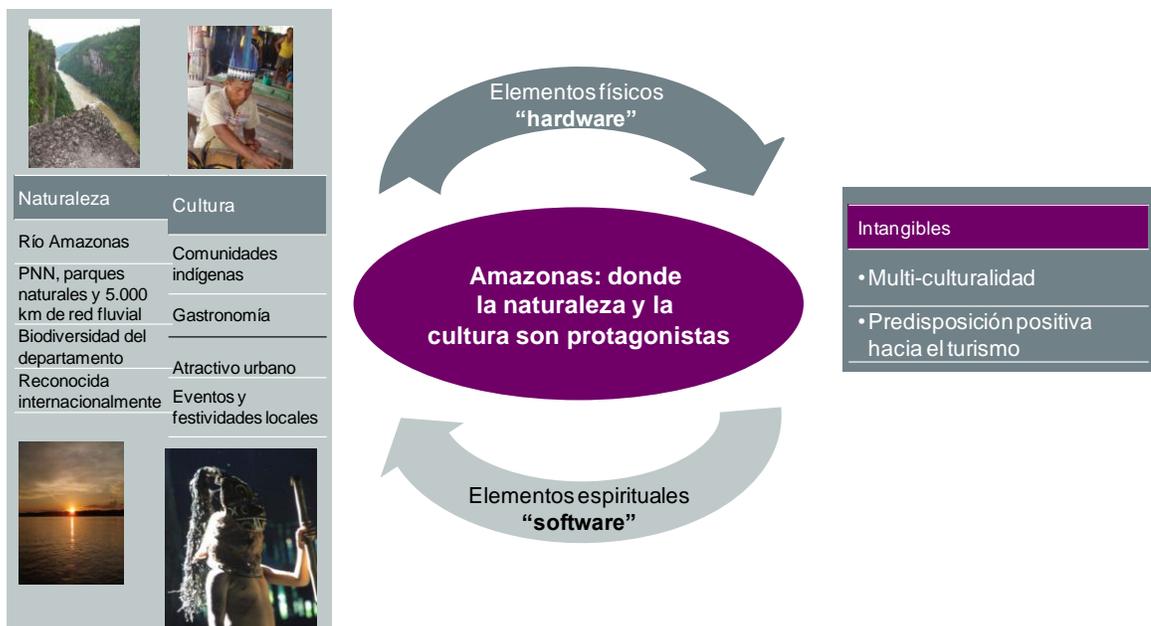
En este sentido se trabajó con los siguientes elementos de base:

- Elementos físicos naturales:
 - Río más largo y caudaloso del mundo
 - 5.000km de red fluvial
 - Entorno natural único en el mundo (diversidad de accidentes geográficos: cañón, cuevas, ríos, estrechos, etc.)
 - Parque Nacional Natural
 - Biodiversidad del departamento, laboratorio científico natural
 - Áreas de conservación: paisajes únicos y ecosistemas naturales
 - Trayecto Leticia – Puerto Nariño en el río Amazonas
- Elementos físicos culturales:
 - Comunidades (*24 comunidades en el departamento del Amazonas*)
 - Eventos y festividades locales
 - Gastronomía
 - Gran presencia científica (instituciones) y proyectos de interpretación/científicos en cartera
 - Atractivo urbano (fenómenos de integración con la naturaleza – plaza principal de Leticia con la llegada de las aves al atardecer; atardeceres desde la costa; ordenamiento y cuidado de Puerto Nariño)
- Elementos intangibles/espirituales:
 - Marca mítica Amazonas
 - La hospitalidad de su población
 - Población multicultural

Con base en lo anterior, si bien se cuenta con el reconocimiento internacional de la marca Amazonas, no se ha definido actualmente y de forma clara, un elemento diferenciador del destino. Sin embargo, existe una combinación de circunstancias que favorecen para un posicionamiento competitivo:

1. El relativo aislamiento con que se ha contado hasta el presente, manteniendo una naturaleza y cultura más auténticas
2. La situación de desarrollo urbano limitado en algunos casos, y cuidado en otros (Puerto Nariño) hasta la fecha,
3. La existencia de iniciativas y proyectos en cartera que ayudan a una proyección sobre el mercado científico, de notoriedad también para el mercado recreativo (ej. Proyecto BOA)

Creación del posicionamiento turístico de Amazonas



En este sentido, el posicionamiento deberá invitar al turista a adentrarse en una experiencia única, de gran autenticidad natural y comunitaria, asociada a una de las marcas míticas a nivel mundial - Amazonas. Finalmente, la estrategia de posicionamiento es:

- **Posicionamiento turístico: Destino científico por excelencia del Amazonas donde la naturaleza y la cultura son protagonistas en un entorno auténtico**
- **Desarrollo de un proyecto icónico para la interpretación científica del Amazonas (por ej. proyecto BOA)**
- Este posicionamiento marca las líneas de desarrollo estratégico y promocional del departamento, a la vez que las estrategias de gestión para alcanzarlo. Estas estrategias se presentan a continuación.

15 Estrategia de productos turísticos y de destinos

En el Diagnóstico del Sector Turístico del Amazonas se concluye que los productos identificados generan ya en la actualidad un volumen de visitas turísticas considerable, en especial, en lo que respecta al turismo de naturaleza. Este hecho resulta diferenciador respecto del resto de departamentos que comparten condiciones para destinos de turismo de naturaleza, con ecosistemas de Orinoquía (Meta, Casanare, Vichada y Arauca) y Amazonía (Caquetá, Guainía, Vaupés).

Para las estrategias a definirse en este capítulo, se tiene:

- **Estrategia de productos turísticos:** definición de productos clave y complementarios
- **Estrategia de destinos turísticos de Amazonas:** definición de destinos prioritarios y potenciales

15.1 Estrategia de productos turísticos de Amazonas

En consideración del horizonte de cuatro años del PDT hasta el 2016, las estrategias se basan en la optimización, según la política de desarrollo definida.

En este sentido, se plantea una estrategia de producto que permita focalizar los esfuerzos en consolidar lo más desarrollado en la actualidad, sin olvidar otros productos turísticos con potencial. Esto se traduce en:

- **Productos turísticos clave:** se entiende por producto clave aquél 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 al destino en un volumen de valor.
- **Productos turísticos complementarios:** se entiende por producto complementario a aquél 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 para el destino, en un plazo determinado (para este PDT el plazo es relativamente corto, de 4 años).

Más allá de esta distinción práctica para el desarrollo turístico del destino, la estructuración y desarrollo de los dos tipos de producto se realizan en paralelo, con el objetivo de consolidar los productos clave, ofrecer una experiencia completa y diversificada, y finalmente contribuir de forma indirecta a la evolución potencial de los complementarios en clave.

Los productos turísticos Clave y Complementarios para el Departamento de Amazonas son:



Ceiba en el lago tarapoto



Salida de campo (Ruta de los kilómetros)

Productos turísticos de Amazonas



La selección de estos productos se ha hecho con base en la combinación de dos criterios:

- Criterio externo - atractivo de los productos turísticos para el destino:** es decir, las características y tendencias mundiales de los productos turísticos en cuanto al posicionamiento del destino de cara al mercado, al volumen de llegadas que genera el producto a nivel mundial, el perfil de estadía promedio en destino, el gasto directo asociado y el tipo de actividades en el destino. Estas variables se analizan en vista al tipo de oferta actual y potencial del destino.
- Criterio interno - competitividad del destino en los productos turísticos:** es decir, qué capacidades tiene el destino de ofrecer un producto u otro de forma competitiva (fauna amazónica colombiana representa el 40% de los mamíferos, 55% de aves, 37% de los reptiles, 40% de los anfibios y 70% de peces de las especies del continente), en cuanto a su desempeño actual (cuota de mercado) y potencial desarrollo futuro, de acuerdo a sus atractivos, sector turístico, etc.

Este análisis se realiza a partir de información secundaria (otros planes y documentos previos³⁰, inventarios del Ministerio, informes de la OMT, Euromonitor, World Monitor, etc.) la inspección del equipo consultor en campo, las entrevistas con instituciones³¹ y operadores locales, entrevistas con tour operadores sobre el destino y su potencial y entrevistas con visitantes en el destino.

El análisis para definir los productos clave y complementarios, además de tener en cuenta todas las fuentes anteriores, se sintetizó en las siguientes consideraciones:

³⁰ Agenda Interna para la productividad y la Competitividad, documento regional, Amazorinoquia 2005; que habla sobre la decisión del departamento para convertirse en el primer centro nacional de ecoturismo, etnoturismo, turismo académico y científico sobre el Eje Iquitos-Manaos; Plan Regional de Competitividad del Amazonas, que define los tres tipos de producto para el destino con Ecoturismo, etnoturismo y turismo académico-científico; PDD – Plan de Desarrollo Departamental 2008-2011, donde ecoturismo, turismo aventura y turismo cultural recibieron los mejores índices de posibilidades de desarrollo como productos; entre otros.

³¹ Presencia consolidada de instituciones de soporte para los tipos de producto turístico definidos (ej. Corpoamazonia, Tropenbos ONG, Fundación Gaia Amazonas; Departamento Administrativo de fomento del Ecoturismo; SINCHI; OPIAC)

PRODUCTO	Competitividad	POR QUE	Atractivo	POR QUE
<p data-bbox="165 655 376 715">ECOTURISMO & NATURALEZA</p> 	<p data-bbox="389 300 539 368">Muy alta</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Posicionamiento de la mano de la marca mítica Amazonas ✓ Área de amplio crecimiento a corto y medio plazo ✓ Paisaje amazónico auténtico y poco explotado ✓ Condiciones climáticas e infraestructura que permiten actividades todo el año, excepto en pocos casos ✓ Amplio margen de recursos sin explotar ✓ Interesante oferta actual ya en operación ✓ Desestacionaliza la demanda ✓ Gran biodiversidad reconocida ✓ Fauna y flora endémica ✗ Falta de infraestructuras mínimas de acondicionamiento ✗ Falta de estructuración de productos turísticos temáticos 	<p data-bbox="1160 300 1310 368">Muy alto</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Volumen de mercado muy amplio en los principales mercados emisores de turismo: USA y Europa ✓ Fuerte ritmo de crecimiento y excelentes expectativas de dichos mercados ✓ Nivel de gasto medio elevado por turista ✓ Operadores y mercado muy exigentes debido a la sofisticación de la demanda, hecho que genera un turismo de calidad ✓ Refuerza positivamente la imagen ✓ Genera riqueza interior, beneficiando a la población local y al país ✓ Posibilidad de combinarlo con turismo étnococultural. ✓ Eje vertebrador de la imagen internacional. ✓ Posible creación de rutas binacionales ✓ Atractividad de los mercados del producto birdwatching y científico ✗ El desconocimiento de las buenas prácticas de turismo deteriora el recurso ✗ Un exceso o mala gestión de los flujos puede dañar al recurso ✗ Competencia internacional elevada en países vecinos amazónicos, y en el resto del mundo ✗ Posicionamiento de liderazgo de Costa Rica en la región

PRODUCTO	Competitividad	POR QUE	Atractivo	POR QUE
<p style="text-align: center;">Turismo CULTURAL & ETNICO</p> 	<h1 style="color: #008080;">Alta</h1>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cultura Indígena viva, existencia de etnias singulares únicas ✓ Puede desarrollarse más a corto y medio plazo ✓ Arraigo de fiestas y tradiciones populares ✓ Atractividad del patrimonio étnico y multiculturalidad de las expresiones étnicas (meeting point) ✓ Ayuda a desestacionalizar la demanda ✓ Excelente complementariedad con otros productos potenciales para Amazonas ✗ Posible rechazo de algunas etnias al desarrollo del turismo ✗ Falta de estructuración de productos turísticos étnico-culturales ✗ Cosificación de la identidad local ✗ Vago conocimiento del producto étnico de Amazonas en los mercados ✗ En algunos casos, se percibe una 'teatralización' del concepto étnico ✗ Centros de interpretación escasos y vagamente desarrollados 	<h1 style="color: #008080;">Muy alto</h1>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Interacción con las etnias locales como parte de la experiencia que los mercados internacionales esperan de destinos de naturaleza como elemento esencial del 'descubrimiento' cultural</i> ✓ <i>Complemento idóneo del producto naturaleza & ecológico como 'ejes vertebradores' de la oferta turística</i> ✓ <i>Concepto de cultura viva muy valorado</i> ✓ <i>Gran volumen de mercado interesado</i> ✓ <i>Amplitud de canales de comercialización mundiales, desde grandes touroperadores hasta agencias muy especializadas</i> ✓ <i>Efectos sinérgicos con actividades científicas, educativas, culturales y con la mejora de la oferta de la población local</i> ✓ <i>Reforzamiento de la notoriedad e imagen del conjunto del destino</i> ✗ <i>Alta competencia internacional y regional (México, Perú, Guatemala, Ecuador, Bolivia, etc.)</i> ✗ <i>Producto étnico con problemas de definición y conflicto cultural</i> ✗ <i>Mercados nacionales aún muy reducidos</i> ✗ <i>Mercado maduro con lento crecimiento</i>

PRODUCTO	Competitividad	POR QUE	Atractivo	POR QUE
<p>Turismo de Aventura</p> 	<h1>Alto</h1>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gran referente mítico de exploración: Amazonas ✓ Variedad de recursos: variedad de variantes de la línea de producto activo ✓ Abarca diferentes segmentos ✓ Rincones vírgenes, aún por explotar ✓ Ayuda a desestacionalizar la demanda ✗ “Lagunas” en la oferta de productos de aventura ✗ No se detectan agentes que, de forma planificada y ordenada, satisfagan la demanda de este producto ✗ Insuficiente normativa que legisle espacios, usos y condiciones (seguridad) de la oferta, y que aseguren un desarrollo sostenible y respetuoso con el medio ambiente ✗ Relativas condiciones de seguridad indispensables 	<h1>Medio Alto</h1>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Efectos sinérgicos con el resto de productos turísticos, sobretodo, con Ecoturismo / Naturaleza, de vital importancia en el desarrollo turístico amazónico ✓ Añade un valor a la oferta existente ✓ Excelente dinamizador de la oferta ✓ Contribuye al desarrollo económico local ✓ Fomenta la creación de ‘nuevo empleo’ ✓ Elevado potencial de crecimiento del mercado colombiano a largo plazo. ✓ No necesita de inversiones elevadas para creación de producto: infraestructuras de baja complejidad y costo. ✗ Dificultad de acceso a los principales mercados emisores internacionales ✗ Segmento conocedor de la demanda muy exigente con este producto ✗ Competencia elevada en países del entorno ✗ Posicionamiento de Amazonas poco desarrollado en aventura

PRODUCTO	Competitividad	POR QUE	Atractivo	POR QUE
<p>Turismo De cruceo fluvial</p> 	<p>Medio Bajo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diversidad y abundancia de recursos fluviales ✓ Desarrollo de producto combinado: touring amazónico, cruceo, cultura y naturaleza ✓ Contribuye a la diversificación de la demanda ✗ Escasez de infraestructuras adaptadas para la práctica de actividades náuticas ✗ Producto aún no desarrollado desde Colombia, sólo como puerto de paso ✗ No se constata la existencia de eventos deportivos que generen notoriedad, ni de escuelas náuticas profesionalizadas ✗ Problemas de degradación del recurso ✗ Falta de oferta específica según niveles de conocimiento: amateurs y profesionales ✗ Poca asociación con el posicionamiento del destino 	<p>Alto</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Potencial en los mercados principales de Colombia</i> ✓ <i>Poco desarrollo en los países amazónicos vecinos, con fuerte demanda</i> ✓ <i>Buenas expectativas de crecimiento del mercado y buen nivel de gasto medio</i> ✓ <i>Excelente producto complementario, con sinergias positivas con otros productos turísticos</i> ✓ <i>Dinamizador de la oferta</i> ✗ <i>Riesgo de poco impacto en beneficio local</i> ✗ <i>Todavía bajas cifras de este producto en Amazonas</i> ✗ <i>Fuerte competencia a nivel internacional vecino: cruceros en Perú, Ecuador y Cruceros Iquitos-Manaos</i> ✗ <i>Nivel de gasto bajo en los pasajeros actuales de los transportes de río en Amazonas</i>

PRODUCTO	Competitividad	POR QUE	Atractivo	POR QUE
<p data-bbox="165 596 315 667">Turismo de NEGOCIOS</p> 	<p data-bbox="416 608 539 671">Bajo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="595 240 1133 392">✓ Producto con bajo potencial, sólo para negocios locales de aprovisionamiento del Departamento, y en el aprovechamiento de las empresas y potencial transfronterizo <li data-bbox="595 408 1133 472">✓ Existencia de negocios derivados de lo científico <li data-bbox="595 528 1133 592">✗ Infraestructura de comunicación deficientes <li data-bbox="595 608 1133 647">✗ Altos costos para el comercio <li data-bbox="595 663 1133 727">✗ Incipiente oferta de agencias de viaje business travel en la zona 	<p data-bbox="1167 248 1335 320">Muy alto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1373 240 2087 328">✓ Metamorfosis de los negocios a nivel global, por efecto de la globalización: las empresas han globalizado sus inversiones <li data-bbox="1373 344 2087 408">✓ <i>Nivel de gasto alto por turista: este tipo de turista gasta hasta 3 veces más que el gasto generado por touring</i> <li data-bbox="1373 424 2087 488">✓ <i>Minimización de esfuerzos de comercialización 'ya disponen de los visitantes'</i> <li data-bbox="1373 504 2087 536">✓ <i>Contribuye a la diversificación de mercados</i> <li data-bbox="1373 552 2087 584">✓ <i>Sinérgico con el producto MICE</i> <li data-bbox="1373 600 2087 719">✓ <i>El mercado domestico presenta un potencial de crecimiento elevado, debido a las perspectivas de crecimiento de Colombia, que la sitúan dentro de las economías con mayor crecimiento en Latam</i> <li data-bbox="1373 783 2087 847">✗ <i>Gran inestabilidad de este mercado, sensible a las variaciones de las crisis financieras actuales</i> <li data-bbox="1373 863 2087 895">✗ <i>Fuerte competencia internacional y de mejor posición</i> <li data-bbox="1373 911 2087 943">✗ <i>Corta estadía media por turista</i> <li data-bbox="1373 959 2087 991">✗ <i>Repercusión económica baja para la comunidad local</i>

PRODUCTO	Competitividad	POR QUE	Atractivo	POR QUE
Turismo DEPORTIVO 	Muy Bajo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atractivo de la marca del Destino para generación de eventos deportivos ✓ Potencial a nivel local o nacional a corto plazo ✗ Nula oferta deportiva turística actual ✗ No se constata la existencia de eventos deportivos que generen notoriedad: competiciones ✗ No se constata una oferta específica según niveles: amateurs y profesionales ✗ Desconocimiento del producto a nivel local 	Medio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayuda a la desestacionalización ✓ Diversifica los mercados ✓ Mercados accesibles ✓ Nivel de gasto moderado a alto, según segmentos ✓ Interacciona con la población local ✓ Turista especializado y exigente ✓ Alto valor añadido local: creación de recursos directos para la población local ✓ Reforzamiento de la imagen ✗ Fuerte competencia a nivel internacional
SHOPPING 	Medio bajo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Potencial por la situación de tres fronteras ✓ Producto complementario de otros relacionados a la naturaleza ✗ Alta competencia internacional ✗ Oferta de atractivo local y circunstancial para el turista ✗ Desaprovechamiento de las oportunidades que genera la artesanía local para su comercialización ✗ Escasa oferta comercial de productos 'merchandising' de Amazonas 	Alto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alto dinamizador de la economía local ✓ Minimización de esfuerzos de comercialización ✓ Contribuye a la diversificación de mercados ✓ El mercado de proximidad transnacional es atractivo en sí mismo, y oportunidad de visita de otros países ✓ En el caso de la venta de productos regionales, este producto genera riqueza en la población local ✓ Excelente complemento con el de Turismo de Cruceros fluviales ✗ Mercado inestable, muy condicionado a las variaciones coyunturales y transfronterizas ✗ Estadía media muy corta por turista, en algunos casos no se pernocta ✗ Mercado local de bajo gasto

PRODUCTO	Competitividad	POR QUE	Atractivo	POR QUE
Turismo CIENTIFICO 	Muy alto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Amplia y variada biodiversidad en un espacio asequible y poco extenso que facilita las labores de estudio ✓ Destino ideal para el estudio científico de áreas específicas sobre el Amazonas ✓ Excelente presencia de instituciones científicas ✓ Varios laboratorios y centros de investigación ✓ Estabilidad política y seguridad contribuyen a la inversión científica ✓ Excelentes sinergias con turismo de naturaleza y étnico ✗ Por motivos de interés científico, acotación de zonas turísticas aprovechables ✗ Rechazo del desarrollo turístico entorno a los recursos de carácter científico. 	Medio Alto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Precios competitivos de la oferta ✓ El turismo científico aporta un valor añadido a los otros productos y recursos ✓ Refuerza la imagen diferenciadora en Amazonas ✓ Alta especialización de la demanda ✓ Diversificación de la demanda y los nichos de mercado ✓ Atractividad científica puede ser sinónimo de atractividad turística ✗ Demanda de gasto diario bajo, pero largas estancias ✗ Estancias en alojamientos no registrados ✗ Fuerte competencia en los mercados amazónicos como Brasil ✗ Poco impacto en la mejora de la calidad de vida local ✗ Dificultad en el aprovechamiento de las sinergias

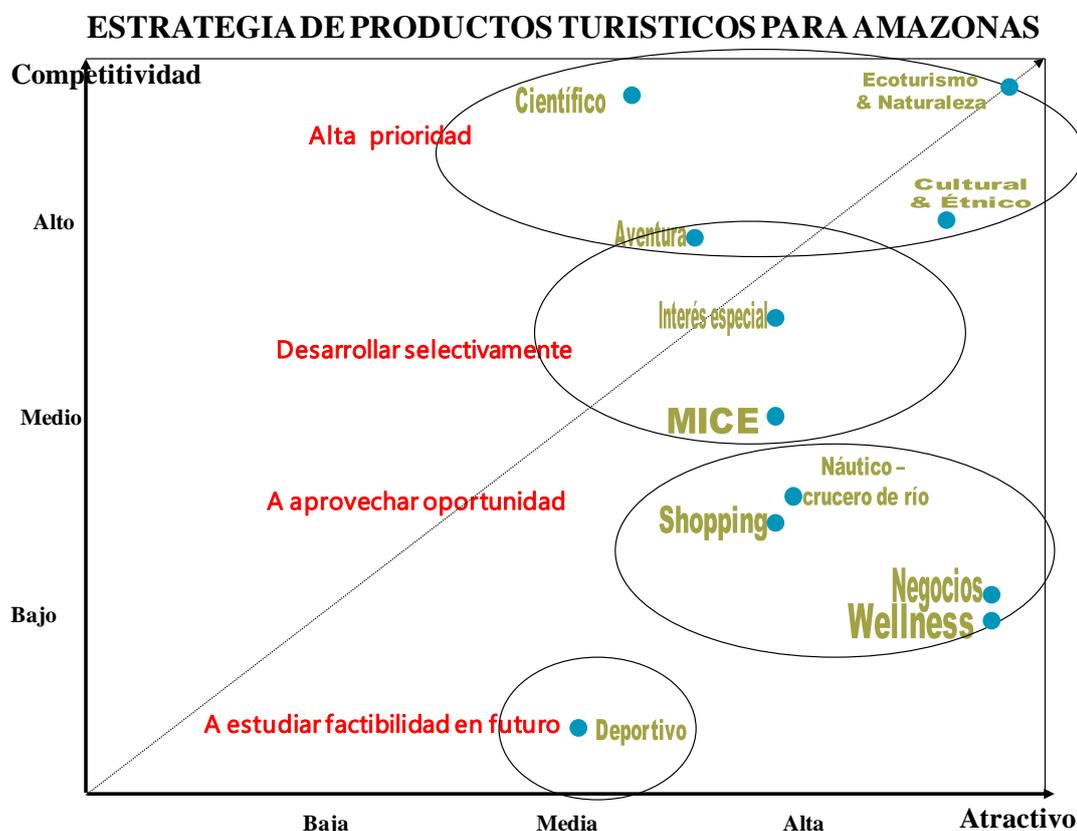
PRODUCTO	Competitividad	POR QUE	Atractivo	POR QUE
<p>Turismo de INTERES ESPECIAL</p> 	<p>Media Alta</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Singularidad de la oferta de recursos de interés especial ✓ Posicionamiento de la marca Amazonas despierta interés especial en sí mismo ✓ Existencia de infraestructura turística que puede ser ofrecida ventajosamente ✓ Actúa como reclamo turístico, efecto 'gancho' para otros productos turísticos, como generador de sinergias con otros productos ✓ Marcos y entornos incomparables ✗ Recurso de naturaleza muy homogéneo ✗ Sector turístico local poco habituado a pensar en términos de nichos de mercado ✗ Carencia de sistema de marketing ágil para desarrollar productos muy adaptados, identificar nichos de mercado y colocar el producto 	<p>Alto</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>La creciente segmentación de mercados e intereses ofrece crecientes oportunidades</i> ✓ <i>Ayuda a la desestacionalización</i> ✓ <i>Diversifica los mercados pues atrae un amplio abanico de segmentos</i> ✓ <i>Producto altamente complementario con la mayoría de los productos turísticos</i> ✓ <i>Fortalece positivamente la imagen del destino</i> ✓ <i>Facilidad de comercialización del producto, sobretudo vía touroperadores</i> ✗ <i>Dificultad de fidelización de la demanda: productos de un solo uso / visita</i> ✗ <i>Requiere de esfuerzos constantes para la captación de cada nicho</i> ✗ <i>Existencia de fuerte competencia a nivel mundial</i> ✗ <i>No influye directamente en la mejora social de la comunidad local</i>

PRODUCTO	Competitividad	POR QUE	Atractivo	POR QUE
Bienestar wellness 	Baja	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buen posicionamiento de los conocimientos ancestrales indígenas ✓ Recursos disponibles para tratamientos naturales, y existencia actual de oferta de masajes en los alojamientos ✗ Escasa preparación a nivel local para este producto ✗ Escaso posicionamiento en la oferta y la demanda de esta opción turística para Amazonas ✗ Escasa orientación comercial ✗ Falta de parque hotelero con servicios Spa adaptados ✗ Escasez de centros preparados para acoger un turista exigente muy conocedor del producto 	Muy alto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alto nivel de gasto dentro y fuera del sector turístico, debido a la utilización de tratamientos terapéuticos y otros servicios ✓ Actúa como un excelente dinamizador del producto y de la oferta y diversifica los mercados existentes ✓ Concepto de 'bienestar' y del 'beauty' de moda en mercados emisores como EUA y Europa ✓ Sinergias e interacción con las culturas indígenas locales: aprovechamiento de su know how en terapias curativas naturales, plantas, etc. ✓ Precios muy competitivos ✓ Estancias más largas respecto a otros sectores turísticos, entre 8 y 9 días de media ✗ Fuerte competencia nacional e internacional con una imagen desarrollada e internacionalizada ✗ Imagen del Wellness poco asociada
MICE 	Media	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A tener en cuenta, sobretodo, el turismo de incentivos para la mayoría de mercados ✓ Excepcionalidad de la marca Amazonas que genera gran atracción para eventos y congresos ✓ La tendencia global apunta a la búsqueda de 'nuevos destinos' como Amazonas colombiana ✓ Fuerte presencia de instituciones científicas y académicas 	Alto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel de gasto medio alto por turista, mayor que en otros productos (entre 100 – 150 dólares) ✓ Nichos de mercado muy atractivos, sobretodo el sector farmacéutico que podría ser aplicable a temáticas científicas y aprovechamiento de la biodiversidad ✓ Sinérgico con el producto turismo de negocios ✓ Estimula la demanda de los destinos, y presenta un potencial de crecimiento elevado ✓ 'Efecto retorno': oportunidad para vender al congresista otros productos turísticos en el futuro: repetir visita en familia, practicar su hobby favorito, para realizar un touring, etc.

PRODUCTO	Competitividad	POR QUE	Atractivo	POR QUE
		<ul style="list-style-type: none"> ✗ Lejanía de los mercados internacionales ✗ Costo elevado de los desplazamientos, ✗ Baja capacidad y calidad de alojamiento registrado ✗ Necesidad de mejora en servicios complementarios ✗ Incipiente oferta de agencias receptoras que estructuren y vehiculen la demanda ✗ Falta de espacios y salas adecuadas para llevar a cabo los eventos ✗ Alta sofisticación de la demanda, contra una baja sofisticación de la oferta 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Resulta sinérgico con otros sectores de actividad como el comercio</i> ✗ <i>Fuerte competencia internacional</i> ✗ <i>Estadía media corta</i> ✗ <i>Mercados internacionales poco accesibles y de alta especialización</i> ✗ <i>Mercado muy inestable, en función de períodos de crecimiento económico o recesiones</i> ✗ <i>En el caso de los incentivos, el ciclo de vida del producto es relativamente corto y muchas veces fluctúa en función de factores sociales como las modas</i>

Al ordenar los productos según ambos criterios en una matriz, la ubicación permite definir las estrategias de desarrollo para el departamento.

Matriz de estrategia de productos turísticos para Amazonas



De esta manera, y considerando el horizonte de 4 años del PDT y la política de optimización de recursos, sólo se toman en cuenta los cuatro productos de alta prioridad. Esto no significa, como se ha mencionado antes, que el resto de productos deban ser descartados, sino que simplemente se deben considerar para una etapa posterior.

15.1.1 Estrategia de producto clave

El **ecoturismo** es la motivación principal de las visitas turísticas que llegan al Amazonas.

Dentro del concepto de ecoturismo, se incluye por definición el componente cultural relacionado a las comunidades locales que dan soporte al producto. La modalidad que se define para el producto ecoturístico en Amazonas es la siguiente:

Conceptualización de productos turísticos clave de Amazonas

Producto	Sub-producto	Descripción corta
Turismo de naturaleza	Ecoturismo	Estructuración de un producto localizado en un entorno natural de referencia mundial, que permita observar y disfrutar la biodiversidad de paisajes, flora y fauna en un ambiente comunitario; con altos niveles de calidad en la interpretación e información para el visitante, debido a las exigencias que la marca Amazonas genera en las expectativas del mercado

Para el desarrollo del ecoturismo se establecen unos destinos turísticos específicos considerados polos de atracción de visitantes, en los que inicialmente se concentrará el producto. Con base en las características

del diagnóstico, y a la política de optimización del PDT, se plantean los siguientes destinos para el ecoturismo:

Destinos prioritarios para producto turístico clave de Amazonas

Productos	Destinos prioritarios
Ecoturismo	Río Amazonas PNN Amacayacu Alrededores de Leticia (especial hincapié en Los Kilómetros) y Puerto Nariño

15.1.2 Estrategia de producto complementario

El desarrollo del producto complementario resulta importante porque tiene una doble finalidad: (i) dar soporte al producto clave y a la experiencia turística que éste genera y (ii) permite el desarrollo de destinos con potencial turístico y del departamento en su conjunto.

Conceptualización de productos turísticos complementarios de Amazonas

Producto	Sub-producto	Descripción corta
Turismo de aventura	N/A	Realización de actividades deportivas de riesgo en un medio natural selvático y fluvial, como: senderismo, exploración y sobrevivencia, kayaking por los ríos y los caños, canotaje, espeleología.
Turismo cultural	Etno-turismo y turismo comunitario	El etno-turismo busca presentar los valores y la identidad cultural de las comunidades como un atractivo turístico en sí mismo. El turismo comunitario es una forma de gestión del turismo con base en las características de las propias comunidades como entidad de gestión y beneficiaria del negocio.
Turismo académico	Científico	Generar que el destino será el punto de encuentro facilitador y de gran atractivo para la investigación biomédica y de la biodiversidad en beneficio de la comunidad internacional y sociedad en general

En el caso del producto **aventura**, todas las actividades que se proponen se realizan en un entorno natural con especial hincapié en las experiencias fluviales y de dosel. En la actualidad ya existe una oferta incipiente de este producto en los alrededores de Leticia, en concreto en la zona de los Kilómetros, con lo que se muestra el potencial de esta actividad complementaria.

En el caso del producto de **etno-turismo**, éste está empezando a cobrar importancia en el destino entre visitantes nacionales. Por otra parte, resulta importante involucrar las comunidades indígenas en el turismo a través del **turismo comunitario**, ya que gran parte de los atractivos y servicios turísticos están dentro de territorios bajo su jurisdicción.

Finalmente, el **turismo científico** presenta excelentes condiciones para desarrollarse en el destino, pero al no ser aún un gran dinamizador económico, se considera que se lo debe potenciar con una doble visión: atraer visitantes científicos y académicos; igualmente, que la actividad científica entorno al Amazonas sea un atractivo en sí mismo.

Los destinos turísticos focalizados para los productos complementarios son:

Destinos prioritarios para producto turístico complementarios de Amazonas

Productos complementarios para el desarrollo turístico del departamento	
Productos	Destinos
Aventura	Río Amazonas Parques nacionales como el Cahuinarí y Río Puré Alrededores de La Victoria Los Kilómetros
Etno-turismo	Alrededores de Leticia y Puerto Nariño, eje fluvial amazónico
Científico	Río Amazonas y selva amazónica

15.2 Mapa de desarrollo de productos y destinos turísticos

A modo de marco conceptual y normativo sobre la forma de desarrollo turístico en los destinos de Amazonas, se hace una breve introducción sobre las consideraciones del POT (Plan de Ordenamiento Territorial) de Leticia aprobado en el año 2002 y vigente a la fecha, que brindan el marco de trabajo y planificación espacial a la hora de cualquier desarrollo turístico en el Departamento.

En el POT se encuentra en las estrategias dos numerales que atañen al sector turístico y que muestran el enfoque general del mismo, así:

- Fomento de actividades de alta productividad, rentables, no contaminantes y con alto valor agregado, priorizando la participación del sector privado.
- Desarrollo de las actividades turísticas en la región.

Es claro que se destaca al turismo en un apartado especial y que se habla de actividades “no contaminantes”.

Luego agrega en los Principios de la política, la sostenibilidad “entendida como un proceso capaz de responder a las necesidades de los habitantes actuales garantizando la conservación de los recursos naturales y patrimonios culturales existentes para las futuras generaciones.”

En este documento se definen 5 áreas del municipio así: área Urbana, Suelo Suburbano, área de expansión urbana, áreas de régimen de Territorio Especial y áreas de riesgo. Estas áreas son las que enmarcan todo el desarrollo turístico, y dentro del cual todos los proyectos del PDT Amazonas 2016 van alienados.

A su vez cada área puede tener uno o más usos de la siguiente clasificación: Uso principal, usos compatibles, condicionados y prohibidos. En este sentido, las autoridades de planificación del departamento, en conjunto con las de turismo, deberán coordinarse para identificar las áreas que puedan acoger un uso turístico, sea como uso principal, compatible con otras actividades, condicionados (por ejemplo en las áreas protegidas o Parques Nacionales Naturales, los Resguardos Indígenas, etc.) o directamente donde no pueda realizarse turismo. Un buen ejemplo de las áreas y sus usos es el relacionado con los Parques Nacionales Naturales (PNN) y las áreas de recreación eco-turística.

Los PNN se comprenden de la siguiente manera: son aquellas que permiten su autorregulación ecológica y cuyos ecosistemas en general no han sido alterados sustancialmente por la explotación u ocupación humana y donde las especies vegetales, animales, complejos geomorfológicos y manifestaciones históricas o culturales tienen valor científico, educativo, estético y recreativo nacional y para su perpetuación se somete a un régimen adecuado de manejo. La definición de los diferentes tipos de uso dentro de los Parque Nacionales es:

- **Uso principal:** Conservación e investigación controlada.
- **Uso compatible:** Educación dirigida, recreación pasiva y cultural.
- **Uso condicionado:** Recuperación y control para la restauración total o parcial.

- **Usos prohibidos:** Introducción de especies vegetales o animales exóticas, vertimientos y uso de sustancias tóxicas o químicos de efectos residuales y los demás usos establecidos en el respectivo acto administrativo, cuya dependencia a cargo es la Unidad de Parques Nacionales del Ministerio del Medio Ambiente.

En el Municipio se localiza un área protegida perteneciente al Sistema de Parques Nacionales Naturales: Parque Nacional Natural Amacayacú con un área de 293.500 hectáreas. *El Municipio de Leticia adoptará y ratificará las zonas de amortiguación alrededor del PNN Amacayacu y las medidas de manejo que recomienden la UAESPNN y CORPOAMAZONIA, según se establece en el POT.*

Otras áreas especiales son: Las reservas Forestales, las Reservas Naturales de la Sociedad Civil y los Resguardos Indígenas.

El POT de Leticia define las Áreas de recreación ecoturística de la siguiente manera: “Son áreas especiales que por factores ambientales y sociales deben constituir modelos de aprovechamiento racional destinados a la recreación pasiva y a las actividades deportivas, de tipo urbano o rural”. En el Municipio de Leticia encontramos las siguientes áreas ecoturísticas que tienen un potencial importante para su desarrollo:

- Isla de La Fantasía
- Isla de Los Micos
- San Martín de Amacayacu (Parque Amacayacu)
- La Arenosa (Km. 10.5 Vía a Tarapacá)

Adicionalmente, para las áreas de recreación de tipo rural se definen los siguientes usos:

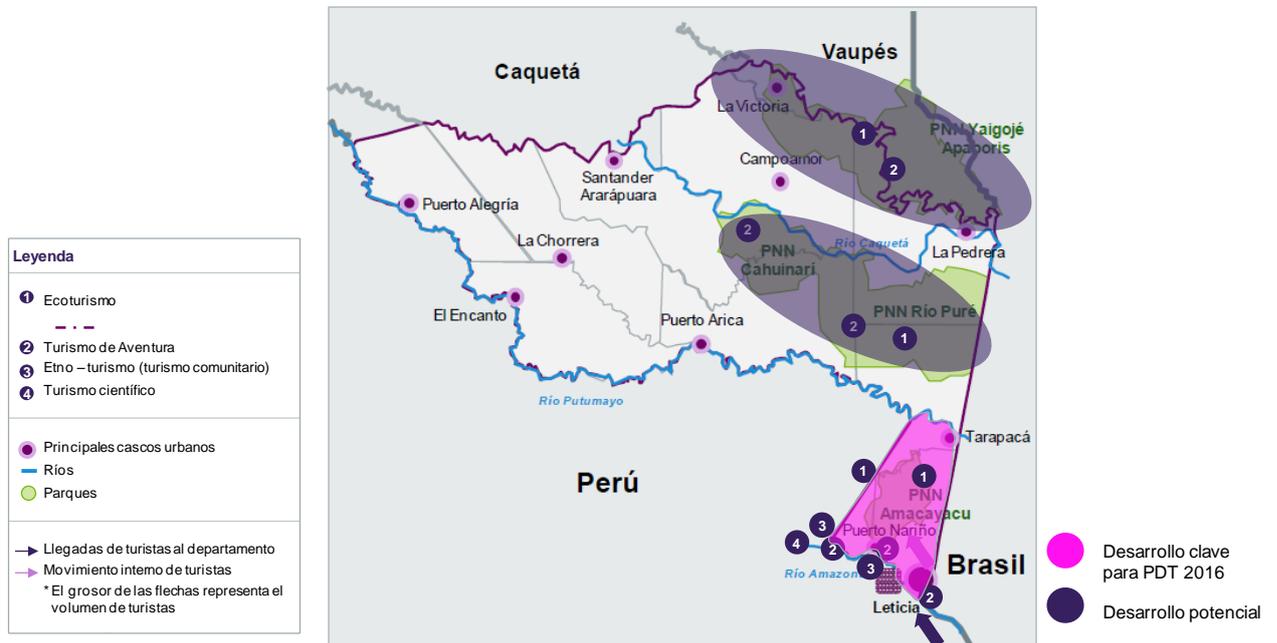
- **Uso principal:** Recreación pasiva
- **Usos compatibles:** Actividades campestres, diferentes a vivienda.
- **Usos condicionados:** Establecimiento de instalaciones para los usos compatibles.
- **Usos prohibidos:** Todos los demás, incluidos los de vivienda campestre.”

Teniendo en cuenta que los proyectos presentados en este Plan de Desarrollo Turístico, tienen un bajo componente de infraestructura, por las características del destino mismo, es claro que están acordes con la filosofía y la práctica del POT del municipio de Leticia, como se expresa en cada uno de los proyectos mismos.

Los dos proyectos macro, muelle y BOA (Bio Observatorio Ambiental), por el tamaño de los mismos, necesitan un estudio específico en torno al POT y a las implicaciones ambientales y sociales, teniendo en cuenta que no son proyectos principalmente turísticos, pero que pueden y deben ser aprovechados como atractivo.

En esta línea, y de conformidad con las estrategias de productos claves y complementarios y sus correspondientes destinos para el Amazonas, se han identificado áreas de desarrollo turístico prioritarias y complementarias, que se transforman en la estrategia de destinos para Amazonas. El siguiente mapa describe el Amazonas como un destino único con núcleos de desarrollo turístico para los próximos 4 años.

Mapa conceptual de priorización del desarrollo turístico de Amazonas



16 Estrategias de Mercados, Comunicación y Promoción

Con base en el diagnóstico y a nuevas fuentes consultadas, se definen unas estrategias de mercado y marketing para el Departamento de Amazonas. Esta estrategias se basan en la selección de los mercados de origen sobre los cuales realizar los esfuerzos de marketing; y luego la manera recomendada de enfocar la promoción turística del destino.

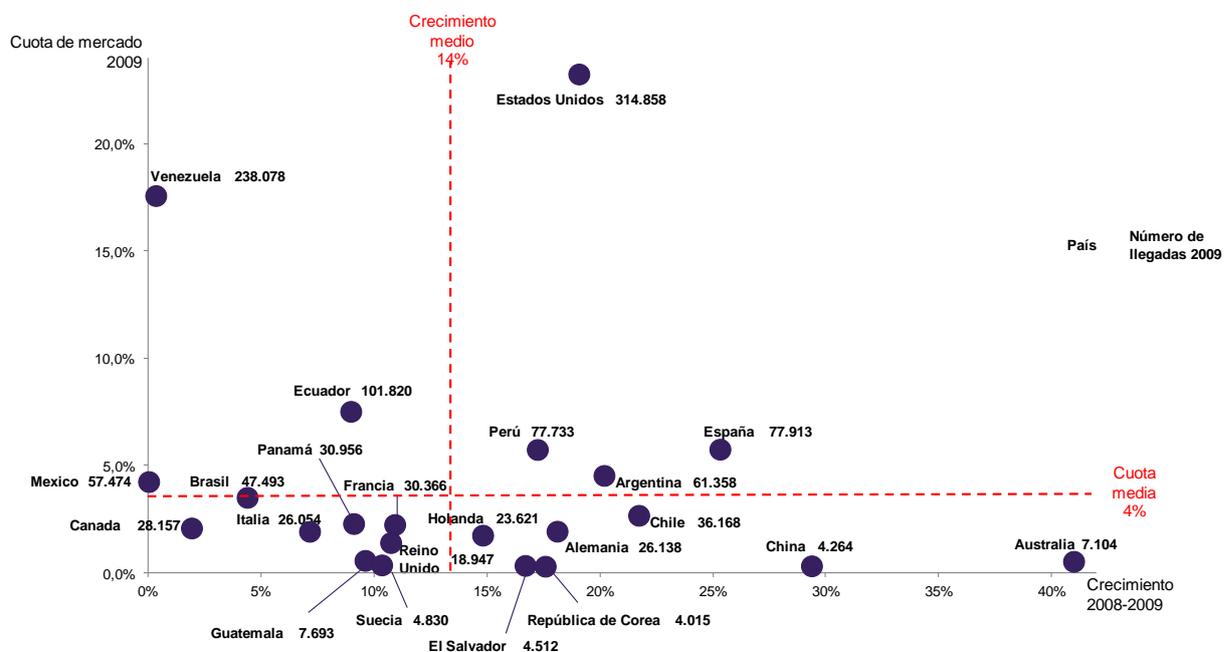
16.1 Estrategia de Mercados

El origen de los turistas que han viajado al departamento por motivaciones recreacionales ha sido principalmente nacional. Las llegadas de turistas internacionales han mantenido un aumento constante aunque leve.

El departamento de Amazonas goza de un potencial de mercado importante, que se manifiesta en el hecho de que la línea aérea LAN ha establecido una ruta al destino de forma regular y con buena ocupación. Por su parte, Avianca ha solicitado rutas desde Bogotá, Cali, Medellín, que de ser aprobadas multiplicarían la oferta de sillas hacia el destino. Es decir, el destino se proyecta con garantías que atraen a la inversión extranjera.

Para hacer la selección de los países de origen de donde se puede captar visitantes de forma más competitivas, se consideraron dos variables: cuota de mercado que tiene cada país en los visitantes internacionales a Colombia; y la tasa de crecimiento de ese mismo país de origen en un cierto periodo de años (2005 a 2009 ambos incluidos), para contar con una tendencia y no un crecimiento o reducción coyuntural de un año a otro. Según este cruce, se identifica los mercados de mayor peso, y los que mantienen una tendencia positiva de crecimiento de visitas a Colombia. En este marco, la estrategia de mercados de Amazonas debe mantenerse en línea con la captación general de mercados de Colombia. La combinación de estas dos variables según los datos de la OMT, permiten estructurar la siguiente matriz:

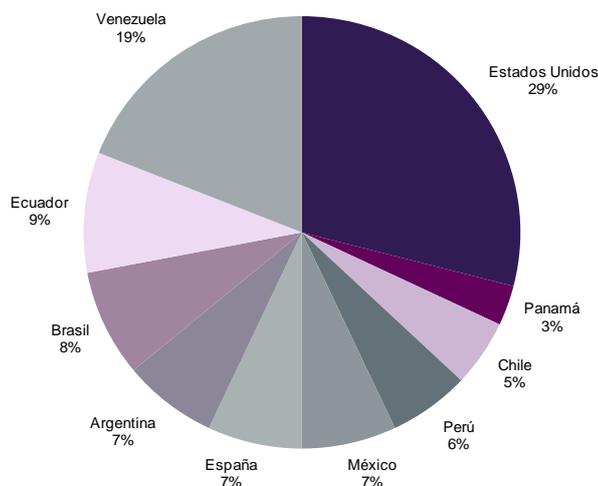
Matriz de cuota de mercado – tasa promedio de crecimiento interanual 2005-2009 (fuente OMT)



Fuente: Organización Mundial del Turismo

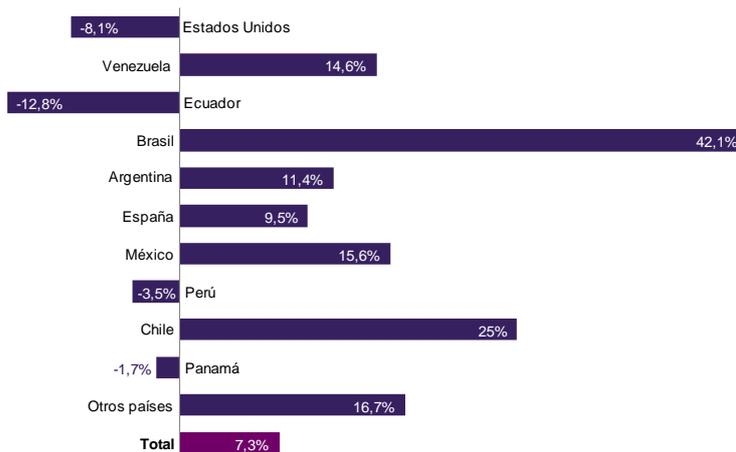
Esta estructura se ve reconfirmada por los últimos datos estadísticos disponibles de fuentes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, según se observa a continuación:

Llegada de viajeros extranjeros a Colombia – participación por países de residencia



Fuente: Informe Turismo Diciembre 2011 – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo República de Colombia

Llegada de viajeros extranjeros a Colombia – variación anual 2011 vs 2010



Fuente: Informe Turismo Diciembre 2011 – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo República de Colombia

De esta manera, se observa que EEUU destaca por sobre todos los demás mercados, aunque en el último año ha presentado un decrecimiento. Los mercados vecinos de Venezuela, Ecuador y Panamá, si bien tienen una porción importante de mercado, han tenido tasas de crecimiento de largo plazo más modestas (en especial Venezuela). Hay mercados que destacan por su crecimiento sostenido, como los de Argentina, Chile, Alemania y España; y últimamente Brasil y México; lo que demuestra el creciente interés que se tiene por los destinos de Colombia, con la oportunidad que eso significa. Para el caso de España, se estima que los datos estadísticos están influenciados por el regreso masivo de colombianos nacionalizados españoles, por motivos de la crisis financiera europea. Por consiguiente, se vislumbra como mercados internacionales potenciales a los mencionados aquí, donde destacan EEUU, Alemania en Europa (donde Holanda, Reino Unido y Francia también apuntan dinámicas interesantes); México, Brasil, Chile y Argentina como mercados emisores de Latam.

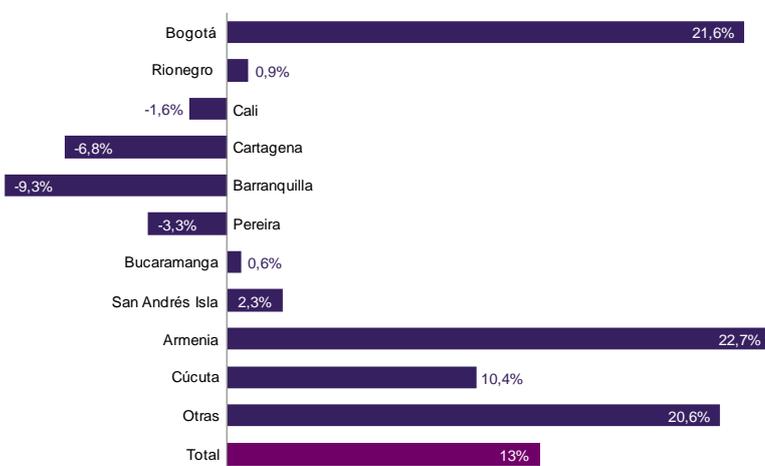
En cuanto a los mercados de llegada aérea, se observa una tendencia positiva en las llegadas de nacionales e internacionales a otras destinaciones distintas de las tradicionales de Colombia, dentro las que se encuentra Amazonas.

Llegada de pasajeros aéreos a destinos dentro de Colombia³²:



Internacionales

Variación anual%. Enero – diciembre 2010 / 2011



También se ha registrado un importante crecimiento del ingreso de visitantes a los parques nacionales entre los meses de noviembre y diciembre del 2010 y el 2011, y manifestaba una gran proyección para el 2012³³.

Por otra parte, considerando la generalidad de mercados de origen para Amazonas, se plantean los siguientes grupos de trabajo de marketing para captar mercados de origen internacional y nacional:

- Mercados objetivo internacionales:
 - Larga distancia: aquellos mercados cuyo tiempo promedio de acceso al país está por encima de las 4 a 5 horas de viaje. Tienen principal concentración en EEUU, Canadá, Europa (principalmente Reino Unido, Países Bajos y Alemania).
 - Media distancia: aquellos mercados cuyo tiempo promedio de acceso al país está hasta las 4 a 5 horas de viaje. Están en este grupo Argentina, Chile, Brasil y México.

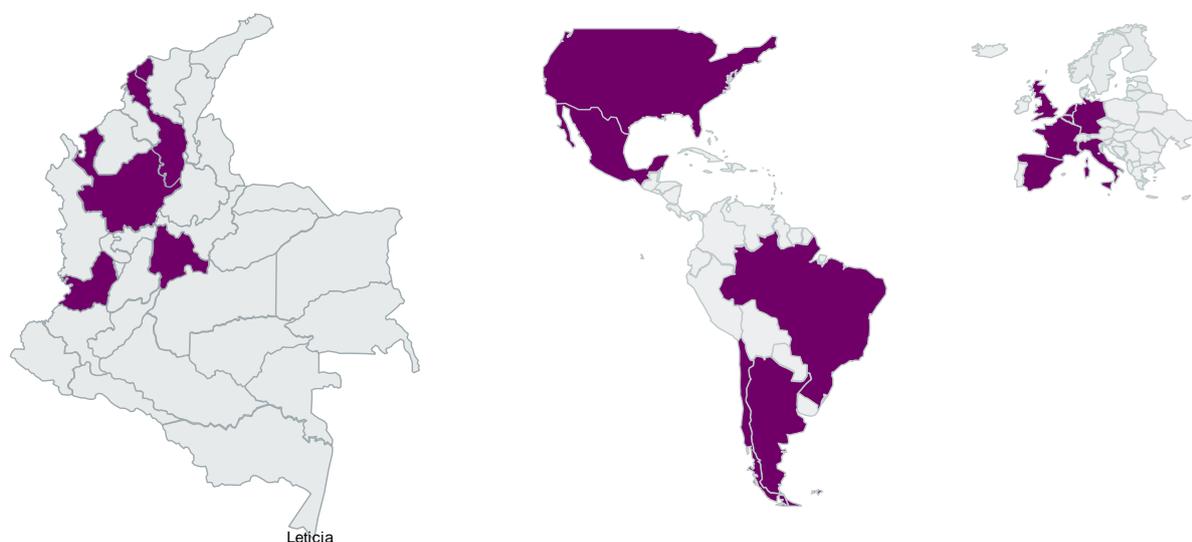
³² Idem

³³ Informe Turismo Diciembre 2011 – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.

- Vecinos: países vecinos a Colombia, como son Venezuela, Ecuador y Panamá (exceptuando Perú y Brasil, que por su situación geográfica tiene una concentración de los mercados de interés muy distantes – Río, Sao Paulo, Lima, etc.)
- Mercados objetivo nacionales:
 - General: se refiere a poblaciones de otras partes de Colombia, que no son departamentos vecinos ni población del propio departamento.
 - Regionales: se refiere al mercado nacional de los departamentos vecinos, que pueden llegar a tener algunas similitudes con el destino en cuestión
 - Locales: se refiere al mercado local del mismo departamento

Así, los mercados prioritarios quedan mapeados de la siguiente manera:

Mapa de mercados turísticos prioritarios para Amazonas



A falta de datos estadísticos desagregados de llegadas en el Departamento, se ha realizado una estimación sobre la situación de llegadas actual, y la viabilidad de captación de mercado a corto plazo, a fin de definir la estrategia de mercados con base en análisis cualitativos derivados de las entrevistas con actores locales y las observaciones de campo:

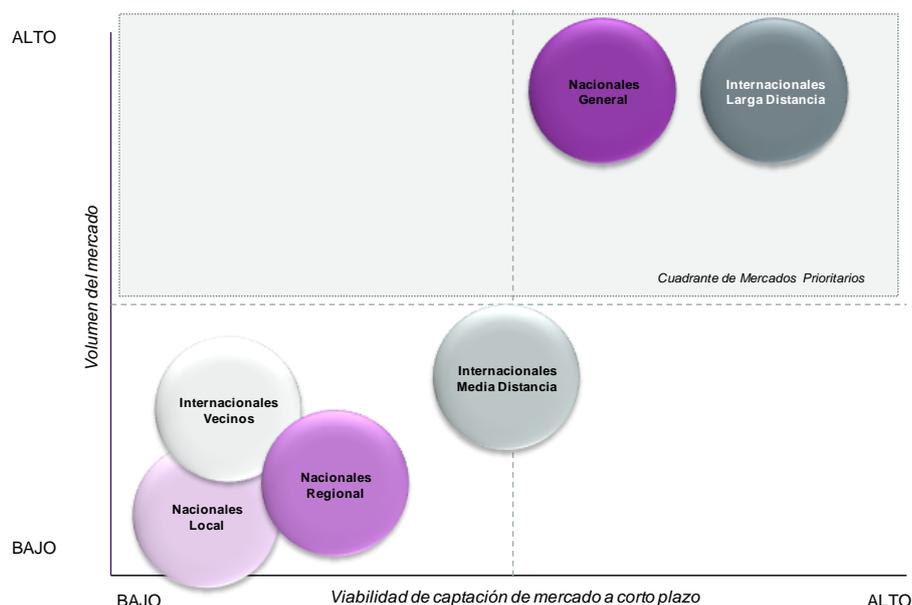
Tabla de valoración de mercados de origen

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

Con base en los datos e información anterior, sumados a los análisis cualitativos derivados de las entrevistas en campo, se establecen los siguientes mercados prioritarios:

Matriz de priorización de mercados de origen

Matriz de priorización de los mercados de origen



Una vez que los mercados emisores objetivo están identificados, se realiza un posterior análisis y cruce entre: los referidos mercados y los segmentos de la demanda que pueden estar potencialmente atraídos por los productos propuestos para el Amazonas. Los segmentos de la demanda se organizan siguiendo el ciclo de vida del turista. En este sentido, la matriz a continuación, muestra el cruce y el encaje entre, mercado objetivo y segmentos concretos de la demanda para los productos turísticos propuestos. Debe mencionarse que frente al alcance de esta consultoría y a la falta de datos específicos, el Equipo Consultor hace una propuesta de mix producto-segmento, la cual responde a características generales de los segmentos y de los productos según la experiencia del Equipo, y son una propuesta indicativa no exhaustiva sujeta a análisis posteriores por parte de los actores del Departamento Amazonas durante la implementación del PDT.

Propuesta indicativa matricial de producto para cada segmento de mercado

Segmento de mercado	Mercado de origen					
	Internacional			Nacional		
	Larga distancia	Media distancia	Vecinos	General	Regional	Local
Estudiante. adolescente	Ecoturismo					
Estudiante adulto	Ecoturismo			Turismo Científico		
	Turismo de aventura			Turismo de aventura		
	Turismo Científico					
Familia	Ecoturismo			Ecoturismo		
	Turismo de aventura			Turismo de aventura		
				Etno-turismo		
SINK (Single, individualists, no kids) joven	Ecoturismo			Ecoturismo		
	Turismo de aventura			Turismo de Aventura		

Segmento de mercado	Mercado de origen					
	Internacional			Nacional		
	Larga distancia	Media distancia	Vecinos	General	Regional	Local
	Turismo Científico			Turismo Científico		
SINK (Single, individualists, no kids) senior	Ecoturismo			Ecoturismo		
	Etno-turismo			Etno-turismo		
	Turismo Científico			Turismo Científico		
DINK (double incomes, no kids) joven	Ecoturismo			Ecoturismo		
	Turismo de aventura			Turismo de Aventura		
	Etno-turismo			Etno-turismo		
DINK (double incomes, no kids) senior	Etno-turismo			Etno-turismo		

De este cuadro se deduce que la estrategia para el esfuerzo comercial en mercados, debe concentrarse en los internacionales de larga distancia y los nacionales generales. La estrategia para cada producto clave es:

- **Ecoturismo:** para mercado internacional de larga distancia en todas las edades y ciclo de vida; y para el mercado nacional general desde edades adultas en adelante, y familias.
- **Turismo Aventura:** para mercado internacional de larga distancia en edades adultas y sin incluir seniors; al igual que para el mercado nacional general.
- **Etno-turismo:** mercado internacional de larga distancia para segmento senior y parejas; al igual que para mercado nacional, sólo que sumando familias.
- **Turismo científico:** para mercados internacionales de larga distancia y mercados nacionales, en los segmentos de estudiantes jóvenes e individuales jóvenes y senior (investigadores).

16.2 Estrategia de Promoción y Comunicación

La estrategia de promoción, comunicación y comercialización pasa por:

1. Posicionamiento:
 - a. **Optimizar la proyección y posicionamiento de la Marca Mítica Amazonas ligada al destino Colombiano** (vs sus competidores amazónicos), para lo cual se deberá revisar la idoneidad de la marca turística actual del Departamento. Es importante mencionar que el mercado no necesita más explicación de lo que se encuentra o puede hacer en el Amazonas como destino global, por lo que existe la oportunidad de posicionar los matices específicos de Amazonas Colombia.
2. Comunicación:
 - a. **Proyección de un proyecto icónico y diferenciador para Amazonas Colombia** (para turismo científico o ecoturismo, etc.)
 - b. **Optimizar todas las vías de generación de notoriedad y posicionamiento asociadas a la marca y el destino amazónico Colombiano**, dentro de las que se incluyen acciones de press trips y generación constante de noticias cooperadas (con Tour Operadores nacionales, con líneas aéreas – LAN-, periódicos, otros)
 - c. **Potenciar el conocimiento del destino en los Tour Operadores nacionales** a través de fam trips.
3. Comercialización:
 - a. **Optimizar las vías intermediarias receptoras** en Colombia,
 - b. **Potenciar las vías de comercialización directa** a través de las nuevas tecnologías

Estas cuatro estrategias se derivan de la situación detectada en el diagnóstico sobre posicionamiento (Marca de proyección internacional, buen posicionamiento en el canal intermediario, tendencias positivas en mercado, percepción de calidad y claridad de productos, presencia de entidades científica, etc.).

17 Estrategias de sostenibilidad

En el Diagnóstico del Sector Turístico del Amazonas se ha identificado la necesidad de valoración, conservación y de educación en relación al entorno natural del departamento. En este punto se recogen las estrategias de sostenibilidad de negocio, social y medioambiental que ayuden dentro del PDT, a superar las problemáticas del departamento.

Síntesis del diagnóstico en sostenibilidad y calidad

Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none">▶ Desconocimiento del potencial de turismo en el sector y en la ciudadanía▶ Riesgo de deterioro ambiental y cultural▶ Aislamiento y pobreza, poca pertenencia regional de colonos▶ Población joven con potencial laboral▶ Falta de integración y consenso de sostenibilidad entre actividades productivas (forestal, pesquera, turismo)
Calidad	<ul style="list-style-type: none">▶ Niveles de calidad en empresas turísticas con calificación de bueno y muy bueno▶ Política competitiva de reducción de calidad y precio

Dentro de esta estrategia, y considerando a la sostenibilidad como un cúmulo de tres factores para la supervivencia del negocio a largo plazo, se incluye en este apartado todo lo relacionado a la generación de la calidad turística.

Las estrategias de sostenibilidad para el turismo pasan por:

1. Calidad:
 - a. Homogeneizar el nivel de calidad turística de las empresas turísticas para mejorar la competitividad del destino
 - b. Desarrollo de estándares voluntarios para el posicionamiento de la oferta (sobre sostenibilidad, sobre calidad de oferta, sobre tipo de actividad que presta, sobre autenticidad local de productos autóctonos -gastronomía, artesanías-, producidos bajo buenas prácticas, etc.)
2. Sostenibilidad:
 - a. Fomento de la conciencia ambiental a través del turismo, para la población residente y los visitantes
 - b. Fomento de mecanismos de preservación y gestión ambiental sostenibles
 - c. Fomento de mecanismos de turismo como herramienta de reducción de la pobreza (empleo directo, empleo de proveedores, generación de iniciativas, beneficios derivados que permiten reducir el ratio de NBI, etc.)
 - d. Fomento de sentimiento de identificación con el departamento y de participación de las comunidades indígenas dentro del desarrollo turístico

18 Estrategia de gobernanza y de soporte

Con base en lo identificado en el diagnóstico sobre gobernanza, se observa una clara necesidad de coordinación entre actores para la mejora de la competitividad del destino, sea en la gestión o en la generación de nuevas opciones de producto.

Síntesis del diagnóstico en gobernanza

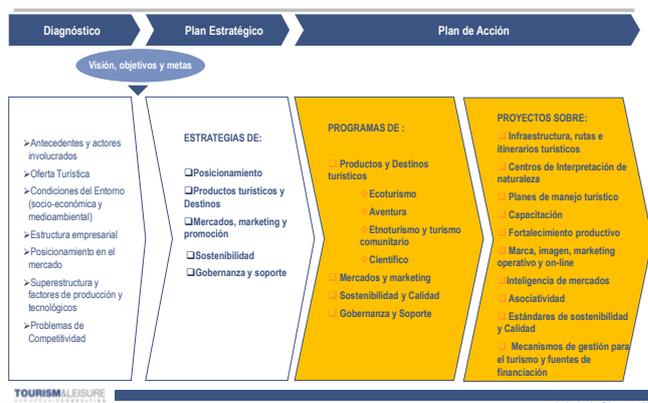
Gobernanza y gestión

- ▶ **Institucionalidad precaria** y deficiencias en los servicios públicos
- ▶ Buena presencia de **instituciones científicas**
- ▶ **Acuerdos en la triple frontera:** multilaterales y binacionales
- ▶ **Potencial de integración** por situación **transfronteriza**

La estrategia de gestión para el desarrollo turístico que se propone para el Departamento de Amazonas pasa por:

1. **Generar espacios de encuentro y diálogo a alto nivel**, con poder de decisión para la integración de los actores en la definición de políticas de desarrollo de forma coordinada (actores del sector público y relación internacional, sector académico-científico, actores privados y comunitarios)
2. **Consolidación de capacidad local para la captación de fondos de inversión públicos** para el desarrollo turístico

19 Programas de acciones



Definidas las diferentes estrategias para el desarrollo turístico del departamento, este capítulo tiene como objetivo abordar los programas de acciones para cada una de las líneas estratégicas planteadas, y definir unos perfiles de proyectos para su implementación a en el horizonte del PDT hasta el 2016. Los proyectos se agrupan en los siguientes programas:

- Productos y destinos
- Mercados, marketing y promoción
- Calidad y sostenibilidad
- Gobernanza y soporte

Cada programa se compone de diversos proyectos específicos que se presentan en

fichas con acciones indicativas de los contenidos recomendados para el PDT Amazonas 2016.

Las fichas de acción de los proyectos presentan los perfiles conceptuales preliminares, sujetos a su revisión y detalle final a la hora de su implementación concreta durante el PDT Amazonas 2016. En las fichas se presenta información que pretende orientar a los implementadores del PDT Amazonas, en cuanto a:

1. Contenidos posibles del proyecto
2. Fechas de comienzo recomendables para cada proyecto
3. Posibles actores responsables de la implementación
4. Una ubicación general estimativa, que no definitiva. Al respecto, es importante mencionar que las ubicaciones finales de los proyectos dependerán de la viabilidad y mejor opción en el momento de su realización, para lo cual se deberá hacer los estudios correspondientes, ajenos al alcance de un Plan estratégico como el PDT.
5. Un presupuesto orientativo, que también deberá ser ajustado una vez que se vaya a implementar el proyecto

En la realización de los talleres participativos con los actores, se destacó como proyecto más prioritario a la creación de normas para la operación turística en el departamento. Luego siguieron en prioridad proyectos de capacitación en general, el cimiento de las bases para el turismo con las comunidades y el desarrollo de actividades de marketing más innovadoras y especializadas. En una consideración como proyectos importantes pero no tan urgentes, se consideró la creación de centros de interpretación, el desarrollo de infraestructura fluvial en Leticia (solución a problemas del muelle), al desarrollo de rutas de aventura. En esos talleres además surgieron nuevos proyectos, que en conjunto con los propuestos inicialmente se trabajaron para lograr el portafolio de programas a continuación.

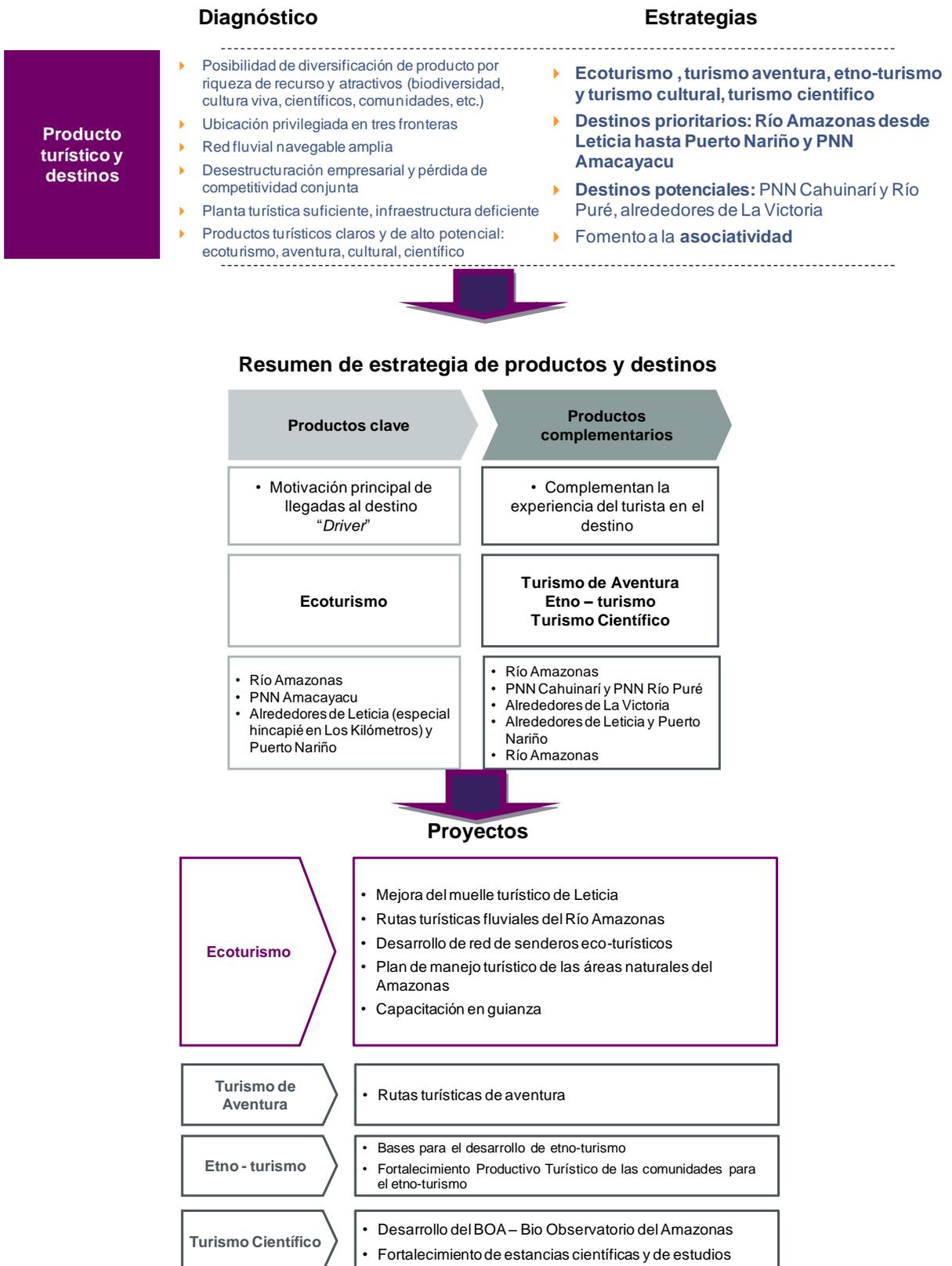
19.1 Programa de productos y destinos

Este programa tiene por objetivo:

- **Estructurar y consolidar los clusters de productos turísticos de categoría mundial para potenciar el atractivo del destino y su posicionamiento internacional**

A modo de marco conceptual y recapitulación del proceso, se presenta la secuencia lógica mantenida que deriva en los proyectos del programa. Así se tiene:

Proceso metodológico para el programa de productos y destinos



Los productos turísticos clave y complementarios han sido validados con los actores locales en los talleres correspondientes. Los proyectos para el Programa de productos y destinos son:

19.1.1 Producto Eco - Turismo

Mejora del muelle turístico de Leticia	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Este proyecto tiene por objeto dar solución al problema de embarco y desembarco turístico en el muelle de Leticia en las distintas épocas del año. En temporada de verano, el acceso se realiza a través del cruce por los islotes frente al actual malecón fluvial; en condiciones precarias e inseguras para el visitante y los operadores turísticos. El proyecto debe dar solución para que la operación sea estable y de calidad durante todo el año sin variación en temporada, considerando que el recurso y paseo fluvial desde Leticia es uno de los principales atractivos y productos turísticos de Amazonas. Para ello será necesario realizar las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inspección y revisión de muelles turísticos que se ubican a los alrededores de Leticia y valoración de su estado de conservación. Identificación de sitios alternativos y óptimos de embarco y desembarco turístico. Selección de un sitio para solución del problema actual de uso del muelle turístico en verano, sea el actual o una ubicación alternativa. • Viabilidad de proyecto: se deberá revisar la viabilidad técnica de la ubicación final, además de toda la viabilidad del proyecto, sea para la adaptación de los muelles turísticos actuales o para la construcción de muelles turísticos nuevos. Se deberá revisar la viabilidad técnica constructiva, viabilidad operativa para las capacidades actuales y proyectadas de movimiento turístico fluvial; viabilidad económica y social, ambiental y legal. • Construcción de un muelle turístico para Leticia 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2013</p> <p>Duración del proyecto: 1 año</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Departamento Administrativo de Planeación</p> <p>Coordinador general: Ministerio de Transporte</p>	<p>Fondo de Promoción Turística de Colombia</p> <p>DAFEC (Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura)</p> <p>Vice ministerio de Turismo</p> <p>Policia nacional</p> <p>Armada Nacional</p> <p>Corpoamazonia</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> • Leticia y alrededores 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 1 año (pesos): 140 millones (no incluye el costo de la construcción del muelle, que estará sujeto al proyecto final del muelle)</p>	<p>Modelo de financiamiento sugerido: Inversión pública</p>
<p>Indicadores: Cantidad de Inspecciones de muelles turísticos realizados. Porcentaje de avance del Plan de viabilidad Porcentaje de avance de la construcción de un muelle turístico.</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.</p>
Resultados finales	
<p>Para el año 2014 el municipio de Leticia debe estar dotado de un muelle para el disfrute del turismo.</p>	

Mejora del muelle turístico de Leticia

Muelle de Leticia



Rutas turísticas fluviales del Río Amazonas

Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Esta acción tiene como objetivo agrupar toda la información, así como tematizar y dotar de interpretación a las distintas rutas fluviales en el Río Amazonas, con el fin de homologarlas para el turismo, y facilitar al visitante las características de cada una. Se busca hacer la oferta más accesible al turista y que se logre difundir con mayor facilidad según las motivaciones del visitante, transmitiendo qué experiencias se proponen y qué puede esperar de cada ruta. Para ello se realizan las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de rutas turísticas fluviales tematizadas en el Amazonas, a partir de las ya existentes o de otras nuevas. Identificación de puntos clave de la ruta (puntos de observación de flora y fauna; puntos de interés turístico; entradas a ríos y caños; puntos de sombra y descanso, puntos de desembarco fijo y opcionales; etc.) y encontrar una temática o hilo conductor según: <ul style="list-style-type: none"> ○ las actividades turísticas ofertadas en cada ruta fluvial, ○ las especies de flora y fauna que se podrán observar, y ○ otros atractivos y elementos argumentales ○ las ubicaciones específicas que se visitan • Definición e inclusión de equipamiento de soporte a las diferentes rutas, para consolidar el cluster que favorezca la experiencia de turismo fluvial en el río (alojamientos ecoturísticos, comunidades con oferta para turismo, restaurantes y bares, aseos, etc.). • Creación y diseño de un mapa en el que se incluya la información de las rutas turísticas: temáticas así como los equipamientos en las rutas • Favorecer la alineación de los eslabones de la cadena de valor turística <ul style="list-style-type: none"> ○ Favorecer la integración comercial del producto en los canales de venta ○ Crear un programa de fortalecimiento de las asociaciones de transportadores vinculadas al desarrollo de las rutas fluviales ecoturísticas por el Amazonas. Dentro de los programas de capacitación, se deberá considerar un foco para los operadores sobre estas rutas. 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2014</p> <p>Duración del proyecto: 2 años</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: DAFEC (Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura)</p> <p>Coordinador general: Comité Intersectorial para el</p>	<p>Secretaría Departamental de Cultura y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo de Promoción Turística Capitanía de Puerto</p>

Rutas turísticas fluviales del Río Amazonas	
Turismo de Amazonas	Policía nacional
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
Río Amazonas y otros que en el confluyen situados entre Leticia y Puerto Nariño	
Componentes económico-financieros	
Costo total del proyecto a 2 años (pesos): 120 millones (ver detalle en Presupuesto PDT)	Modelo de financiamiento sugerido: inversión pública a realizar por el departamento y/o municipio
Indicadores: Cantidad de rutas identificadas Porcentaje del diseño del mapa de las rutas. Numero de rutas "Tematizadas" al año	Componentes y Factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto. Ambientales: Necesidad de diseñar rutas con interpretación y animación ambiental Socio Cultural: Participación de la comunidad en el desarrollo y usufructo de las rutas. Iteres variable de las comunidades en el Turismo. Institucional: Articulación entre las entidades intervinientes. Control ambiental y de uso y preservación de las rutas
Resultados finales	
Para el año 2016 las rutas deben estar diseñadas geográficamente, tematizadas y con infraestructura a su alrededor que facilite el acceso a los circuitos fluviales.	
	
Río Amazonas	Isla de la Fantasía

Desarrollo de Red de Senderos Eco-turísticos del Amazonas	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Se busca generar una oferta variada en cuanto a temáticas de ecoturismo, dentro del destino en general, de manera que el visitante sienta la necesidad de visitar los distintos sitios y senderos y de esa manera extienda su estadía o repita su visita. El proyecto consiste en tematizar y dotar de un concepto a los senderos para brindar información sobre la tipología y características de cada sendero.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listado e integración de toda la oferta de senderos turísticos existente en el destino, además de la identificación de otras opciones según atractivos aún sin utilizar. En este sentido, tomar como foco inicial a las áreas de recreación eco-turísticas ya identificadas en el POT: <ul style="list-style-type: none"> ○ Isla de La Fantasía ○ Isla de Los Micos 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2013</p> <p>Duración del proyecto: 4 años</p>

Desarrollo de Red de Senderos Eco-turísticos del Amazonas	
<ul style="list-style-type: none"> ○ San Martín de Amacayacu (Parque Amacayacu) ○ La Arenosa (Km. 10.5 Vía a Tarapacá) <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de posibles itinerarios y grandes senderos, a partir la oferta identificada, buscando la variedad en los conceptos para ampliar la diversidad de oferta, y así generar más estadía. Estructuración según: <ul style="list-style-type: none"> ○ las actividades ecoturísticas ofertadas en cada sendero, ○ las especies que se podrán observar, y ○ las ubicaciones específicas • Diseño de un mapa y guía informativa de Red de Senderos de Ecoturismo de Amazonas, con los itinerarios incluidos, la información de contacto de los proveedores presentes en cada sendero, información útil (horarios de apertura, teléfono, tipo de experiencia, indumentaria y consejos útiles para llevar) • Instalación de señalización en los espacios públicos, integrada y sostenible para acceder a los senderos de interpretación que oriente claramente al visitante por cada itinerario. Al respecto, se sugiere el desarrollo de los itinerarios en aplicaciones aptas para equipos móviles (ipads, tabletas, GPS, etc.), según disponibilidad de presupuesto. • Favorecer emprendimientos locales en los eslabones de la cadena de valor turística. Crear un programa “incubadora” de microempresas vinculadas al desarrollo de senderos ecoturísticos. Vinculación de las comunidades en labores de guía y interpretación ambiental, en los lugares en donde se desarrollen los senderos. 	
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
Ejecutor final: DAFEC (Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura) Coordinador general: Comité Intersectorial para el Turismo de Amazonas	Parques Naturales. ONG presentes en la región Reservas de la Sociedad Civil Universidades SENA Comunidades y autoridades Indígenas Fondo de Promoción Turística
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
Leticia y alrededores (Los Kilómetros), Puerto Nariño y el PNN de Amacayacu	
Componentes económico-financieros	
Costo total del proyecto a 4 años (pesos): 350 millones (ver detalle en Presupuesto PDT)	Modelo de financiamiento sugerido: Inversión pública a realizar por el departamento y/o municipio. Fondo de Promoción Turística
Indicadores: Cantidad de senderos identificados Porcentaje del diseño del mapa de la red de senderos. Número de senderos señalizados: Número de actividades de dinamización referenciadas	Componentes y Factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal para desarrollo y sostenibilidad de los senderos. Ambientales: Necesidad de diseñar senderos con interpretación y animación ambiental. Socio Cultural: Participación de la comunidad en el desarrollo y usufructo de los senderos. Interés variable de las comunidades en el Turismo. Institucional: Articulación entre las entidades intervinientes y los actores secundarios. Control ambiental y de uso de los senderos. Normas técnicas de actividades en los senderos.
Resultados finales	
Adecuación de senderos ecoturísticos, señalizados y plasmados en mapas turísticos.	

Desarrollo de Red de Senderos Eco-turísticos del Amazonas



Senderos acuáticos y terrestres en los kilómetros

Plan de manejo turístico de las áreas naturales del Amazonas	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>El objetivo de este proyecto consiste en proteger el entorno natural así como a las especies que en él se encuentran, mediante la realización de planes de manejo de áreas naturales de uso turístico. Es importante mencionar, que este proyecto no incluye un plan de manejo integral de las áreas naturales, con todos sus componentes ambientales y sociales, en las zonas intangibles o demás, sino simplemente hacer un plan de manejo del turismo exclusivamente y sobre las zonas que sean de uso turístico.</p> <p>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. Sobre las áreas que no cuenten con un plan de manejo para el turismo, se deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir un plan de manejo de los visitantes, según los criterios ambientales que afecten las áreas de uso turístico en las rutas fluviales y algún otro itinerario (no es para todo el Amazonas, sólo para sitios turísticos escogidos). Se deberá definir principalmente: <ul style="list-style-type: none"> ○ capacidad de carga turística diaria estimada para cada sitio, atractivo, ruta turística fluvial y sendero establecidos en los proyectos anteriores ○ 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>Momento de inicio del proyecto: 2013</p> <p>Duración del proyecto: 2 años</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Corpoamazonía</p> <p>Coordinador general: DAFEC (Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura)</p>	<p>Viceministerio de Turismo</p> <p>Parques Naturales</p> <p>Reservas de la Sociedad Civil</p> <p>Comunidades y autoridades Indígenas</p> <p>WWF</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<p>Todo el destino donde haya espacios naturales susceptibles de uso turístico y riesgo de impacto negativo</p>	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 2 años (pesos): 180 millones (con base en 3 planes de manejo turístico, uno para Amacayacu, otro para las rutas de río, otro para las rutas de ecoturismo y aventura – ver detalle en Presupuesto PDT)</p>	<p>Modelo de financiamiento sugerido: Fondo de Promoción Turística o algún otro fondo público</p>
<p>Indicadores: Número de planes de manejo turístico en el departamento</p>	<p>Componentes y Factores de riesgo: Financieros: Presentación del proyecto y disponibilidad de recursos en el Fondo de Promoción Turística Ambientales: Acoplar los planes a las disposiciones ambientales existentes y planes de manejo en áreas protegidas. Socio Cultural: Interés variable de las comunidades en el Turismo. Institucional: Capacidad de gestión de los planes.</p>
Resultados finales	
<p>Para el año 2015 el departamento debe tener definido cuál es el nivel de carga, cómo se deben llevar a cabo los mecanismos de gestión y se deben visualizar sus consecuencias en el caso que se fracturen los estándares de manejo permitidos.</p>	

19.1.2 Producto Turismo de Aventura

Rutas turísticas de aventura	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>El objetivo de este proyecto es generar itinerarios que consoliden clusters de turismo de aventura, a partir de la oferta existente o de otros atractivos aún no utilizados turísticamente. Este proyecto se combina con el desarrollo de rutas fluviales en el Amazonas y con el de la Red de Senderos de Ecoturismo, buscando consolidar los clusters de oferta en torno a las motivaciones de los visitantes. El objetivo último de este proyecto es la ampliación de diversidad de oferta, de forma clara y estructurada, que permita una mejor comercialización y a la vez, una ampliación de los tiempos de estadía de los visitantes o de la tasa de repetición al destino. Para el proyecto se deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listado e integración de toda la oferta de turismo aventura existente en el destino, además de la identificación de otras opciones según atractivos aún sin utilizar • Desarrollo de posibles itinerarios temáticos a partir la oferta identificada. Identificación de los conceptos potenciales con los actores involucrados, buscando la complementariedad de los conceptos y su variedad para ampliar la diversidad de oferta, y así generar más estadía. Estructuración según: <ul style="list-style-type: none"> ○ Tipo de actividad de aventura (escalada, kayak, 4x4, moto, lancha rápida, canopy, supervivencia, otros) ○ Tipo de localización de la aventura (en río, en caños, en mangles, en colinas y quebradas, en selva primaria, etc.) • Diseño de un mapa y guía informativa de Rutas de Aventura de Amazonas, con los itinerarios incluidos, la información de contacto de los proveedores presentes en cada sendero, información útil (horarios de apertura, teléfono, tipo de experiencia, indumentaria y consejos útiles para llevar) • Señalización integrada y sostenible para los itinerarios que oriente claramente al visitante. Al respecto, se sugiere el desarrollo de los itinerarios en aplicaciones aptas para equipos móviles (ipads, tabletas, GPS, etc.), según disponibilidad de presupuesto. • Favorecer emprendimientos locales en los eslabones de la cadena de valor turística. Crear un programa “incubadora” de microempresas vinculadas al desarrollo de las rutas de turismo aventura. 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2014</p> <p>Duración del proyecto: 2 años</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: DAFEC (Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura)</p> <p>Coordinador general: Comité Intersectorial para el Turismo de Amazonas</p>	<p>Viceministerio de Turismo</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<p>Alrededores de Leticia (Kilómetros), Río Amazonas, y otras áreas naturales en alrededores de Puerto Nariño</p>	

Rutas turísticas de aventura	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 2 años (pesos): 175 millones (Con base en sólo 10 señales, y el costo de la dinamización se vale del aplicado en el proyecto de senderos de ecoturismo – ver detalle en Presupuesto PDT)</p>	<p>Modelo de financiamiento sugerido: inversión pública</p>
<p>Indicadores: Número de actividades y productos identificados Porcentaje del material gráfico. Número de señales instaladas. Número de rutas dinamizadas</p>	<p>Componentes y Factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal para desarrollo y sostenibilidad de las rutas. Ambientales: Necesidad de diseñar rutas con interpretación y animación ambiental. Acorde con la normatividad vigente. Socio Cultural: Participación de la comunidad en el desarrollo y usufructo de las rutas. Interés variable de las comunidades en el Turismo. Institucional: Articulación entre las entidades intervinientes y los actores secundarios. Control ambiental y de uso de las rutas. Normas técnicas de actividades a desarrollar.</p>
Resultado final	
<p>Generación de clusters turísticos de aventura en el Amazonas.</p>	
	
<p>Entrada a la Reserva Tanimboca</p>	<p>Alrededores de Puerto Nariño</p>

19.1.3 Producto Etno-turismo

Bases para el desarrollo de etno-turismo	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Este proyecto tiene por objetivo que las comunidades estructuren el desarrollo del producto etno-turismo, de acuerdo a un modelo de negocio definido por ellos mismos. Debe ir asociado a los proyectos de rutas fluviales, senderos y actividades de aventura según la especificidad, ubicación geográfica y complementariedad. Para ello es preciso la realización de las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inventario de comunidades indígenas de Amazonas susceptibles de su inclusión al turismo (por ej. alrededores de Los Kilómetros). Se deberá identificar los atractivos de sus alrededores y los itinerarios fluviales, eco-turísticos y de aventura a los cuales se pueden sumar con oferta etno-turística y comunitaria. 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 Amazonas. • Articulación y aprovechamiento del programa del Posadas Turísticas como alternativa de alojamiento singular • Socialización del proyecto y captación de comunidades. Apertura de un plazo para la incorporación de las comunidades que decidan incorporarse al programa de "Etno-turismo". El proceso debe considerar los tiempos de consulta que tienen las comunidades para la toma de decisiones. Se debe definir un procedimiento fácil y accesible para que las comunidades puedan incorporarse y formar parte del proyecto. • 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 gestión de ingresos y cobros por servicios turísticos; 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. • Definir un plan de negocio de etno-turismo por comunidad, según las actividades turísticas y culturales a desarrollar. • 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>Momento de inicio del proyecto: 2012</p> <p>Duración del proyecto: 4 años</p>
<p>Actores principales de implementación</p> <p>Ejecutor final: OPIAC (Organización de Pueblos Indígenas del Amazonas Colombiano), ACITAM (Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico) y los cabildos de cada comunidad</p> <p>Coordinador general: Comité Intersectorial para el Turismo de Amazonas</p>	<p>Actores secundarios y/o relacionados al proyecto</p> <p>DAFEC (Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura) Secretaría Departamental de Cultura y Turismo Fondo de Promoción Turística Findeter, Bancoldex Operadores turísticos</p>
<p>Destinos turísticos de implementación del proyecto</p> <p>Los alrededores del Río Amazonas, Leticia y Puerto Nariño</p>	

Bases para el desarrollo de etno-turismo

Componentes económico-financieros

Costo total del proyecto a 4 años (pesos):
280 millones (ver detalle en Presupuesto PDT)

Modelo de financiamiento sugerido: financiamiento público, fondos de entidades financieras (Findeter, Bancoldex, el Banco Agrario, etc.) o en el marco de un programa de RSC de Corporaciones colombianas

Indicadores:

- Porcentaje de avance del Inventario
- Número de socializaciones realizadas
- Porcentaje de avance en la definición del modelo de etno-turismo.
- Número de Diagnósticos realizados.
- Número de planes de negocio finalizados.
- Número de proyectos puestos en marcha

Componentes y Factores de riesgo:

- Financieros:** Disponibilidad presupuestal para desarrollo y creación de productos.
- Ambientales:** Necesidad de diseñar productos etnicos, con interpretación y animación ambiental. Acorde con la normatividad vigente.
- Socio Cultural:** Participación de la comunidad en el desarrollo y usufructo de las rutas. Interés variable de las comunidades en el Turismo. Preservación del entorno cultural de cada comunidad.
- Institucional:** Articulación entre las entidades intervinientes y los actores secundarios.

Resultado final

Diseño e implementación de un producto turístico realizado de la mano con las comunidades indígenas, cuya base es la sostenibilidad y el respeto de su cultura y tradiciones.

Punto de Información Turística Puerto Nariño



Comunidad indígena Huitoto



Fortalecimiento Productivo Turístico de las comunidades para el etno-turismo	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Este proyecto tiene por objetivo que las comunidades cuenten con herramientas que les permitan desarrollos turísticos de etnoturismo, según el proyecto de Bases para el desarrollo del etno-turismo. Para esto, las acciones dentro del proyecto son:</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 etnoturístico de los proyectos de las comunidades. Realizarían también funciones de “Tutor”. (ejemplo de referencia la fundación panameña Dobbo Yala) • 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 • Asistencia a 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 las comunidades interesadas en desarrollar sus propios productos turísticos. Esto se deberá coordinar con el proyecto de gobernanza de la unidad de búsqueda de fondos de financiamiento para el desarrollo. • Asistencia a la Comercialización en el que las comunidades reciban un apoyo en el proceso de promoción y venta del producto turístico turismo comunitario 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2012</p> <p>Duración del proyecto: 4 años</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: OPIAC (Organización de Pueblos Indígenas del Amazonas Colombiano), ACITAM (Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico) y el cabildo de cada comunidad Sector privado y actores del turismo de Amazonas</p> <p>Coordinador general: Comité Intersectorial para el Turismo de Amazonas</p>	<p>DAFEC (Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura) Secretaría Departamental de Cultura y Turismo Fondo de Promoción Turística Findeter, Bancoldex Operadores turísticos</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
Los alrededores del Río Amazonas, Leticia y Puerto Nariño	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 4 años (pesos): 444 millones (ver detalle en Presupuesto PDT)</p>	<p>Modelo de financiamiento sugerido: inversión pública, inversión de instituciones relacionadas a las comunidades, inversión corporativa a través de RSC</p>
<p>Indicadores: Porcentaje de creación de un Sistema de “voluntariado” o RSE. Número de capacitaciones para la Incubación de Micro-empresas. Número de capacitaciones para financiación Número de capacitaciones para comercialización.</p>	<p>Componentes y Factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo y sostenibilidad del programa. Ambientales: Cuidado y conservación del medioambiente Socio Cultural: Participación de las empresas en el desarrollo y financiación del proyecto. Interés variable de las comunidades en el Turismo. Preservación del entorno cultural, Institucional: creación de contenidos especiales que preserven la identidad de las comunidades.</p>
Resultados finales	
Comunidades indígenas independientes en cuanto a la operación de actividades turísticas y búsqueda de fuentes de financiación.	

Fortalecimiento Productivo Turístico de las comunidades para el etno-turismo



Maloka Jitoma en el Kilómetro 6

19.1.4 Producto Turismo Científico

Desarrollo del BOA – Bio Observatorio del Amazonas ³⁴	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Se presenta como el proyecto que, bien diseñado y gestionada su promoción y posicionamiento, puede transformarse en el proyecto icónico de enlace internacional del Amazonas de Colombia.</p> <p>El Bio Observatorio Amazónico (BOA) es un “espacio”, para la observación de la vida en el Amazonas. La observación de la relación dinámica que se establece entre diversos grupos humanos, con sus formas de ver el mundo, y múltiples ofertas naturales en un mismo territorio. Vivir en la Amazonía es un asunto intercultural que implica un encuentro de saberes y prácticas, tanto científicas como tradicionales. Es a partir de este encuentro multicultural que debe construirse una manera de vivir en la Amazonía, que permita satisfacer las necesidades de los habitantes de la región sin destruir la riqueza natural y cultural del territorio. El BOA debe garantizar el acceso de todos los ciudadanos de la región a sus actividades, proyectos y demás iniciativas; pues son ellos, en primera instancia, su población objetivo. Dada la naturaleza fronteriza de la zona, la proyección internacional de esta iniciativa es esencial; ésta se entiende de dos maneras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollando proyectos de carácter transnacional (con Perú y Brasil) • Buscando la cooperación de la comunidad internacional para el logro de sus objetivos. <p>Para el desarrollo del proyecto, se deberá hacer las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Master Plan: a partir del master plan inicial del proyecto de Corpoamazonía, se podrá hacer un proyecto más ambicioso y de proyección internacional. Se considera necesario hacer un replanteamiento del concepto del sitio, para ajustarlo a las necesidades de la demanda, al potencial de proyección internacional, y a la oportunidad de su posicionamiento icónico mundial. Para esto, se debe hacer un master plan y plan de negocio, a fin de evaluar la viabilidad de una opción de 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2013 con Master Plan y plan de negocio 2014 construcción</p> <p>Duración del proyecto: 2 – 4 años (sólo 3 años de la vigencia del PDT – desde el 2014 incluido)</p>

³⁴ Proyecto existente en Corpoamazonía y Fundación Zoológica de Cali. Se anexa el resumen técnico del proyecto al PDT.

Desarrollo del BOA – Bio Observatorio del Amazonas³⁴

<p>proyección internacional icónica del Amazonas Colombiano.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de negocio: desarrollo de un modelo y plan de negocio para la operación rentable del centro de interpretación • Construcción 	
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Corpoamazonía y Fundación Zoológica de Cali</p> <p>Coordinador general: DAFEC (Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura) y Comité Intersectorial para el Turismo de Amazonas</p>	<p>Fondo de Promoción Turística</p> <p>Universidades. Nacionales e internacionales.</p> <p>ONG interesadas en proyectos de investigación.</p> <p>Colciencias</p> <p>SENA</p> <p>Ministerio de Educación Nacional</p> <p>Ministerio de Medio Ambiente.</p> <p>Proexport.</p> <p>Ministerio de Comercio, Industria y turismo</p> <p>SINCHI.</p> <p>Departamento administrativo de Educación, cultura y Deportes</p> <p>Departamento Administrativo de Ambiente, biodiversidad, agricultura sostenible y Desarrollo empresarial.</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<p>Entre Leticia y Puerto Nariño, en sitio a definir. Se tiene una localización preliminar propuesta en Granja Nazaret.</p>	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 1 año (pesos):</p> <p>Costo del master plan: 300 millones (en caso de buscar un diseño icónico, el costo se deberá estimar en torno a los 400 a 500 mil USD, entre 800 y 1 millón de pesos colombianos)</p> <p>Costo de construcción dependerá del proyecto final y no se incluye en este apartado (sujeto al importe definitivo de la construcción)</p>	<p>Modelo de financiamiento sugerido: financiamiento público, patrocinio de grandes instituciones científicas y académicas a nivel mundial, otros financiamientos de organismos multilaterales (BID, Unión Europea, otros)</p>
<p>Indicadores:</p> <p>Porcentaje de avance del Master Plan</p> <p>Porcentaje de creación del Plan de Negocios.</p> <p>Porcentaje de avance de construcción de la obra.</p> <p>Nota: Los dos últimos están por fuera del plan.</p>	<p>Componentes y Factores de riesgo:</p> <p>Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo y sostenibilidad del BOA, Presentación al Fondo de Promoción Turística</p> <p>Ambientales: Plan de Manejo ambiental.</p> <p>Socio Cultural: Vinculación de la comunidad al desarrollo del proyecto.</p> <p>Institucional: Articulación con entidades ambientales y centros de investigación de orden nacional e internacional. Proyecto que involucra todos los estamentos del departamento para su sostenibilidad.</p>
Resultado final	
<p>Con base en los estudios realizados, como el Master Plan y el Plan de negocios, se espera la construcción del BOA.</p>	

Fortalecimiento para captación de estancias científicas-académicas	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Este proyecto busca optimizar la capacidad de oferta científica y académica presente en el destino, al igual que el recurso amazónico natural y social de interés mundial.</p> <p>En este sentido, se entiende que la estructuración del producto pasa por la creación de un programa de estudios de investigación científica, otro de especialización y un tercer programa dedicado a la promoción de estancias de investigadores internacionales. Todos estos programas serán localizados en el Amazonas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomento de estudios y acuerdos de estancias con universidades internacionales, a partir de lo que ya se está haciendo en la actualidad para que investigadores puedan realizar investigaciones en campo • Fomento de estudios de posgrado de especialidad con base en el recurso natural (medicina natural, homeopatía, industria química, a partir de especies de la zona) y del conocimiento y tradiciones de las comunidades • Fomento de becas (o medias becas) sobre gastos de alojamiento y campo en el destino, en temporadas bajas, que permita a los estudiantes la realización de estancias de estudios científicos en el Amazonas • 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2015</p> <p>Duración del proyecto: 4 años (más allá de la vigencia del PDT)</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Instituto de Investigación Alexander Humboldt, SINCHI (Instituto Amazónico de Investigación Científica); sector turístico privado</p> <p>Coordinador general: Comité Intersectorial de Turismo</p>	<p>Universidad de Amazonas; Universidad Nacional OPIAC (Organización de Pueblos Indígenas del Amazonas Colombiano); ACITAM (Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico) y los cabildos de cada comunidad</p> <p>Departamento administrativo de Educación, cultura y Deportes</p> <p>Departamento Administrativo de Ambiente, biodiversidad, agricultura sostenible y Desarrollo empresarial</p> <p>Corpoamazonía</p> <p>Viceministerio de Turismo</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
Todo el destino	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 2 años (pesos): 40 millones (ver detalle en Presupuesto PDT)</p>	<p>Modelo de financiamiento sugerido: Fondo de Promoción Turística; fondos públicos de gestión; financiamiento del sector turístico en especie para las becas (descuentos en alojamiento y transportes)</p>
<p>Indicadores: Número de estancias científicas logradas en el año.</p>	<p>Componentes y factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal Ambientales: Plan de Manejo ambiental. Investigación ambiental preferente. Socio Cultural: Posibilidad de estudios étnicos, culturales, antropológicos y arqueológicos Institucional: Capacidad de recopilación de experiencias en el destino</p>
Resultado final	
Se espera que en el año 2019 el Departamento del Amazonas sea un centro de estudios de alto nivel científico.	

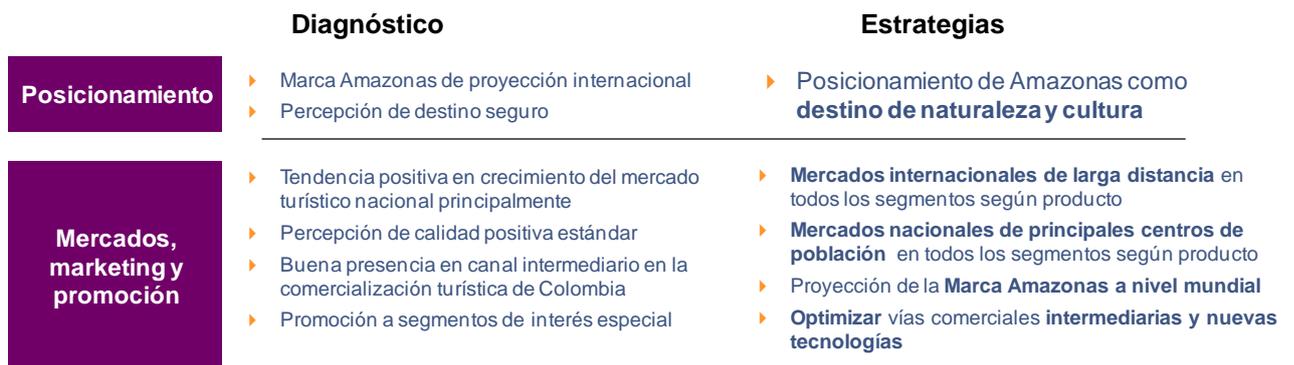
19.2 Programa de mercados, marketing y promoción

El objetivo del programa de mercados, marketing y promoción es:

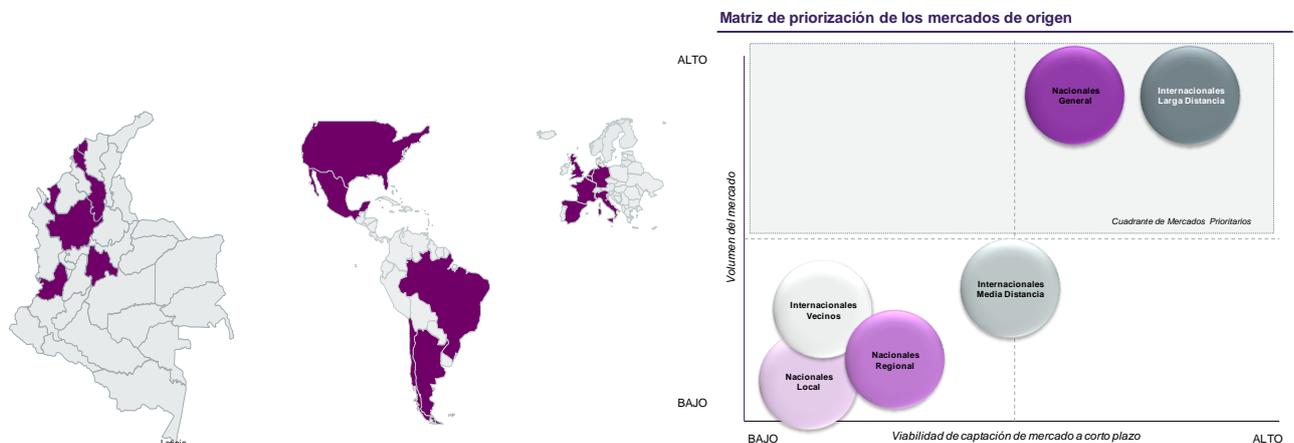
1. **Introducir los productos turísticos del departamento de forma óptima, contando con los recursos escasos con que se cuenta**
2. **Definición óptima de canales y herramientas comerciales para mercados y segmentos.**

Se presenta la secuencia lógica mantenida que deriva en los proyectos del programa. Así se tiene:

Proceso metodológico para el programa de mercados, marketing y promoción



Resumen de estrategia de mercados, comunicación y promoción





Proyectos



Los proyectos del programa son:

Evaluar la idoneidad de la marca turística del destino	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>En vistas de la nueva estrategia de desarrollo y posicionamiento del destino, se debe evaluar la idoneidad de la marca turística actual de Amazonas. En este sentido, se deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consulta de validación a mercado sobre percepción de la marca. Evaluación competitiva en relación a otras marcas de destinos amazónicos vecinos nacionales e internacionales. Según los resultados, se deberá evaluar si la marca es idónea para el destino o si se debe cambiar. En tal caso, el proceso sería el siguiente: <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 ○ Modificación del logo, incorporando elementos físicos identificativos y característicos del departamento del Amazonas ○ Incorporación de un eslogan que sea característico del departamento y de los productos que se dispone a ofertar. ○ 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. ○ Organización de un evento de presentación en el que se presente la marca turística a los habitantes del departamento y a los profesionales del sector con el fin involucrarlos en su uso comercial intensivo. 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2012</p> <p>Duración del proyecto: 6 meses</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Secretaría de Cultura y Turismo</p> <p>Coordinador general: Comité Intersectorial de Turismo</p>	<p>Operadores turísticos del departamento</p> <p>Viceministerio de Turismo</p> <p>Fondo de Promoción Turística</p>

Evaluar la idoneidad de la marca turística del destino	
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> • Para todo el departamento 	
Componentes económico-financieros	
Costo total del proyecto a 1 año (pesos): 10 millones (ver detalle en Presupuesto PDT)	Posibles fuentes de financiación: Fondo de Promoción Turística
Indicadores Porcentaje de ejecución del estudio de percepción de la marca	Componentes y Factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal Ambientales: Plan de Manejo ambiental: investigación ambiental preferente. Socio Cultural: Apropiación de los ciudadanos de la marca del destino. Institucional: Capacidad de recopilación de experiencias en el destino
Resultados finales	
Para el año 2013 el departamento debe tener consolidada la imagen turística. Debe representar el colectivo de los actores y ser utilizada según el manual de uso.	

Plan de Innovación en Marketing amazónico	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>El objetivo es reforzar las acciones promocionales que ya se han estado llevando a cabo hasta el momento, para consolidar el posicionamiento y comercialización del departamento del Amazonas en los mercados clave. Se debe mantener el esfuerzo realizado en ANATO 2012, donde Amazonas fue el Departamento invitado y no disminuir su presencia en ediciones futuras. Por otra parte, se debe aprovechar el soporte de grandes operadores nacionales consolidados en el destino, como Decameron, Aviatur, On Vacation , etc; para continuar con las campañas de promoción y trabajo de free press en los últimos años. El objetivo del proyecto, es no sólo mantener las acciones tradicionales de promoción, sino fomentar la innovación que las nuevas tecnologías permiten para un destino en vías de consolidación como Amazonas. En este sentido, las acciones serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing tecnologías de la información: <ul style="list-style-type: none"> • Creación de la página web de turismo del Amazonas organizada por productos turísticos • Diseño de "brochures" digitales a incluir en la página web y que sean descargables mediante "flash-codes" • Creación de una aplicación 2.0 en la que los visitantes al Amazonas puedan participar subiendo fotos, comentarios, etc. • Realización de una campaña de promoción del Amazonas en aquellas páginas relacionadas con el sector turístico en Colombia y en aquellas páginas relacionadas con la tipología de productos turísticos ofertados por el Amazonas • Participación del destino en las redes sociales de los mercados objetivo, con sus propias páginas y códigos (facebook, twitters, otros). • Generación de aplicaciones para bajar a equipos personales móviles (iPad, itouch, tabletas, otros), con contenidos sobre la oferta, las rutas fluviales, itinerarios de ecoturismo y aventura, oferta alojamiento, gastronómico, etc. • Promoción: <ul style="list-style-type: none"> • Ferias <ul style="list-style-type: none"> • 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. Se recomienda la asociación promocional con otros departamentos amazónicos, como Vaupés, Guainía y Caquetá, con la finalidad de aumentar diversidad de oferta con especializaciones de cara al tour operador intermediario. • Viajes de familiarización <ul style="list-style-type: none"> • Invitación de profesionales (turoperadores y agencias de viaje) de los mercados considerados objetivo así como especializados en los productos ofertados por el Amazonas. Organización de fam trips de unas 8-10 personas cada uno para dar a conocer el departamento a los intermediarios del sector • Viajes de prensa y líderes de opinión <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de medios de comunicación (prensa, revistas, bloggers, twiteros y programas de televisión) de los mercados considerados objetivo, así como aquellos mercados especializados en los productos ofertados por el Amazonas. Organización de viajes de prensa individualizados, tematizados y especializados, de forma selectiva durante todo el año. 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2013</p> <p>Duración del proyecto: 4 años</p>
<p>Actores principales de implementación</p> <p>Ejecutor final: Secretaría de Cultura y Turismo Coordinador general: Comité Intersectorial de Turismo</p>	<p>Actores secundarios y/o relacionados al proyecto</p> <p>Operadores turísticos del departamento (Ecodestino, Amazonate.com, Decameron, Mundo Amazonas, otros) Viceministerio de Turismo Fondo de Promoción Turística</p>
<p>Destinos turísticos de implementación del proyecto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento 	

Plan de Innovación en Marketing amazónico	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 4 años (pesos): 876 millones (ver detalle en Presupuesto PDT)</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondo de Promoción Turística, fondos privados del sector y gratuidades para fam y press trips.</p>
<p>Indicadores</p> <p>Porcentaje de ejecución del estudio de percepción de la marca</p>	<p>Componentes y Factores de riesgo:</p> <p>Financieros: Disponibilidad presupuestal Ambientales: Plan de Manejo ambiental: investigación ambiental preferente. Socio Cultural: Apropiación de los ciudadanos de la marca del destino. Institucional: Capacidad de recopilación de experiencias en el destino</p>
Resultados finales	
<p>Se espera que el departamento se promocióne en los diversos canales de comunicación y que utilice todas las herramientas de marketing para su posicionamiento en el mercado.</p>	

Inteligencia de mercado	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Este proyecto tiene por objeto la optimización del sistema de recolección de estadísticas turísticas, y así mejorar la monitorización de la actividad turística en el departamento. Para ello:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejora y sistematización de los registros en Aeropuerto: a través de sistemas automáticos computarizados, de baja inversión pero de fácil uso para el visitante y el responsable, y rápidos resultados para la toma de decisión del destino. Se sugiere la sistematización electrónica a través de varios puestos de pantallas táctiles a la llegada y salida del destino, viables en la presente estructura del aeropuerto de Leticia. • Aprovechamiento de los registros en hoteles: además de la información de registro por disposición legal de policía en los hoteles, se puede agregar algunos elementos de información extra para la mejora de la inteligencia de mercado • Consultas regulares: como parte de la labor de consolidación se deberá lanzar con una periodicidad definida consultas sobre distintos temas, entre los cuales los básicos deben ser: Encuestas de satisfacción a turistas finales (demanda); Encuestas de valoración a los prestadores de servicios turísticos (oferta) • Sistematización de resultados y distribución de la información: se debe establecer el mecanismo de integración de la información en informes sencillos y prácticos para el sector turístico, de forma regular (mensual, bimestral, trimestral, etc.). Estos resultados deben permitir replanteos a los lineamientos estratégicos y el desempeño del turismo en el destino. 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2013</p> <p>Duración del proyecto: 4 años</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Policía Turística de Amazonas, Secretaría de Cultura y Turismo, Aeropuerto de Leticia, Hoteles del Departamento</p> <p>Coordinador general: Comité Intersectorial de Turismo</p>	<p>Operadores turísticos del departamento</p> <p>Hoteles</p> <p>Restaurantes</p> <p>Transporte</p> <p>Artesanías</p> <p>Viceministerio de Turismo</p> <p>Fondo de Promoción Turística</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 4 años (pesos): Persona a tiempo parcial a cargo de la recopilación de las informaciones (sueldo anual de 11.250.000 durante 4 años): 45.000.000</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondo de Promoción Turística, Fondos públicos del departamento</p>
<p>Indicadores</p> <p>Número de estadísticas realizadas</p>	<p>Componentes y Factores de riesgo:</p> <p>Financieros: Disponibilidad presupuestal</p> <p>Ambientales:</p> <p>Socio Cultural:</p> <p>Institucional: Coordinación con las entidades que pueden aportar este proyecto</p>
Resultados finales	
<p>Se espera que para el año 2017 el departamento cuente con un sistema eficiente que permita la recolección y almacenamiento de datos estadísticos útiles para la planificación y gestión del turismo.</p>	

Creación de Clubes de Producto	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Debido a la buena cantidad de empresas de turismo presentes en el destino, y a la diversidad de oferta en cuanto a calidades, sumados a la problemática de falta de productos comercializables claros y la falta de asociatividad, se proponen los Clubes de Producto como alternativa de consolidación de clusters comerciales.</p> <p>Los Clubes de Producto no son otra cosa que una agrupación de empresas privadas y públicas de turismo, donde se establecen condiciones de entrada al Club y unos requisitos de esfuerzo para ser socio (económicos o no); que tienen una finalidad de aumento de competitividad, a través de la consolidación de una oferta turística, sea a través de la generación de un tipo de producto (generar cluster de ecoturismo, etnoturismo, etc.), de las calidades de un producto (tipo de motivación – ecoturismo, aventura, etc. -, actividad de turismo – alojamiento, gastronomía, etc.-; calidades y categorías –lodges de Amazonas, B&B de Leticia, Preferred Boats of Amazonas – etc.), o de las calidades de la demanda objetivo (Amazonas Familiar, donde toda la oferta está asegurada para atender a familias; o Amazonas backpacker, para atender a este segmento). En los últimos casos, al igual que para este proyecto, el objetivo de esta agrupación de oferta es con una finalidad de identificación comercial clara y su consecuente aumento de competitividad.</p> <p>El proyecto pretende mejorar la capacidad de asociación de los actores y empresarios turísticos del Amazonas. Los Clubes de Producto que se plantea fomentar para Amazonas, están orientados a la optimización comercial a partir del esfuerzo asociado. Para esto generar la asociatividad comercial, se realizarán las siguientes tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listar las tipologías de producto turístico potenciales en Amazonas (rutas fluviales, rutas ecoturísticas, de aventura, clubes por tipo de alojamiento, por calidad ofertada, por segmento objetivo, etc.). • Evaluar la situación de oferta de cada opción y realizar un diagnóstico comercial de base para definir qué clubes de producto son viables y potenciales. Para esto, hacer consultas con los actores involucrados en cada caso, y la validación con intermediarios que podrían comercializar los productos del club, para evaluar el potencial interés y viabilidad de cada club. • Selección de los productos turísticos de los clubes, según sean viables y vendibles • Consolidación de los clubes con los actores involucrados, definiendo productos, precios, formas de comercialización, conceptos de posicionamiento. • Promoción de los clubes de producto creados • Consolidación de manuales de funcionamiento de los clubes, de forma participativa con los actores, quienes definirán los requisitos que deben cumplirse para formar parte del club • Diseño de la marca turística de cada Club de Producto 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2014</p> <p>Duración del proyecto: 1 año</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, empresarios privados del turismo</p> <p>Coordinador general: Mesa Sectorial de Turismo</p>	Otras instituciones según la temática de los clubes
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
Todo el departamento	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 1 año (pesos): 73,5 millones (ver detalle en Presupuesto PDT)</p>	<p>Modelo de financiamiento sugerido: fondos públicos y de organismos multilaterales para la dinamización de los clubes. Una vez formados, se deben autofinanciar.</p>
<p>Indicadores Realización del Inventario de las tipologías de producto turístico (si/no)</p>	<p>Componentes y Factores de riesgo: Financieros: Disponibilidad presupuestal Ambientales: Clubes con valor agregado en temas ambientales.</p>

Creación de Clubes de Producto	
<p>Numero de clubes seleccionados</p> <p>Realización del evento de Socialización de los clubes propuestos (si/no)</p> <p>Porcentaje de elaboración del Manual de calidad</p> <p>Elaboración del diseño del sello de Calidad (si/no)</p> <p>Realización de la socialización sello de calidad (si/no)</p>	<p>Socio Cultural: Participación comunitaria en los clubes.</p> <p>Institucional: Política de desarrollo, apoyo y visibilización de los sellos de calidad.</p>
Resultados finales	
<p>Generar asociaciones entre los empresarios que hagan del Amazonas un destino competitivo.</p>	

19.3 Programa de sostenibilidad y calidad

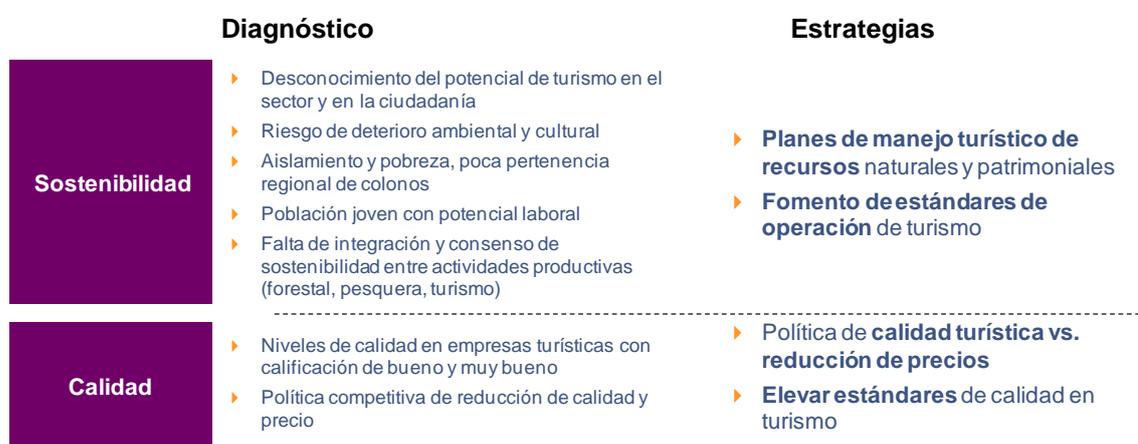
Los objetivos del programa de sostenibilidad y calidad están dirigidos a:

1. **Fomentar la prestación de servicios turísticos de calidad para la competitividad**
2. **Posicionar al destino con estándares y sellos de referencia**

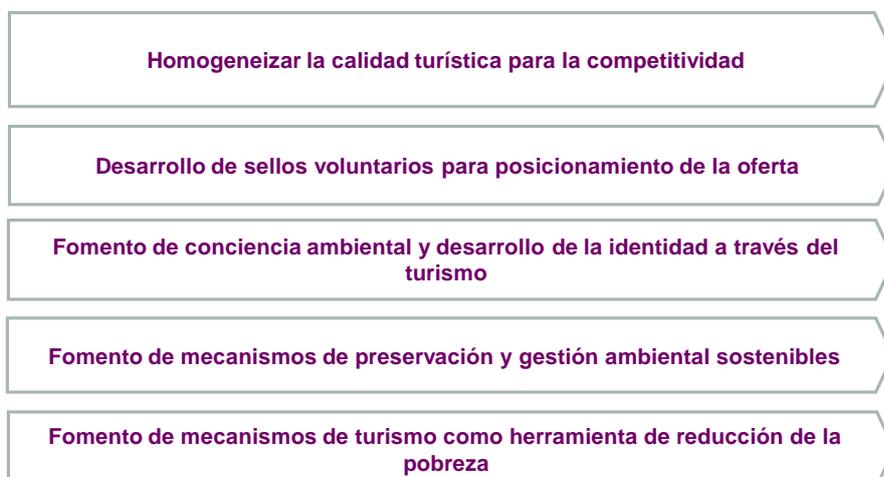
La situación actual del destino se encuentra en un punto crítico de desarrollo, donde se está comenzando a aplicar una política de reducción de precios como herramienta para competir entre la oferta local, y contra otros destinos. Con base en el potencial general de Amazonas, la política se presenta errónea, por lo que este programa busca fomentar la calidad para poder competir con esa herramienta y ser competitivos, incluso con niveles de precio superiores que otros destinos amazónicos competidores.

Se presenta la secuencia lógica mantenida que deriva en los proyectos del programa. Así se tiene:

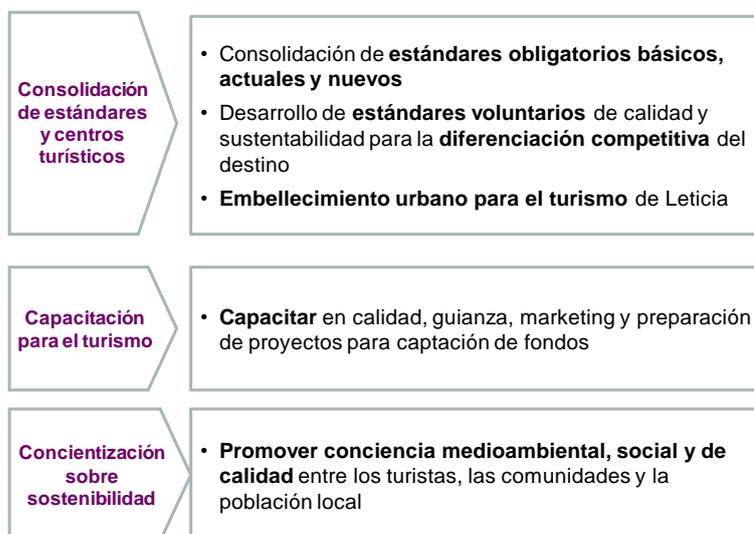
Proceso metodológico para el programa de sostenibilidad y calidad



Resumen de estrategia de sostenibilidad y calidad



Proyectos



Los proyectos del programa son:

Consolidación de estándares obligatorios básicos de calidad turística	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<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 aumentar el nivel general de calidad turística en el destino. Para esto, resulta de base nivelar la situación de las empresas turísticas del destino a las que se establecen en la normativa nacional. Es la medida mínima para salir a competir en el mercado doméstico, y para captar demanda extranjera con ciertas garantías. Las acciones a llevar a cabo serán las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las actividades turísticas que cuentan con estándares • Estructurar las herramientas de evaluación y autoevaluación para las empresas involucradas según la normativa nacional • Realizar inspección de base para diagnosticar la situación general sobre un referente común • Definir un plan de mejora para el sector con unos objetivos mínimos a conseguir en el corto y medio plazo • Dar seguimiento a inspecciones posteriores de mejor, y establecer una penalización que obligue a la empresa adaptarse al cumplimiento de la norma 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2013</p> <p>Duración del proyecto: 4 años</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Secretaría de Cultura y Turismo Coordinador general: Comité Intersectorial de Turismo</p>	<p>Operadores turísticos del departamento Hoteles Restaurantes Transporte Viceministerio de Turismo Fondo de Promoción Turística DAFEC (Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura)</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento 	
Componentes económico-financieros	

Consolidación de estándares obligatorios básicos de calidad turística

Costo total del proyecto a 4 años (pesos):
48 millones (ver detalle en Presupuesto PDT. El 1er año la inversión es de 30 millones y entre 2014 y 2016 es de 6 millones anuales).

Posibles fuentes de financiación:
Fondo de Promoción Turística, fondos públicos del Departamento

Indicadores

Número de visitas de auditoria de estándares obligatorios

Componentes y Factores de riesgo:

Financieros: Posibilidad de cobro de las auditorias, Disponibilidad presupuestal.
Ambientales: Clubes con valor agregado en temas ambientales.
Socio Cultural: Participación comunitaria en los clubes.
Aceptación de las comunidades del turismo. Aceptación y valoración de la norma por los prestadores.
Institucional: Política de desarrollo, apoyo y visibilización de los sellos de calidad.

Resultados finales

Para el año 2017 el todos los operadores y prestadores de servicios turísticos deben haber adherido a los estándares obligatorios de calidad, algunos, son ya estandarizados a nivel nacional (RNT) y a nivel regional, se deben definir otros estándares que respondan a las necesidades específicas de los productos turísticos del Amazonas (ecoturismo y turismo científico).

Desarrollo de estándares voluntarios	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Se plantea el desarrollo de estándares voluntarios con una finalidad comercial, gracias al nivel positivo de empresas de turismo actualmente en Amazonas. Este proyecto se relaciona directamente con la creación de producto en rutas fluviales, ecoturísticas y de aventura; en la generación de los Clubes de Producto comerciales; y en las buenas prácticas que existen en el destino actualmente. El objetivo, es identificar productos u oferta que sea susceptible de generar un conjunto de estándares diferenciadores y específicos de Amazonas, para estructurarlos en un formato de sello, y así favorecer a la mejora de calidad y comercialización al mismo tiempo.</p> <p>Es importante mencionar que estos estándares sólo pueden ser aplicables en caso de que los estándares obligatorios ya estén asumidos.</p> <p>Las acciones a realizar son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección de tipo de oferta a estandarizar y sobre qué temática. Se deberá hacer una selección de la oferta a certificar, y las temáticas, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Social: la práctica de empleo inclusivo mediante la contratación de mujeres y de indígenas, inocuidad de la actividad turística sobre las actividades tradicionales de la comunidad, beneficios indirectos para la comunidad local ○ Medioambiental: utilización eficiente de la energía, tratamiento de aguas residuales, reciclaje y gestión de residuos ○ Diferenciación de oferta: con base en los Clubes de producto (ecoturismo, lodges, calidades, etc.) ○ Buenas prácticas de turismo: con base en las buenas prácticas comunes que estén desarrollando las empresas en el destino, independientemente del tipo de actividad que realizan o el producto que responden. • Creación de un sello de calidad para cada una de las tipologías de estándares • Generación del sello: <ul style="list-style-type: none"> ○ Definición de requisitos de certificación y empresas objetivo ○ Definición de estándares para el sello seleccionado ○ Creación de un manual de implementación ○ Creación de un sello y marca que certifique y vincule a ese establecimiento o empresa con una garantía de servicio, en la línea elegida • Presentación a los actores del sector turístico de Amazonas • Capacitación para certificarse a los sellos • Auditoría de calidad para los establecimientos interesados 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2015</p> <p>Duración del proyecto: 2 años</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Secretaría de Cultura y Turismo, otras instituciones interesadas</p> <p>Coordinador general: Comité Intersectorial de Turismo</p>	<p>Actores de empresas turísticas del departamento</p> <p>Viceministerio de Turismo</p> <p>Fondo de Promoción Turística</p> <p>Corpoamazonía</p> <p>WWF</p> <p>DAFEC (Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura)</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 2 años (pesos): 232 millones (ver detalle en Presupuesto PDT)</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondo de Promoción Turística, otros fondos de cooperación, fondos del sector privado</p>
<p>Indicadores: Selección de la tipología de la oferta a tematizar (si/no) Creación de un sello de calidad para cada tipología (si/no)</p>	<p>Componentes y Factores de riesgo: Financieros: Posibilidad de cobro de las auditorías, Disponibilidad presupuestal. Ambientales: Sellos con valor agregado en temas ambientales y ecológicos.</p>

Desarrollo de estándares voluntarios	
Generación del sello (cumple/no cumple) Número de personas participantes de la socialización	Socio Cultural: Participación de la comunidad para obtener los sellos Aceptación y valoración de la norma por los prestadores. Institucional: Política de desarrollo, apoyo y visibilización de los sellos Voluntarios como factor diferenciador y consolidador de la calidad.
Resultado final	
Para el año 2017 se espera que los operadores turísticos del departamento se hayan apropiado de estándares internacionales, para implementarlos en sus establecimientos y que a través de éstos garanticen mayor calidad en los servicios ofertados.	

Capacitación práctica para el turismo de Amazonas	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>El proyecto tiene por objeto consolidar las capacidades de los actores locales para brindar un servicio turístico de calidad, para llevar adelante el desarrollo de los productos, para comercializarlos, y para poder conseguir y gestionar fondos de soporte al desarrollo. Se busca la capacitación en todos los eslabones de la cadena de valor turística.</p> <p>El proyecto plantea la creación cursos de capacitación con una duración variable, según la temática y el modelo de impartición de las clases, buscando siempre un componente de prácticas mayor que las teóricas. Las temáticas objetivo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación en guianza: formar y preparar a guías entre la población y las comunidades, los lancheros y operadores locales, para proporcionar al visitante una experiencia turística de calidad en el marco de todos los recursos disponibles en Amazonas. Se tomará como especializaciones preferentes a: los circuitos fluviales, los senderos de ecoturismo, las rutas de turismo aventura, etnoturismo, turismo científico. • Capacitación en idioma inglés: tiene por propósito generar habilidades en ese idioma, para la atención de clientes internacionales. Los cursos deberán ser de larga duración. • Capacitación en gestión de marketing: tiene por objetivo que los responsables de marketing de las empresas de turismo vayan alineados con las herramientas de la promoción turística disponibles a nivel nacional y departamental, y también para generar y aplicar nuevas tecnologías de promoción y comercialización. Entre las temáticas se tiene el el conocimiento de cómo gestionar la página web, central de reservas, posicionamiento (SEO, SEM), webs 2.0, uso de redes sociales,. • Capacitación en calidad del servicio: busca capacitar a los prestadores en dos ámbitos. Primero en los estándares básicos de la normativa nacional. Luego sobre elementos de calidad que se puedan generar más allá de la normativa, o para los sellos voluntarios. Los contenidos estarán aplicados para transporte, alojamiento, restaurantes; tour operadores, artesanos. Las temáticas serán sobre: atención al cliente, atractivos turísticos del departamento, condiciones mínimas de seguridad; buenas prácticas internacionales en la prestación de servicios de alojamiento; especialización de la carta-menu de acuerdo a los productos típicos de la región; guías turísticos; diseño de artesanías del departamento; canales comerciales. • Capacitación en búsqueda de financiamiento: plantea cursos de capacitación orientados a todos los empresarios turísticos. El contenido del curso girará en torno a: fuentes disponibles de financiamiento 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, etc. 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2013</p> <p>Duración del proyecto: 4 años</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Secretaría de Cultura y Turismo – SENA</p> <p>Coordinador general: Comité Intersectorial de Turismo</p>	<p>Actores de empresas turísticas del departamento</p> <p>Viceministerio de Turismo</p> <p>Fondo de Promoción Turística</p> <p>Universidades (Amazonas, Nacional), SINCHI, CAT, OPIAC</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento 	

Capacitación práctica para el turismo de Amazonas	
Componentes económico-financieros	
Costo total del proyecto a 4 años (pesos): 216 millones (ver detalle en Presupuesto PDT)	Posibles fuentes de financiación: Fondo de Promoción Turística, fondos públicos y privados
Indicadores de seguimiento: Número de capacitaciones en guianza Número de capacitaciones en idioma inglés Número de capacitaciones en gestión de marketing Número de capacitaciones en calidad del servicio Número de capacitaciones en búsqueda de financiamiento	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
Resultados finales	
<p>Se espera que el departamento sea un destino turístico reconocido a nivel internacional a través de los productos de ecoturismo y turismo científico, por lo tanto, se requiere que el personal que atenderá a los turistas esté capacitado y a la altura de atender turistas expertos.</p> <p>Para ello, se requiere que en el año 2017 todas las personas que integren la cadena de valor turista estén capacitadas en los temas susodichos.</p>	

Concientización sobre sostenibilidad turística del Amazonas	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<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 será necesario realizar las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la campaña de marketing anual para sensibilizar sobre la importancia de conservación de la biodiversidad • Realización de una campaña de marketing • Creación de un material didáctico que dé apoyo a la campaña personalizada de sensibilización a las comunidades, a la población en general y a los visitantes, a ser distribuido en todos los establecimientos turísticos. • Evento de socialización de la campaña de concientización, de lanzamiento y de cierre de campaña anual • Desarrollo de herramientas de seguimiento y monitoreo sobre los efectos de la campaña en la protección del medio ambiente 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2013</p> <p>Duración del proyecto: 2 años</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Secretaría de Planificación y Desarrollo Territorial – CAT – SENA – Universidades – WWF – Cámara de Comercio – hoteles</p> <p>Coordinador general: Comité Intersectorial de Turismo</p>	<p>Corpoamazonía WWF DAFEC (Departamento Administrativo de Fomento Ecoturístico y Cultura)</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> • Leticia, Puerto Nariño y alrededores 	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del proyecto a 2 años (pesos): 12 millones (ver detalle en Presupuesto PDT)</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondo de Promoción Turística, fondos corporativos de RSC, patrocinios, fondos privados</p>
<p>Indicadores: Realización del Seminario (cumple/ no cumple) Porcentaje de avance en la definición del contenido de la concientización</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. Institucional: n/a</p>
Resultados finales	
<p>Para el año 2015 toda la población debe conocer los beneficios que aporta la actividad turística, deben ser conscientes de las riquezas naturales del departamento y la importancia de su conservación.</p>	

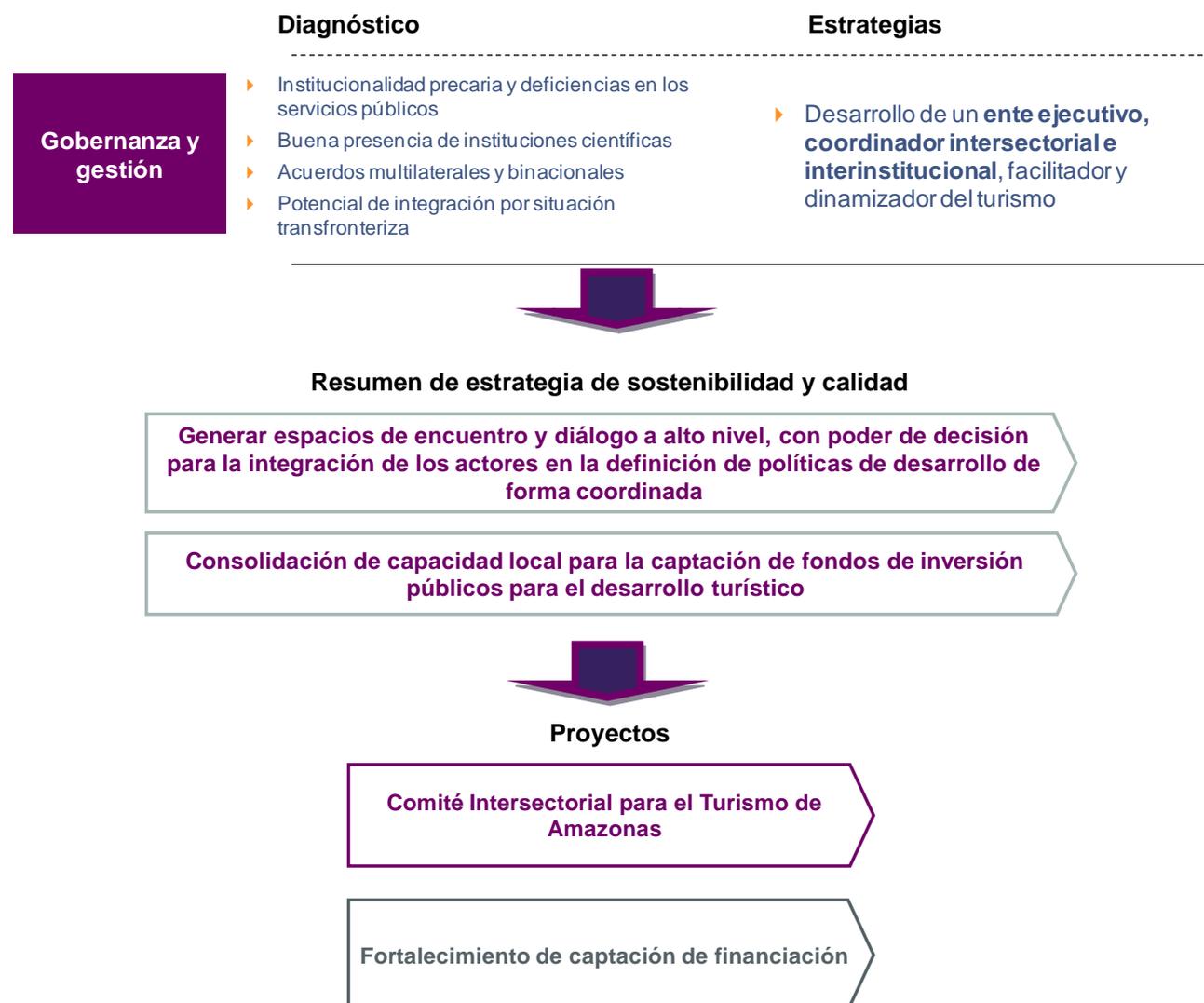
19.4 Programa de gobernanza y soporte

El programa de gobernanza y soporte tiene por objetivo:

1. Crear mecanismos que permitan desarrollar el PDT Amazonas 2016

Se presenta la secuencia lógica mantenida que deriva en los proyectos del programa. Así se tiene:

Proceso metodológico para el programa de gobernanza y soporte



En las visitas de campo, se identificó la existencia de un Fondo Mixto de Promoción turística, pero inoperante y sin apoyo ninguno del sector. Sin embargo, los actores en su conjunto, tanto públicos como privados y comunitarios, coincidieron en la necesidad de contar con un foro de diálogo y coordinación constante para fomentar el desarrollo turístico del departamento. Por otra parte, los actores también reconocieron la falta de conocimiento sobre los mecanismos y procesos a seguir para poder captar los fondos públicos para el desarrollo, de los cuales están conscientes de su disponibilidad. También se valoró como necesario la creación de un comité que permitiera gestionar las relaciones con otras instituciones, para la puesta en marcha de los distintos proyectos específicos de turismo, o relacionados y de soporte para que el turismo sea más viable y competitivo en el destino. En este marco, los proyectos del programa de gobernanza son:

Comité Intersectorial para el Turismo de Amazonas	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Según se plantea en la estrategia, y con base en las necesidades manifestadas por el conjunto de los actores del turismo en el departamento, el proyecto busca generar un espacio de diálogo a alto nivel de decisión, tanto entre las empresas privadas con el sector público, las comunidades y otras instituciones de gobierno y no gubernamentales; para coordinar y agilizar medidas para la mejora competitiva del turismo de Amazonas. En este sentido, el proceso para generar este comité es el siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir todos los actores clave del sector que deberían formar parte del Comité, y establecer su rol director e indirecto en el desarrollo del turismo en el departamento • Consensuar la participación de estos actores clave en el Comité, teniendo en cuenta que debe haber representación del sector público, privado y de la sociedad civil (representantes de comunidades, ONGs, etc.) • Consensuar de modo participativo cuál será la forma jurídica que el Comité debe adoptar y constituir • Definir y establecer la misión y objetivos claros para la organización creada, sus representantes legales si fuera necesario, así como la contratación de un secretario – asistente • Establecer un lugar de reunión (domicilio social) y una periodicidad (reuniones semanales, quincenales, mensuales, bimensuales, etc.) • Definir las competencias que se le otorgan al Comité con el fin de saber qué acciones y decisiones se pueden tomar en cada caso • Establecer un plan de acción anual para el Comité • Desarrollar e implementar un sistema de evaluación y estado de satisfacción de los profesionales del sector adheridos al Comité en relación con las actividades realizadas • Evaluación trimestral para la toma de decisiones de urgencia • Evaluación de los logros anuales obtenidos por el comité, evaluación de las estrategias planteadas, y decisión sobre cambios y mejoras 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2012 – 2013</p> <p>Duración del proyecto: 4 años</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Actores del sector turístico de Amazonas</p> <p>Coordinador general: Secretaría de Cultura y Turismo</p>	<p>Viceministerio de Turismo Fondo de Promoción Turística</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento 	
Componentes económico-financieros	
<ul style="list-style-type: none"> • Costo total del proyecto a 4 años (pesos): • 120 millones (ver detalle en Presupuesto PDT. El coste anual será de 22,5 millones de pesos como sueldo anual de una persona responsable del Comité y 7,5 millones adicionales para gastos derivados). 	<p>Posibles fuentes de financiación: fondos públicos y privados, Fondo de Promoción Turística</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Indicadores: • Número de miembros activos del Comité Intersectorial. • Porcentaje de ejecución del presupuesto de gastos vinculados. 	<p>Componentes y Factores de riesgo:</p> <p>Financieros: La disponibilidad presupuestal. Ambientales: n/a Socio Cultural: Baja participación en el comité Institucional: No dotar de capacidad de decisión al comité.</p>
Resultados finales	
<p>Para el año 2017 los actores de turismo del Departamento del Amazonas deben haber consolidado un comité interinstitucional sobre el cual se debatan temas puramente turísticos y se puedan tomar decisiones e implementar acciones al respecto.</p>	

Fortalecimiento de la captación de financiación para el desarrollo	
Breve descripción del proyecto	Plazos de realización
<p>Este proyecto plantea la creación de una unidad o una función dentro del Comité Intersectorial de Turismo, especializada en buscar y captar las distintas opciones de los fondos públicos y semi-públicos disponibles, así como los de cooperación y desarrollo de ONG's y organismos multilaterales. La capacitación de la persona responsable, está comprendida en el proyecto de capacitación para el turismo en el programa de sostenibilidad y calidad. Las tareas del proyecto son fundamentalmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de una base de datos de fuentes de financiamiento: desarrollo de una base de datos que agrupe todas 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. Se deberá tener una breve descripción de cuál es la naturaleza de estas instituciones y de cómo operan. • Presentación de proyectos: estructuración de manuales para la presentación de proyectos adaptadas a cada fuente, de manera de que la unidad funcione independientemente de la continuidad de las personas que la gestionen. Se deberá tratar sobre formato para presentación de proyectos, bases para hacer un plan de negocio, consideraciones de forma a tener en cuenta, etc. • Acompañamiento semilla: la unidad deberá realizar acompañamientos a los actores del turismo que deseen presentar proyectos y aplicar para captar un fondo u otro, al menos en la consecución de la primera financiación para los proyectos que se presenten 	<p>Momento de inicio del proyecto: 2013</p> <p>Duración del proyecto: 4 años</p>
Actores principales de implementación	Actores secundarios y/o relacionados al proyecto
<p>Ejecutor final: Comité Intersectorial de Turismo Coordinador general: Secretaría de Cultura y Turismo</p>	<p>Resto de actores del turismo de Amazonas</p>
Destinos turísticos de implementación del proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el departamento 	
Componentes económico-financieros	
<ul style="list-style-type: none"> • Costo total del proyecto a 4 años (pesos): 120 millones (ver detalle en Presupuesto PDT. El coste anual será de 22,5 millones de pesos como sueldo anual de una persona responsable del Comité y 7,5 millones adicionales para gastos derivados). 	<p>Posibles fuentes de financiación: fondos públicos, fondos mixtos público-privados; Fondo de Promoción Turística</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Indicadores: • Contratación funcionario responsable (cumple o no cumple). • Porcentaje de ejecución del presupuesto de gastos vinculados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Componentes y Factores de riesgo: • Financieros: La disponibilidad presupuestal. • Ambientales: n/a • Socio Cultural: priorizar los proyectos acorde con el Plan de Desarrollo Turístico. <p>Institucional: Acoplar los tiempos y calendarios de presentación de proyectos nacionales e internacionales.</p>
Resultados finales	
<p>La totalidad de actores públicos y privados , relacionados con actividades turísticas deben saber identificar y conocer cómo operan los fondos públicos y semi-públicos disponibles, así como los de cooperación y desarrollo de ONG's y organismos multilaterales, útiles para la financiación de iniciativas turísticas.</p>	

19.5 Plan de Seguimiento y Monitoreo

Para el seguimiento de la implementación de los programas y proyectos del PDT, y para tener una herramienta que permita tomar decisiones sobre el desarrollo del turismo en el Departamento, se ha desarrollado una herramienta automática. Esta, por sus características, se encuentra adjunta a este documento, con el nombre de Amazonas Monitoreo y Seguimiento, y forma parte integral del PDT del Amazonas.

20 Presupuesto PDT

Este capítulo tiene por objetivo cuantificar y valorar los proyectos concretos que se proponen para lograr la visión, metas y posicionamiento de Amazonas en 2016. En este sentido se han estimado los costos de todas las acciones que serán necesarias para la realización de los proyectos, aunque limitadas en el tiempo, esto es de 2013 a 2016.

Asimismo los presupuestos muestran también en qué momento se realizarán las inversiones de conformidad con la priorización de los proyectos, según si son más o menos urgentes para el progreso turístico del departamento. Ciertamente es que Amazonas es un departamento considerado un destino más maduros que otros de los departamentos vecinos de la Amazoninoquía. Goza de una “marca” internacional, pero a la vez debe diferenciarse de países vecinos que también hacen uso de la misma marca.

- Debido a la competencia, Amazonas debe apostar por llevar a cabo estrategias e inversiones alineadas para consolidarse como un destino turístico de calidad y sostenible.
- Del mismo modo se recomienda estructurar con mayor definición los productos turísticos para facilitar y completar la experiencia turística.
- En consecuencia, se cuantifican montos para la difusión, comunicación y promoción del departamento a los mercados y segmentos concretos. Todo ello desde un punto de vista estratégico que establece partidas de inversión.
- Finalmente se prevé una dotación para aquellos órganos que deban coordinar y promover el progreso de la industria turística en Amazonas.

El referido presupuesto se ha planteado bajo tres escenarios: (i) base u óptimo, (ii) modesto y (iii) mínimo. Cada uno de las situaciones hipotéticas se define de la siguiente manera:

- **Base u Óptimo:** este escenario contempla la realización de todos los proyectos para cada uno de los programas estratégicos que componen el PDT. En este escenario se apuesta íntegramente por la realización de la inversión necesaria propuesta en el presente PDT.
- **Modesto:** mantiene una inversión considerable, pero no en su integridad puesto que tres de los cuatro programas estratégicos ven reducidas sus inversiones en comparación con el escenario óptimo.
 - El programa de sostenibilidad y calidad no se implementa y el de productos y destinos se ve reducido a la mitad.
 - Sin embargo, no se ven afectados por la reducción los programas de mercados, marketing y promoción y el de gobernanza y soporte, los cuales se completaría en 2016.
- **Mínimo:** supone una inversión poco significativa y ello afecta en este caso a la reducción de todos los programas a excepción del de gobernanza y soporte.
 - Dejarán de aplicarse los programas relativos a sostenibilidad y calidad y productos y destinos.
 - Adicionalmente, se reducirá la inversión a la mitad en el programa de mercados, marketing y promoción

Los escenarios descritos y sus correspondientes inversiones no sólo tienen efectos en el monto total del presupuesto, sino que también generan consecuencias en las previsiones de llegadas de turistas y en consecuencia en los ingresos directos para el departamento.

Una mayor inversión representa un desarrollo del sector turístico superior a otros destinos, de modo que generaría una ventaja para el departamento en general y permitiría a Amazonas captar un mayor número de turistas recreacionales, tanto nacionales como internacionales.

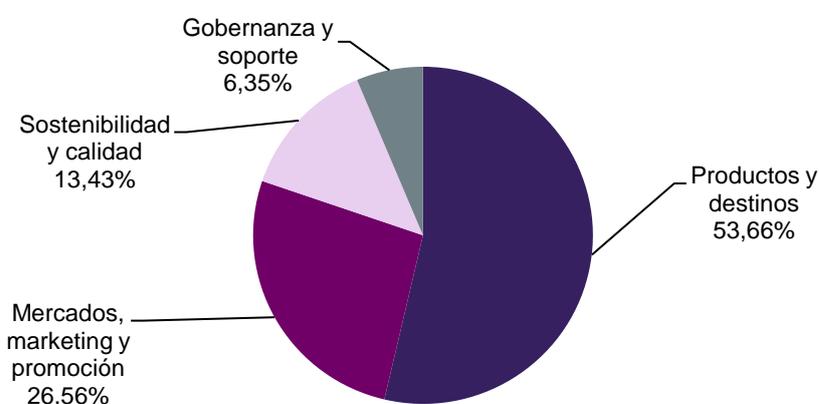
20.1 Detalle del presupuesto PDT

En el escenario base u óptimo se estima que el presupuesto necesario para la implementación completa del PDT será de 3.781 millones de pesos.

Durante los cuatro años de vigencia del PDT el presupuesto concentra los esfuerzos financieros durante todos los años para obtener resultados óptimos.

Asimismo, el presupuesto se reparte con la estructura siguiente en relación con los programas estratégicos de: (i) productos y destinos; (ii) mercados, marketing y promoción; (iii) sostenibilidad y calidad y (iv) gobernanza y soporte.

Distribución del presupuesto PDT total por programas estratégicos



A diferencia de la estructura presupuestaria del PDT de otros departamentos, Amazonas puede desplazar parte de la inversión de mercados, marketing y promoción para iniciar una consolidación como destino. Para ello aumenta la dotación correspondiente al programa de sostenibilidad y calidad.

Asimismo cabe añadir que el presupuesto ha sido realizado de conformidad con importes estimados así como con cuantías que se han tomado como referencias razonables y que permitirían la implementación completa de los todos los proyectos y acciones propuestas. Sin embargo, precisarán de proyectos ejecutivos cuando se deban trasladar al plano operativo.

Presupuestos de implementación del PDT Amazonas

	Unidad	Monto	2012-2016	2012	2013	2014	2015	2016
Programa de productos y destinos			2.029.000.000	-	635.000.000	330.000.000	732.000.000	332.000.000
Producto Ecoturismo			790.000.000	-	335.000.000	255.000.000	150.000.000	50.000.000
Mejora del muelle turístico de Leticia			140.000.000	-	140.000.000	-	-	-
Inspección y revisión de muelles turísticos	1 inspección y revisión	20.000.000	1		1	0	0	0
Identificación y Plan de viabilidad financiera	1 localización y 1 plan de viabilidad	120.000.000	1		1	0	0	0
Construcción de un muelle turístico	1 muelle		1		1	0	0	0
Rutas turísticas fluviales del Río Amazonas			120.000.000	-	-	70.000.000	50.000.000	-
Identificación de rutas, equipamientos y diseño del mapa	Identificación, equipamiento y material gráfico	20.000.000	1		0	1	0	0
Tematización	Inversión anual	50.000.000	2		0	1	1	0
Desarrollo de senderos Eco-turísticos del Amazonas			350.000.000	0	75.000.000	125.000.000	100.000.000	50.000.000
Identificación, itinerarios y material gráfico	Identificación, itinerarios y material gráfico	25.000.000	2		1	1	0	0
Señalización	1 señal	5.000.000	20		0	10	10	0
Dinamización	1 dinamización anual	50.000.000	4		1	1	1	1
Plan de manejo turístico de las áreas naturales del Amazonas			180.000.000	0	120.000.000	60.000.000	0	0
Definición del Plan de manejo turístico (PNN Amacayacu, rutas fluviales y eutas eco-aventura)	1 plan de manejo	60.000.000	3		2	1	0	0
Producto Turismo de Aventura			175.000.000	0	0	75.000.000	100.000.000	0
Rutas turísticas de aventura			175.000.000	0	0	75.000.000	100.000.000	0
Identificación, itinerarios y material gráfico	Identificación, itinerarios y material gráfico	25.000.000	1		0	1	0	0
Señalización	1 señal	5.000.000	10		0	0	10	0
Dinamización	1 dinamización anual	50.000.000	2		0	1	1	0
Producto Enoturismo y Turismo comunitario			724.000.000	0	0	0	462.000.000	262.000.000
Bases para el desarrollo de turismo comunitario			280.000.000	0	0	0	180.000.000	100.000.000
Inventario, socialización y definición del modelo de etno-turismo	1 inventario, socialización y modelo	80.000.000	1		0	0	1	0
Diagnóstico y plan de negocio por comunidad	1 diagnóstico y plan de negocio por comunid.	10.000.000	10		0	0	5	5
Puesta en marcha	Inversión anual	50.000.000	2		0	0	1	1
Fortalecimiento Productivo Turístico de las comunidades para el etno-turismo			444.000.000	0	0	0	282.000.000	162.000.000
Sistema de "voluntariado" o RSC	1 campaña de presentación a corporacione	15.000.000	8		0	0	8	0
0,5 Incubadora de Micro-empresas (capacitación a las comunidades)	1 programa p. comunidad	13.500.000	8		0	0	4	4
0,5 Programa Asistencia Financiación - capacitación 60h	1 socialización p.comunidad	13.500.000	8		0	0	4	4
0,5 Programa Asistencia Comercialización - capacitación 60h	1 capacitación de 100h p. comunidad	13.500.000	8		0	0	4	4
Producto Turismo Científico			340.000.000	0	300.000.000	0	20.000.000	20.000.000
Fortalecimiento para captación de estancias científicas- académicas			40.000.000	0	0	0	20.000.000	20.000.000
Captación de estancias científicas	Captación anual	20.000.000	2		0	0	1	1
Desarrollo del BOA - Bio Observatorio del Amazonas			300.000.000	0	300.000.000	0	0	0
Master plan	Master Plan de espacios BOA 400.000 USC	300.000.000	1		1	0	0	0
Procedi Centro de visitantes - construcción	Presupuesto estimado - Fundación Zoológica de Cali		1		0	1	0	0

			2012-2016	2012	2013	2014	2015	2016
Unidad	Monto							
Programa de mercados, marketing y promoción			1.004.500.000	-	240.250.000	230.250.000	230.250.000	303.750.000
Evaluar la idoneidad de la marca turística del destino			10.000.000	-	10.000.000	-	-	-
Consulta de validación a mercado sobre percepción de la marca	1 consulta de marca turística	10.000.000	1	0	1	0	0	0
Plan de innovación - Marketing Amazónico			876.000.000	-	219.000.000	219.000.000	219.000.000	219.000.000
Marketing e Innovación tecnológica	Estrategia y aplicación TIC - 50000 USD año	87.000.000	4		1	1	1	1
nación: Fam trips	1 fam trip (8 personas)	24.000.000	8		2	2	2	2
medios Press trips	1 viaje de prensa (1 medio)	3.000.000	32		8	8	8	8
Asistencia a la feria ANATO	Asistencia departamento	60.000.000	4		1	1	1	1
Inteligencia de mercado			45.000.000	-	11.250.000	11.250.000	11.250.000	11.250.000
Au 0,50	Recolección de estadísticas	Sueldo anual persona a tiempo parcial	11.250.000	4	0	1	1	1
Creación de Clubes de Producto			73.500.000	0	0	0	0	73.500.000
Inventario de las tipologías de producto turístico	1 inventario	8.000.000	1		0	0	0	1
Diagnóstico oferta - Selección de clubes	1 diagnóstico y selección de clubes	18.000.000	1		0	0	0	1
Socialización de los clubes propuestos	1 socialización	2.500.000	1		0	0	0	1
Manual de calidad	1 manual de calidad	25.000.000	1		0	0	0	1
Diseño y socialización sello de calidad	1 marca y socialización	20.000.000	1		0	0	0	1
Programa de calidad y sostenibilidad			508.000.000	-	84.600.000	53.400.000	171.000.000	199.000.000
Consolidación de estándares obligatorios básicos de calidad turística			48.000.000	-	30.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Au 0,4	Estándares obligatorios	promedio de los montos anuales	12.000.000	48.000.000	0	30.000.000	6.000.000	6.000.000
Desarrollo de estándares voluntarios			232.000.000	0	0	0	102.000.000	130.000.000
Selección de la tipología de la oferta a tematizar	1 selección de oferta	12.000.000	1		0	0	1	0
Creación de un sello de calidad para cada tipología	Diseño de 1 sello-marca por tipología	15.000.000	4		0	0	4	0
Generación del sello	1 plan de generación de sello	30.000.000	1		0	0	1	0
Socialización a actores clave	1 socialización	2.500.000	8		0	0	0	8
0,5	Capacitación para certificarse a los sellos	1 capacitación 20h por interesado	4.500.000	20	0	0	0	20
Auditoría de calidad para establecimientos interesados en adherirse	Auditorías de incorporación a 10 estableci	10.000.000	2		0	0	0	2
Capacitación para la prestación de servicios turísticos de calidad			216.000.000	-	45.000.000	45.000.000	63.000.000	63.000.000
1	Aumentar Capacitación en guianza	1 curso de 20h	4.500.000	4	1	1	1	1
Aumentar	Capacitación en idioma inglés	1 curso de 20h	4.500.000	12	2	2	4	4
Aumentar	Capacitación en gestión de marketing	1 curso de 20h	4.500.000	16	3	3	5	5
Aumentar	Capacitación en calidad del servicio	1 curso de 20h	4.500.000	8	2	2	2	2
Aumentar	Capacitación en búsqueda de financiamiento	1 curso de 20h	4.500.000	8	2	2	2	2
Concientización sobre sostenibilidad turística del Amazonas			12.000.000	-	9.600.000	2.400.000	-	-
Seminario	1 seminario 2h	300.000	20		12	8	0	0
Definición del contenido de la concientización	Creación del programa/ contenido del semina	6.000.000	1		1	0	0	0
Programa de gobernanza y soporte			240.000.000	-	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Comité Intersectorial para el Turismo de Amazonas			120.000.000	-	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
0,5	Comité Intersectorial	Sueldo anual persona responsable	22.500.000	4	0	1	1	1
Gastos vinculados	Gastos mínimos de gestión	7.500.000	4		1	1	1	1
Fortalecimiento de la captación de financiación			120.000.000	-	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
0,5	Sueldo de una responsable de la unidad	1 curso de 20h	22.500.000	4	0	1	1	1
Gastos vinculados	1 curso de 20h	7.500.000	4	0	1	1	1	1
Total presupuesto para implementación del PDT (escenario base)			3.781.500.000	-	1.019.850.000	673.650.000	1.193.250.000	894.750.000

Distribución del presupuesto (%)

Programa de productos y destinos	53,66%
Programa de mercados, marketing y promoción	26,56%
Programa de calidad y sostenibilidad	13,43%
Programa de gobernanza y soporte	6,35%

20.1.1 Supuestos para el programa productos y destinos

Este programa se ha estructurado en torno a los productos turísticos propuestos en el PDT, tanto los clave como los complementarios.

Para cada producto a desarrollar se proponen acciones concretas que son las siguientes:

- Ecoturismo
 - Mejora del muelle turístico de Leticia
 - Rutas turísticas fluviales del Río Amazonas
 - Desarrollo de senderos eco-turísticos del Amazonas
 - Plan de manejo turístico de las áreas naturales del Amazonas
- Producto turismo de aventura
 - Rutas turísticas de aventura
- Producto etnoturismo y turismo comunitario
 - Bases para el desarrollo de etno-turismo
 - Fortalecimiento productivo turístico de las comunidades para el etno-turismo
- Turismo científico
 - Desarrollo del BOA – Bio Observatorio del Amazonas
 - Fortalecimiento para captación de estancias científicas-académicas

Esta propuesta de proyectos es ambiciosa para diferenciar a Amazonas de sus países vecinos en 2016 en los productos clave a la vez que desarrollar el potencial de productos complementarios, que el futuro podrán ser nuevos “ganchos” para el destino.

La dotación presupuestaria para este programa es de 2.029 millones de pesos.

20.1.2 Supuestos para el programa de mercados, marketing y promoción

El programa tiene por objetivo introducir los productos turísticos creados en los mercados objetivo y les dota de herramientas para que las experiencias turísticas propuestas por Amazonas resulten más atractivas al visitante potencial.

En este programa se incluyen los siguientes proyectos:

- Evaluar la idoneidad de la marca turística del destino
- Plan de innovación en Marketing Amazónico
- Creación de Clubes de Producto
- Inteligencia de mercado

Las acciones se orientan básicamente hacia la comunicación, difusión y promoción del departamento en sí y de los productos identificados para éste. Para el caso del Amazonas se hace una clara apuesta por las nuevas tecnologías y canales online más característicos de estrategias de destinos más maduros y con imágenes-destino más consolidadas.

Para ello el presupuesto estimado es ligeramente superior a 1.000 millones de pesos.

20.1.3 Supuesto para el programa de calidad y sostenibilidad

El programa de calidad y sostenibilidad se estructura en torno a cuatro proyectos:

- Consolidación de estándares obligatorios básicos de calidad turística
- Desarrollo de estándares voluntarios
- Capacitación práctica para el turismo de Amazonas
- Concientización sobre sostenibilidad turística del Amazonas

El primero pretende dotar al Amazonas de unos estándares de calidad mínimos y el segundo tiene por objetivo posicionar al destino como de calidad. El tercero en cambio se centra en la formación para profesionales del sector y el cuarto en el respeto al entorno natural.

La puesta en marcha de estas acciones precisa de una inversión estimada en 508 millones de pesos.

20.1.4 Supuesto para el programa de gobernanza y soporte

El programa de gobernanza y de soporte es un proyecto clave para el desarrollo sostenible a largo plazo del turismo en Amazonas. En él se incluyen las acciones siguientes:

- Creación del Comité Intersectorial para el Turismo de Amazonas
- Fortalecimiento de la capacitación de financiación para el desarrollo

Esta línea estratégica del PDT dotará a Amazonas del marco organizativo y del impulso financiero necesario para liderar el avance del sector.

La dotación estimada para este programa asciende a 240 millones de pesos.

- En el **escenario base u óptimo** se plantea un **crecimiento de la demanda diferente para los turistas nacionales que para los internacionales**.
 - En el caso de los **turistas nacionales**, la demanda aumentará rápidamente en el corto plazo puesto que el impacto de la implementación del PDT tendrá consecuencias más rápidas entre los nacionales y posteriormente será más equilibrada.
 - En cambio, en el caso de los **turistas internacionales**, la demanda será sensible a la implementación del PDT en los ejercicios finales del PDT, esto es, 2015 – 2016.
- En este sentido, está previsto que el Amazonas logre en 2016, atraer a **112.050 visitantes nacionales y 5.773 visitantes internacionales**, ambos por motivos recreacionales.
 - Amazonas parte en 2011 de 62.131 turistas nacionales y 2.390 internacionales
- Las llegadas generadas por la implementación del PDT junto con las llegadas consecuencia del crecimiento orgánico generarán para el departamento **unos ingresos totales superiores a 253.103 millones, de los cuales más de 35.645 millones proceden de la implementación del PDT**, a través de las llegadas que éste genera. Estos ingresos procedentes de la implementación del PDT son los **denominados “ingresos diferenciales por el PDT”**, los cuales aumentan anualmente durante el periodo comprendido entre 2013 – 2016.
- En relación con los ingresos por **crecimiento orgánico** del turismo, éstos se alcanzan el monto acumulado en 2012 – 2016 de: **217.457,6** millones de pesos. En este caso, cabe añadir que a las proyecciones de crecimiento orgánico se ha añadido una demanda orgánica en 2012 y 2013 fruto de las aperturas de instalaciones hoteleras en el destino. Para los referidos años, se ha incrementado proporcionalmente un total de 10.000 y 20.000 llegadas respectivamente.

20.3 Consecuencias de la implementación del PDT en el Escenario Modesto o nº2

Resultados del PDT según escenario modesto o nº2

	2012-2016	2012	2013	2014	2015	2016
Escenario 2: Escenario sin programa de calidad y sostenibilidad y con un presupuesto en el programa de productos y destinos del 50% sobre el escenario base						
Supuesto						
Reducción del programa de productos y destinos sobre el escenario base	50%					
Reducción del programa de mercados, marketing y promoción	0%					
Reducción del programa de calidad y sostenibilidad sobre el escenario base	100%					
Reducción del programa de gobernanza y soporte	0%					
Presupuesto por programas para el Escenario 2						
Programa de productos y destinos	1.014.500.000					
Programa de mercados, marketing y promoción	1.004.500.000					
Programa de calidad y sostenibilidad	-					
Programa de gobernanza y soporte	240.000.000					
Total presupuesto escenario 2	2.259.000.000	-	609.240.024	402.426.378	712.826.061	534.507.537
Escenario 2: Ponderación de cada programa en la generación de llegadas turísticas						
Programa de productos y destinos	18%					
Programa de mercados, marketing y promoción	35%					
Programa de calidad y sostenibilidad	0%					
Programa de gobernanza y soporte	15%					
Escenario 2	CAGR					
Generación de llegadas diferenciales de turistas nacionales gracias al PDT		46.679	1510	2745	4803	5187
Generación de llegadas diferenciales de turistas internacionales gracias al PDT		1.814	81	134	182	258
Llegada de turistas nacionales	12%	453.504	67043	89018	93822	99009
Llegada de turistas extranjeros	13%	19.371	2855	3759	3941	4199
Ingresos totales por aplicación PDT (Escenario base)		242.248.209.824	35.805.772.979	47.516.192.741	50.063.699.190	52.863.635.677
Ingresos crecimiento orgánico del turismo		217.457.574.044	35.071.424.263	45.402.117.351	45.531.253.261	45.661.103.541
Ingresos diferenciales por el PDT (escenario base)		24.790.635.780	734.348.716	2.114.075.389	4.532.445.929	7.202.532.136
Relación Presupuesto/ Ingresos diferenciales		0,09				

- El Escenario Modesto o n°2 plantea una implementación incompleta del PDT. Ello significa que hay un programa estratégico que no se lleva a cabo, el de calidad y sostenibilidad junto con el programa de productos y destinos que sólo se realiza en su 50%.
- En este sentido, la implementación reducida tiene efectos directos en la disminución de llegadas generadas por el PDT y en consecuencia en los ingresos correspondientes al Escenario Modesto (n°2)
 - Las **llegadas de turistas nacionales por motivos recreacionales se reducen en 2016 a: 102.453**, en lugar de 112.050, generadas en el escenario base.
 - En el caso de **los turistas internacionales, éstos se reducen también a 4.859**, en lugar de 5.773, generadas en el escenario óptimo.
- En consecuencia, en el caso de Amazonas la implementación limitada del PDT reduce los ingresos del PDT en comparación con el escenario base u óptimo.
 - Los ingresos totales en el escenario modesto (n°2) **ascienden a más de 237.033 millones de pesos**, por debajo de los obtenidos en el escenario anterior 253.103 millones de pesos.
 - Los **ingresos totales en 2016** ascienden en este caso a **más de 55.113 millones de pesos**. En cambio, en el **escenario base**, éstos se situaban en más de **60.643 millones**.
 - Los ingresos diferenciales durante los primeros años son bajos, y no se logran importes elevados (superiores a 5.787 millones) hasta 2015 y 2016, puesto que la puesta en marcha reducida del PDT disminuye el progreso del sector.
- En este sentido, se concluye que la falta de ejecución del PDT “estanca” los ingresos de Amazonas en lugar de aumentar como sucede en el escenario óptimo y no desencadena una consolidación del destino y del sector en sí mismo, en el largo plazo.
- El **presupuesto total** para la implementación del **escenario 2 es de 2.259 millones de pesos**.

20.4 Consecuencias de la implementación del PDT en el Escenario Mínimo o nº3

Resultados del PDT según escenario mínimo o nº3

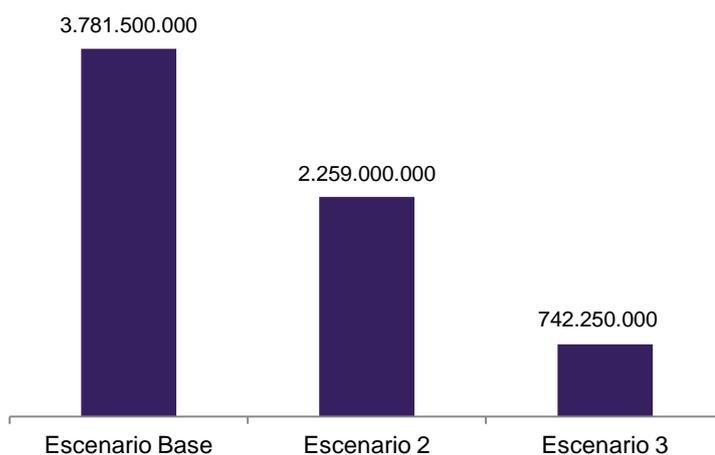
	2012-2016	2012	2013	2014	2015	2016
Escenario 3: Escenario sin programa de calidad y sostenibilidad, sin programa de producto de productos y destinos y con una reducción del programa de mercados marketing y destinos del 50% sobre el escenario base						
Presupuesto por programas para el Escenario 3						
Programa de productos y destinos	-					
Programa de mercados, marketing y promoción	502.250.000					
Programa de calidad y sostenibilidad	-					
Programa de gobernanza y soporte	240.000.000					
Total presupuesto escenario 3	742.250.000	-	200.180.791	132.227.083	234.216.531	175.625.595
Escenario 3: Escenario sin programa de calidad y sostenibilidad, sin programa de producto de productos y destinos y con una reducción del programa de mercados marketing y destinos del 50% sobre el escenario base						
Programa de productos y destinos		0%				
Programa de mercados, marketing y promoción		18%				
Programa de calidad y sostenibilidad		0%				
Programa de gobernanza y soporte		15%				
Proyección de llegadas						
Escenario 3		CAGR				
Generación de llegadas diferenciales de turistas nacionales gracias al PDT	21.316		727	1322	2313	2498
Generación de llegadas diferenciales de turistas internacionales gracias al PDT	-2.082		39	65	88	124
Llegada de turistas nacionales	428.140	9%	66260	86812	89125	91623
Llegada de turistas extranjeros	15.474	5%	2814	2987	3075	3199
Ingresos totales por aplicación PDT (Escenario base)	226.449.729.774		35.380.887.679	45.795.824.816	47.022.401.995	48.370.519.563
Ingresos crecimiento orgánico del turismo	217.457.574.044		35.071.424.263	45.402.117.351	45.531.253.261	45.661.103.541
Ingresos diferenciales por el PDT (escenario base)	8.992.155.730		309.463.416	393.707.464	1.491.148.734	2.709.416.022
Relación Presupuesto/ Ingresos diferenciales	0,08					

- El Escenario Mínimo o n°3 plantea una implementación del PDT incluso más limitada que en el escenario n°2. No se realizan dos programas estratégicos: el de calidad y sostenibilidad y productos y destinos. Adicionalmente, hay otro programa que se ve reducido a la mitad: mercados, marketing y promoción.
- En este sentido, la puesta en marcha limitada del PDT tiene efectos directos en la generación de llegadas generadas por el PDT y en consecuencia en los ingresos correspondientes al Escenario Modesto (n°2)
 - El número de visitas nacionales se ve reducido a 92.317, en lugar de 112.050 que se lograban captar en el escenario óptimo
 - Las llegadas de turistas internacionales disminuyen en este caso hasta 4.207, en lugar de 5.773
- En consecuencia, en el caso de Amazonas la implementación limitada del PDT reduce los ingresos más allá de los menguados en el escenario mínimo o n°3.
 - Los **ingresos totales en 2016** ascienden en este caso a más de **49.380 millones de pesos**. En cambio, en el escenario base, éstos se situaban en más de 60.643 millones.
 - Los **ingresos totales acumulados** para el periodo 2012 – 2016 ascienden a **224.246 millones** en este caso. Sin embargo, durante los primeros años de implementación del PDT (2012 y 2013), **los ingresos diferenciales** (procedentes del crecimiento del plan menos los de la demanda orgánica) quedan anulados a cero, puesto que la puesta en marcha es mínima y no genera impacto en la demanda.
 - Los ingresos diferenciales aumentan a un ritmo muy lento, hasta alcanzar en 2016 más de 3.588 millones.
 - Se recuerda que los ingresos por **crecimiento orgánico** del turismo: **217.457,6 millones de pesos**.
- Como en el escenario anterior, la falta de ejecución del PDT “estanca” los ingresos de Amazonas en lugar de aumentarlos a un ritmo mucho mayor como sucede en el escenario óptimo. En ambos casos (escenarios 2 y 3) los ingresos fruto de la mínima implementación del PDT son muy limitados.
 - Esta tendencia alcista de llegadas y de ingresos, incluso con una inversión mínima, muestra los efectos positivos y en especial en el largo plazo que puede llegar a tener la implementación del PDT en el destino.
- El **presupuesto total** para la implementación del **escenario mínimo n°3 es de 742,25 millones de pesos**

20.5 Comparativo de Escenarios

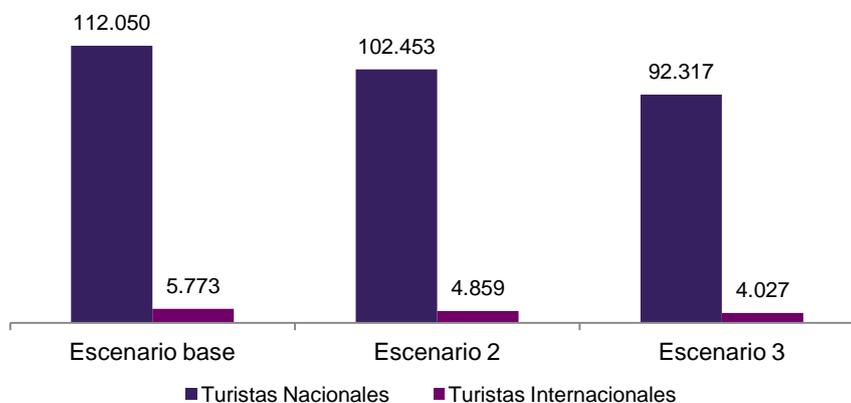
- El presupuesto del escenario 3 es obviamente el más bajo, puesto que el PDT se implementa en su mínima expresión, en comparación con el resto de escenarios planteados.

Presupuestos del PDT según escenarios



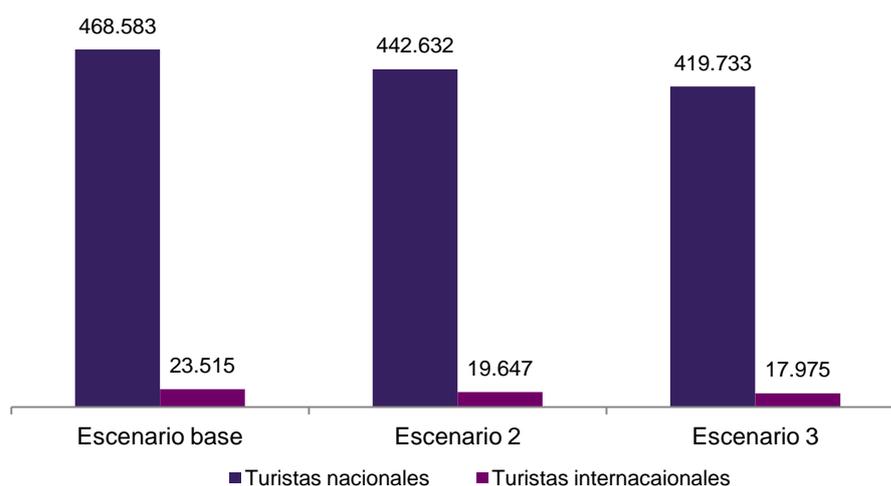
- Los presupuestos estimados para los diferentes escenarios muestran claramente el impacto de la aplicación reducida de los programas estratégicos.
 - En este sentido, las consecuencias se muestran en las llegadas de turistas nacionales e internacionales estimadas para el 2016 bajo los tres escenarios, tal y como se muestra en el gráfico a continuación

Llegadas de turistas nacionales e internacionales en 2016



- Asimismo, el impacto acumulado de las llegadas de visitantes durante la vigencia del PDT muestra también claramente el impacto que la implementación del Plan tiene en la generación de llegadas y posteriormente de ingresos.

Llegadas acumuladas de turistas nacionales e internacionales 2013 - 2016

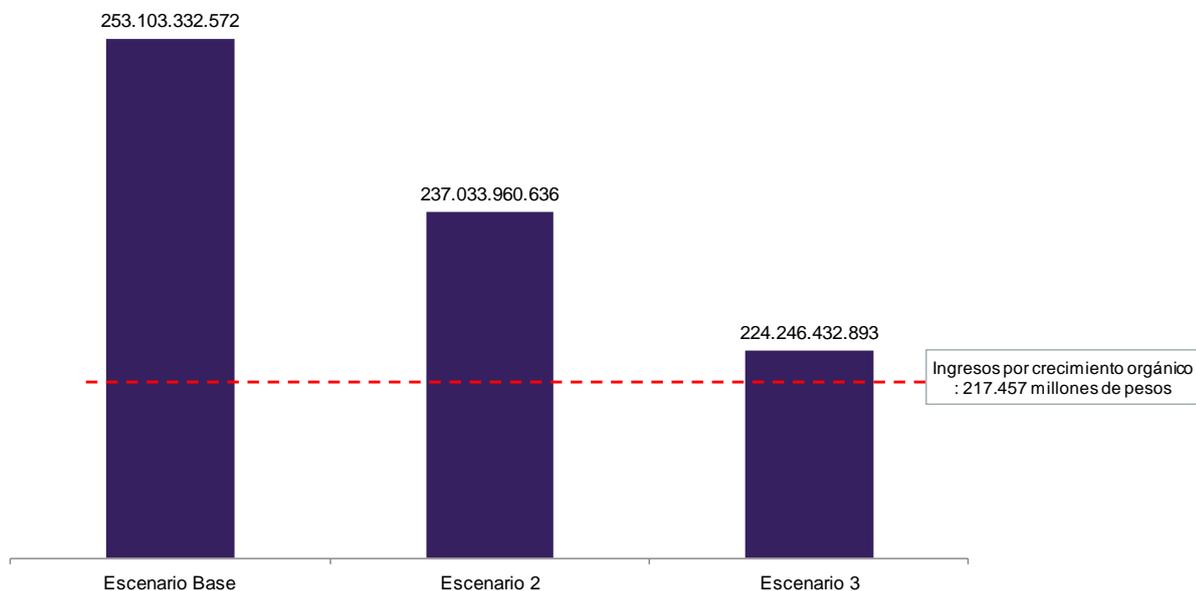


- De este modo, se muestra que la reducción de la inversión entre el escenario base y el n°2 tiene un impacto mayor que la disminución de la inversión entre los escenarios n°2 y n° 3. Esta tendencia, como apuntábamos antes se prolonga durante los años de vigencia del PDT y en este sentido, genera también consecuencias e impactos más allá del horizonte 2016.
 - En términos de crecimiento orgánico se han realizado las proyecciones siguientes para el periodo de vigencia del Plan.
 - Turistas nacionales acumulados se estiman: 406.825
 - Turistas internacionales: 17.557
 - En este sentido, al ser la demanda orgánica tan alta y tan positiva (gracias a las inversiones hoteleras en curso), los escenarios distintos del base u óptimo ven muy limitados sus efectos.

Asimismo, la **reducción de las llegadas tiene un efecto directo sobre la generación de los ingresos atribuidos al PDT** para todo el periodo de vigencia del plan.

- Tal y como ocurría con el ritmo de reducción de las llegadas, lo mismo ocurre con los ingresos, a menor implementación más se reducen.
- La **comparación de escenarios y la diferencia entre los ingresos totales acumulados** (los resultantes del crecimiento orgánico sumados a los generados por la implementación del PDT) **y los puramente orgánicos** se analiza mediante los **ingresos diferenciales**. Éstos se verán reducidos porque los ingresos totales disminuyen como consecuencia de la menor implementación del PDT.
 - En cambio los **ingresos acumulados fruto del crecimiento orgánico de turistas** se mantienen constantes en 217.457.574.044 pesos colombianos para el periodo 2013 – 2016.

Ingresos acumulados por la implementación del PDT



- El impacto de la reducción progresiva de las llegadas tiene su efecto directo en los ingresos totales y acumulados generados frente al crecimiento orgánico. Sin embargo, los efectos de implementación del PDT no se pueden ver con claridad puesto que el horizonte temporal es muy limitado para poder observar con claridad los impactos.
- Asimismo, a modo de conclusión se debe destacar que el análisis realizado sólo valora el **impacto directo** que implica el desarrollo turístico proyectado en términos de ingresos (en especial como consecuencia de la implementación del PDT).
- Sin embargo, se debe tener en cuenta que la implementación del PDT, en tanto que factor de desarrollo turístico, generará adicionalmente al impacto directo: 2 impactos en la economía del Amazonas, el impacto indirecto y el impacto inducido.
- El **impacto indirecto** agrupa la **inversión realizada en el sector turístico** por sus actores clave, sin incluir sector público, (i.e. construcción de nuevos hoteles), las **inversiones que realiza el propio sector público** (i.e. actividades de marketing y promoción turística a escala nacional o servicios de seguridad en área turísticas) y todas aquellas **transacciones que se generan en el seno del sector turístico** entre clientes y proveedores vinculados al sector.
- El impacto indirecto se calcula mediante factores multiplicadores, los cuales varían en función del nivel de desarrollo turístico del destino. En este sentido, el referido multiplicador oscila entre 0 y 2, en términos general.
- En países desarrollados el factor multiplicador puede llegar a duplicar los ingresos directos, sin embargo en países donde el desencadenamiento turístico se encuentra en sus inicios, el impacto es menor aunque considerable. Sería capaz de generar el 10%, incluso el 50% adicional sobre las aportaciones directas que genera el sector.

- El plan propone un conjunto de acciones que tendrán por supuesto, un efecto directo en el volumen de negocio del turismo en el Amazonas. Puesto que estas acciones están orientadas a consolidar el destino turístico, éstas tendrán sus efectos indirectos probablemente más allá del horizonte de vigencia del PDT.
- Sin embargo, una continua inversión en la mejora de la competitividad del sector turístico favorecen al impacto directo e inducido.
- Finalmente, el **impacto inducido** trata todos los ingresos que se generan mediante el empleo generado por la actividad turística, esto es, el gasto que generan todos los empleados vinculados directa e indirectamente al sector turístico.
 - En este caso, tanto el personal que se empleará gracias a las inversiones hoteleras como los profesionales que se capacitarán desencadena un tejido laboral no sólo técnico del sector, sino que también consume, gata y obviamente genera ingresos para el departamento.
 - Cierto es que **para apreciar este impacto, es preciso esperar más y asumir un plazo mayor que aquél necesario para observar el impacto indirecto.**
- Es por ello, y a modo de conclusión, que se debe no sólo valorar el impacto directo y positivo de la implementación del PDT sino también, los ingresos indirectos e inducidos que éste es capaz de generar para el departamento.

21 Anexos

21.1 Inventario Turístico del Amazonas

Nombre	Descripción corta	Ubicación	Significado
INDIGENAS BORA	Pueblo indígena	Amazonas	Internacional
INDIGENAS HUITOTO	Originarios de la chorrera, cazadores	Amazonas	Internacional
INDIGENAS MAKUNA	Pueblo indígena	Amazonas	Internacional
Universidad Nacional de Colombia	Amplias instalaciones, acordes con el contexto	Amazonas	Internacional
INDIGENAS YUKUNA	Pueblo indígena	Leticia	Internacional
RIO AMAZONAS	Río más grande del mundo	Río Amazonas	Internacional
BATALLON SELVA No 50	Amplias instalaciones	Amazonas	Nacional
GAMITANA RELLENA	Plato típico elaborado con gamitana, carnes y verduras	Kilómetros	Nacional
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SINCHI	Construcción en buen estado	Kilómetros	Nacional
MALOKA HUITOTO KM 15	Construcción tradicional en madera	Kilómetros	Nacional
MALOKA HUITOTO KM 7	Construcción tradicional en madera	Kilómetros	Nacional
MALOKA MAKUNA KM 12	Construcción tradicional en madera	Leticia	Nacional
MALOKA YUKUNA KM 14	Construcción tradicional en madera	Leticia	Nacional
OLIMPIADAS INDIGENAS	Se caracterizan por integrar deportes tradicionales	Leticia	Nacional
PARQUE NACIONAL NATURAL CAHUINARI	En el área del Parque se observan formaciones geológicas importantes y los diferentes tipos de suelos imprimen características especiales a los cursos de agua y lagos.	Puerto Nariño	Nacional
PARQUE NACIONAL NATURAL RIO PURÉ	El ecosistema del área es considerado estratégico para la seguridad ecológica del país, pues constituye un importante y vital corredor ecológico.	Amazonas	Regional
EL CAÑÓN DE ARARACUARA	profundo cañón que atraviesa el río Caquetá de occidente a oriente dejando unas paredes de 100 m de altura a cada lado, en un recorrido de 1 kilómetro de aguas muy corrientosas	Amazonas	Regional
CUEVA DEL GUÁCHARO	Cavidades rocosas antiguas formadas por corrientes de agua subterránea que desembocando en las paredes del cañón han dejado profundas grietas	Amazonas	Regional
EL SALTO DEL DIABLO	Piedra ubicada en la parte media superior de la pared al costado norte del cañón, a manera de mirador natural	Amazonas	Regional
CIUDAD PERDIDA	Conformación de rocas gigantes caprichosamente labradas por la fuerza del agua hace miles de años	Amazonas	Regional
LOS BOSQUES ENANOS	Conformación vegetal típica que cubre la superficie del escarpe de especies de bajo crecimiento, como estrategia de protección ante la mayor fuerza de factores climáticos como el viento la temperatura y las fuertes lluvias, así como la carencia de nutrientes en dichos suelos.	Amazonas	Regional
RIO PUTUMAYO	Atraviesa de occidente a oriente la parte sur del departamento, cruzando al Brasil a la altura del corregimiento de Tarapacá	Amazonas	Regional
RIO IGARA PARANA	Cae de norte a sur sobre el curso del río Putumayo, desembocando en la población de El Encanto	Amazonas	Regional
CHORRO DE LA CHORRERA	Estrecho natural rocoso que da nombre al corregimiento de La Chorrera	Amazonas	Regional
RIO CAQUETA	Vertiente importante del país que baña el departamento de la Amazonas desde su extremo nor occidental, descendiendo hacia el oriente y un poco al sur, hasta ingresar al Brasil abajo del corregimiento de La Pedrera	Amazonas	Regional
RIO MIRITI PARANA	Nace en el corazón de la selva y desciende hasta el sur hasta encontrar el río Caquetá.	Amazonas	Regional
RIO APAPORIS	Afluente del río Caquetá, que riega sus aguas desde la parte nororiental del departamento haciendo de frontera en su parte baja con el Brasil, tierra sagrada de los indígenas de la región.	Amazonas	Regional
CHORRO CORDOBA	Cuenca baja del río Caquetá, corregimiento de la Pedrera	Amazonas	Regional

CERRO YUPATI	Una de las montañas más representativas de las selvas del Caquetá en su parte baja.	Amazonas	Regional
RAUDAL JIRIJIRIMO	Lecho rocoso del río apaporis que da origen a múltiples chorros, cascadas y pozos multicolores de extrema belleza.	Amazonas	Regional
CASA ARANA	Casa epicentro de la extracción del caucho y la esclavitud del pueblo huitoto	Amazonas	Regional
RESERVA NATURAL AGAPE	Es uno de los parches de selva menos intervenidos de los bosques cercanos al municipio capital, posee población de monos silvestres y espesa vegetación	Kilómetros	Regional
INSTITUTO DE INMUNOLOGIA	Construcción en buen estado	Leticia	Regional
BIBLIOTECA DEL BANCO DE LA REPUBLICA	Estilo contemporáneo, fachada colorida	Leticia	Regional
MUSEO DEL HOMBRE AMAZONICO	Hace parte de la biblioteca	Leticia	Regional
MUSEO DEL BUGEIO	Construcción en madera	Leticia	Regional
PARROQUIA NUESTRA SEÑORA DE LA PAZ	Típica construcción, en buen estado	Leticia	Regional
PASAJE COMERCIAL LAS VIUDAS	Híbrido de metal y madera	Leticia	Regional
PLAZA DE MERCADO MUNICIPAL	Estructura de hierro y concreto	Leticia	Regional
MALECON TURISTICO	Corredor peatonal	Leticia	Regional
PARQUE SANTANDER	Zona verde y bella fuente, senderos peatonales	Leticia	Regional
PARQUE ORELLANA	Zona verde, senderos peatonales y concha acústica	Leticia	Regional
AVENIDA INTERNACIONAL- AVENIDA DA AMIZADE	Calzada en mal estado punto de entrada a Brasil	Leticia	Regional
CALLE DE LAS FRUTAS	Puestos de madera en buen estado	Leticia	Regional
BUSTO DE ORELLANA	Busto en piedra	Leticia	Regional
ESCULTURA SANTANDER	Escultura en tamaño natural	Leticia	Regional
MONUMENTO AL DELFÍN ROSADO	Escultura en tamaño natural	Leticia	Regional
HOMENAJE A LA HAMACA	Escultura en aluminio	Leticia	Regional
desfile año viejo	Desfile fin de año	Leticia	Regional
RIO LORETOYACU	Afluente del Amazonas	Puerto Nariño	Regional
RIO ATACUARI	Afluente que nace en Perú	Puerto Nariño	Regional
RIO AMACAYACU	Río que separa los dos municipios amazónicos, Leticia - Puerto Nariño	Puerto Nariño	Regional
MALOKA INDIGUENA TIKUNA MORUAPU "TIERRA DE CONOCIMIENTO"	La Maloka es básicamente un punto de partida en la recuperación de la tradición Tikuna	Puerto Nariño	Regional
Fiesta de la Pelazón	La Pelazón es el ritual tradicional de la etnia Tikuna en el que se celebra el paso del estado de niñez a la pubertad femenina	Puerto Nariño	Regional
FESTIVAL DE DANZAS MURGAS Y CUENTOS (XV)	Espacio de reconstrucción cultural	Puerto Nariño	Regional
INDIGENA YAGUA	Son originarios del Perú, pero con las diferentes migraciones generadas por la esclavitud española	Puerto Nariño	Regional
INDIGENA COCAMA	Pueblo indígena que habita actualmente en las riberas de los ríos Ucayali y Huallaga en Perú y en la isla Ronda	Puerto Nariño	Regional
MUSEO ETNOCULTURAL NA IPATA UNCHI	Consta de 50 mts 2 donde se hallan ubicadas 56 piezas de las tres etnias presentes en la zona	Puerto Nariño	Regional
FUNDACION OMACHA	Centro de investigación y estudio entorno al tema de los mamíferos acuáticos	Puerto Nariño	Regional
FUNDACION NATUTAMA	Entidad sin ánimo de lucro que trabaja en el Amazonas colombiano desarrollando proyectos de educación	Puerto Nariño	Regional
CASA ARTESANAL MOWACHA	Espacio de madera en el cual se reúnen artesanos y turistas	Puerto Nariño	Regional
PARQUE CENTRAL	Plaza paralela al río, consta de canchas deportivas, concha acústica y zonas recreacionales	Puerto Nariño	Regional
MUELLE TURISTICO	Construcción en concreto y metal sobre el río	Puerto Nariño	Regional
CALSADAS Y PUENTES PEATONALES	Puentes en madera y calzadas en cemento con una muestra de la flora de la región	Puerto Nariño	Regional
ANIVERSARIO DE PUERTO NARIÑO	Actividades culturales, el reinado de Puerto Nariño, y el desfile escolar y demás instituciones	Puerto Nariño	Regional
DIA DEL CAMPESINO	Las diferentes comunidades que integran el municipio de Puerto Nariño realizan una exposición	Puerto Nariño	Regional

	e intercambio de los productos agrícolas		
FUERTE AMAZONAS	Base militar	Río Amazonas	Regional
Fariña (farinha)	Harina de yuca, base de alimentación regional	Toda la región	Regional
Patarasca o Pupeca	Carnes envueltas en hojas de plátano ahumadas	Toda la región	Regional
MOJOJOY	Deliciosa larva comestible y nutritiva	Toda la región	Regional
CASABE	Torta de yuca	Toda la región	Regional
Lenguas y Expresiones Orales	Particulares y diversas expresiones y lenguas regionales	Toda la región	Regional
DANZAS TRADICIONALES	Expresiones dancísticas típicas	Toda la región	Regional
Oraciones, Rituales y Plantas Medicinales	Conjunto de creencias y prácticas locales	Toda la región	Regional
CHAMBIRA	Fibra natural utilizada en la artesanía	Toda la región	Regional
YANCHAMA	Corteza utilizada en la artesanía	Toda la región	Regional
LA MALOKA	Construcción tradicional indígena	Toda la región	Regional
BAILE DE LA PELAZON	Baile tradicional ticuna	Toda la región	Regional
BAILE DEL CHONTADURO	Baile tradicional makuna, yukuna, tanimuka, etc.	Toda la región	Regional
FERIA ARTESANAL	Encuentro artesanal	Puerto Nariño	Regional
INDIGENAS TIKUNA	Viven a orillas del río Amazonas, pescadores	Toda la región	Regional
Festividades de la Confraternidad Amazonica	Integración internacional de la región	Leticia	Regional
Desfile escolar del 19 de junio	Desfile de los colegios	Leticia / Puerto Nariño	Regional
20 de julio	Desfile militar	Leticia / Puerto Nariño	Regional
SAN PEDRO	Colonia huilense	Leticia / Puerto Nariño	Regional
FESTIVAL MUSICAL PURARUCU DE ORO	Festival musical	Leticia / Puerto Nariño	Regional
CHORRO DEL GUACARÍ	Cascada de aguas cristalinas en medio de un ecosistema de lomas vírgenes de tierra firme con una caída suave	Amazonas	Local
CHORRO DEL PARANÁ	Cascada de aguas cristalinas en medio de un ecosistema de lomas vírgenes de tierra firme con una caída suave	Amazonas	Local
QUEBRADA YAHUARCACA	Quebrada de aguas cristalinas	Kilómetros	Local
QUEBRADA PICHUNA	Quebrada de aguas cristalinas	Kilómetros	Local
RESERVA NATURAL CERCA VIVA	Su principal objetivo es crear un espacio para vivienda de sus propietarios	Kilómetros	Local
RESERVA NATURAL TERESITA	Sus prioridades de manejo son la conservación, investigación y educación	Kilómetros	Local
TANIMBOCA RESERVA NATURAL DE LA SOCIEDAD CIVIL	Extensión de bosque nativo de tierra firme baja, con algunos parches pantanosos aislados, bañada por las aguas de la quebrada Yahaurcaca,	Kilómetros	Local
RESERVA NATURAL CANANGUCHOS	En la reserva se desarrollan actividades de conservación, producción e investigación	Kilómetros	Local
AGUAS CLARAS RESERVA NATURAL DE LA SOCIEDAD CIVIL	Extensión de bosque secundario de 5 hts de tierra firme alta, en avanzado grado de recuperación con presencia de senderos interpretativos	Kilómetros	Local
RESERVA NATURAL OTRA PARTE	La reserva se centra en la conservación del ecosistema amazónico.	Kilómetros	Local
ALTO DE CANTAGALLO	Mirador desde el cual se contempla el río Amazonas	Leticia	Local
LAGO YAHUARCACA	Lagos de origen selvático	Leticia	Local
QUEBRADA SAN ANTONIO	Quebrada natural en mal estado de conservación	Leticia	Local
PLAYAS DE LA COMUNIDAD LA PLAYA	Ecosistema de arenas limosas	Leticia	Local
RESERVA NATURAL FALAN	Reserva de la sociedad civil	Leticia	Local
RESERVA NATURAL 4 VIENTOS	Su objetivo principal es la recreación y conservación del bosque inundable	Leticia	Local
RESERVA NATURAL SELVA LUNA	Su principal objetivo es crear un espacio para vivienda de sus propietarios	Leticia	Local
HOTEL VICTORIA REGIA	Construcción en recuperación	Leticia	Local
PLAZA SAN FRANCISCO	Estructura deteriorada	Leticia	Local
MUELLE FLOTANTE	Muelle flotante en metal	Leticia	Local
HOMENAJE CONFLICTO COLOMBO PERUANO	Escultura en piedra	Leticia	Local
HOMENAJE A KAPAX	Escultura en bronce	Leticia	Local
HITO DE LA FRONTERA	Monumento en material, en color blanco,	Leticia	Local
PARQUE NACIONAL NATURAL AMACAYACU	Parque nacional natural	Puerto Nariño	Local
LAGO TARAPOTO Y ANEXOS	Sistema de lagos afectado por las aguas del río	Puerto Nariño	Local

	loretoyacu		
LAGO SOCÓ	Sistema de lagos afectado por las aguas del río loretoyacu	Puerto Nariño	Local
INSTITUCION EDUCATIVA SAN FRANCISCO DE LORETAYACU	Arquitectura en madera y concreto haciendo énfasis en el aspecto ecológico y las costumbres locales	Puerto Nariño	Local
ALCALDIA DE PUERTO NARIÑO	La alcaldía de puerto Nariño es una atractiva construcción de madera y concreto	Puerto Nariño	Local
PUENTE BELISARIO BETANCURT	Puente colgante que pasa sobre la quebrada el salto y comunica el municipio con el resguardo aticoya	Puerto Nariño	Local
MIRADOR NAI PATA 2	Construido en madera con más de 25 metros apoyado a un tanque elevado que le da mayor soporte	Puerto Nariño	Local
MIRADOR DEL 20 DE JULIO	Construcciones madera desde la cual se puede observar el río loretoyacu desembocando en el amazonas	Puerto Nariño	Local
RIO TAKANA	Afluente del amazonas, recorre varias comunidades	Río Amazonas	Local
RIO CALDERON	Reserva forestal de la nación	Río Amazonas	Local
RIO TUCUCHIRA	Río de aguas cristalinas	Río Amazonas	Local
RIO MATAMATA	Afluente menor del amazonas	Río Amazonas	Local
ISLA DE LA FANTASIA	Formación insular reciente	Río Amazonas	Local
ISLA RONDA	Isla de formación madura	Río Amazonas	Local
ISLA DE LOS MICOS	Refugio natural de monos	Río Amazonas	Local
ISLA KOREA	Isla madura de 45 kms 2	Río Amazonas	Local
ISLA ZARAGOCILLA	Isla madura con caños	Río Amazonas	Local
ISLA MOCAGUA	Isla madura con caños	Río Amazonas	Local
RIO PACOATUA	Afluente menor del amazonas	Río Amazonas	Local
RIO PARANA	Afluente menor del amazonas	Río Amazonas	Local
EL HUITO	Pigmento natural	Toda la región	Local

21.2 Agencias de viajes y operadoras turísticas

Nombre comercial	Tipo de prestador	Municipio	Dirección
ANACONDA TOURS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 11 NO 7 34
COLOMBIAN AMAZON EXPEDITION	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 7 NO 6 06 AVENIDA INTERNACIONAL
SANCOCHO TOURS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 4 NO 6 53
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CHAMAN TOURS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 8 NO 10 83
MANOA TOURS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 4 NO 1 18 BARRIO COLOMBIA
PARAISO ECOLOGICO	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 11 NO 6 106 LOCAL 3
AMATURS LTDA	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 11 NO 7 80
AMAZONAS FANTASTICA	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 11A NO 4 46
SERVINCLUIDOS LTDA SUCURSAL LETICIA	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 11 NO 6 11
CASA CUEVA	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 10 NO 6 97
AMAZONAS DISCOVERY TOURS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 8 NO 9 93
AVIATUR ECODESTINOS LETICIA	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 7 NO10 78 CENTRO
AMAZON TRAVEL	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 6 NO 5 19
AMAZONIA.COM VIAJES Y TURISMO	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 11 NO 8 50 LOCAL 6
SERVICIOS Y REPRESENTACIONES MANGUARE SAS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 11 NO 9 42 LOCAL 1
VISION AMAZONAS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 9 NO 11 56
TRANSPORTE FRONTERIZO DE TURISMO - TRANSFRONTUR	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 8 NO 5 74
AGENCIA DE VIAJES PIRARUCU TOURS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 13 NO 10 45
AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA AMAZONAS YURUPARY TOURS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 8 NO 7 26 LOCAL 2
COMERCIALIZADORA DE TURISMO AMAZONAS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 9 NO 7 22
MAMANZOO ZAFARI TOURS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 5 NO 11 30 APARTAMENTO 6
PLANETOUR AGENCIA DE VIAJES	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 10 NO 6 95
CALANOA AMAZONAS	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	RESERVA CALANOA COMUNIDAD MOCAGUA
COMERCIALIZADORA TUCUNARE	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 7 NO 10 03
AEROREPUBLICA S.A.	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 7 NO 10 36
AGENCIA DE TURISMO AMAZONAS CASA REAL	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 9 NO 7 59
AGENCIA AMAZONATE.COM	Agencia de viajes y turismo	Leticia / amazonas	CARRERA 4 NO 3A 99
BALSA TURISTICA YOWARUNA AURYTOURS	Agencia de viajes y turismo	Puerto nariño / amazonas	PUERTO NARIÑO
AMAZONASCOLOMBIA.COM	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 7 NO 7 82 LOCAL
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO EL MANATI	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 9 NO 9 28
AGENCIA AMAZONATE.COM	Agencia de viajes y turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 3 NO 3 05
AMAZONAS EXPLORE S	Agencia de viajes mayorista	Leticia / Amazonas	CARRERA 4 NO 3A 99
AMAZONAS TURISMO ECOLOGICO ATE LTDA	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 10A NO 15 35
AMAZONAS TURISMO ECOLOGICO ATE LTDA	Agencia de viajes operadora	Puerto nariño / amazonas	CARRERA 6 NO 6 78
SIEMPRE COLOMBIA TURISMO DE NATURALEZA Y EDUCACIÓN AMBIENTAL	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 6 NO 6 78
ECODESTINOS VIAJES Y TURISMO EU	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 8 NO 7 26 LOCAL 102
AMAZON TOURS & CRUISES	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 8 NO 7 26
AMAZON JUNGLE TRIPS	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 11 NO 7 20
SELVAVENTURA	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	AVENIDA INTERNACIONAL NO 6 25
ECOTOURES VIAJANDO CON NATURALEZA	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 10 NO 7 98
YURUPARY AMAZONAS TOURS	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	AEROPUERTO VASQUEZ COBO LOCAL 115
RESERVA TANIMBOCA TOUR OPERADOR	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 8 NO 7 26
			KILOMETRO 11+ 650 METROS VIA TARAPACA

YAHUARKAYAK TOURS	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	LOS LAGOS LA CHOLITA ENTRADA A LA BOCATOMA CASA 2
MARASHA TOURS	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 12A NO 5 93
BORUGO S.A.S.	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	VIA LOS LAGOS CONJUNTO LAS VERANERAS CASA 102
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA CAFAMAZ	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 11 NO 6 80
AUVIA NEVU OPERADORA HELICONIA	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 13 NO 11 74
C.A.R.D.I. AMAZON EXPEDITIONS	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	FINCA EL SAPOTE
ECOJUNGLA TOURS	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 8 NO 7 78
TURAMAZONAS LETICIA	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 11 NO 6 109
SELVADENTRO	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	KILOMETRO 11 LETICIA VIA TARAPACA
NAHAIHO EDUCACION EXPERIENCIAL	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 5 NO 9 117
TODOAMAZONAS TOURS	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 9 NO 5 61
SERVIECOTURISMO RONDA	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	COMUNIDAD RONDA ISLA DE RONDA
AGENCIA DE TURISMO YAKURUNA AMAZON TOURS	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 8 NO 9 52
AMAZONIA EWARE TRAVELERS	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	KILOMETRO 10 VIA TARAPACA
DOSEL VALENCIA	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 6 NO 1 59
EXPEDICION NATIVA	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 1A NO 6 26
YOI TOURS	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 4 NO 9A 05 PORVENIR
AGENCIA OPERADORA EL SAMAUMEIRA	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 9 NO 8 106
GRUPO MIRACLES	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	TRANSVERSAL 14 NO 4 25
TUIRUPU	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 1 NO 20 93 BARRIO COSTA RICA
COMERCIALIZADORA TUCUNARE	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 7 NO 10 03
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO TRAVESIAMAZONAS	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 6 NO 15 35
AMAZON TOUR	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 4 NO 8A 36
AMAZONIA PARADISE	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CALLE 5 NO 10 64
AMAZONAS SELVA Y RIO	Agencia de viajes operadora	Leticia / Amazonas	CARRERA 9 NO 9 29
DE SOUZA ABQUIBALDO PAULO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 7 NO 6 66 AVENIDA INTERNACIONAL
BARBOSA APARICIO NESTOR	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 6 NO 9 50 BARRIO LA FLORIDA
CUEVA MARQUEZ ELVIS	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 7 NO 6 06 AVENIDA INTERNACIONAL
MARIÑO ARENAS JOSE GUILLERMO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 11 NO 7 34
GONZALES YANES LUIS DANIEL	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	BARRIO AFASINTE LOTE 6 MANZANA H
GONZALEZ CARREÑO URIAS EDGARDO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 7 NO 8 45 APARTAMENTO 08
RODRIGUEZ CARDENAS ISAAC DOMINGO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 6 NO 7 91
CANGA OLIVEROS PEDRO RUPERTO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	BARRIO PORVENIR CALLE 3A CARRERA 9A NO 125
LESMES ROJAS ALBERTO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	BARRIO PORVENIR CALLE 5
NAZARENO ARAUJO FRANCISCO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 11 NO 7 34
BASTOS SILVANO JUAN	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 9A NO 2 71 BARRIO EL PORVENIR
MARTINEZ CRUZ JUAN DEL CARMEN	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	AVENIDA INTERNACIONAL NO 8 57
CALVACHE BABILONIA ALEJANDRO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	AVENIDA INTERNACIONAL NO 8 57
DOÑEZ VILLACORTA RODOLFO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 11 NO 7 48 LETICIA
MEJIA GAMEZ MIGUEL ANTONIO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 11A NO 6 99 BARRIO JARDIN
MARTINEZ GAVIRIA JAIRO OVIDIO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CABAÑAS ALTO DEL AGUILA

MEJIA GAMEZ ANGEL MARIA	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	BARRIO IANE CASA 108 MANZANA 4
VALENCIA PEREZ JUGALVIS	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 7 NO 8 45 APARTAMENTO 08
TORRES PARRA GERMAN IGNACIO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 6 NO 11 84
LUIS FELIPE ULLOA ARANGO	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 10 NO 7 98 LOCAL 14
JUAN CARLOS MAHECHA	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CALLE 8 NO 9 18
ANALY SORIA DIAZ	Guia de turismo	Leticia / Amazonas	CARRERA 5 NO 11 76 BARRIO SAN MARTÍN
PAULO BAUTISTA GOMEZ	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 9B NO 2 40
JOSE DEL CARMEN BERNAL LORES	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 10 NO 6 24
OMAR IVAN GONZALEZ PATERNINA	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 3 NO 10 61 BARRIO PORVENIR
HECTOR HUMBERTO MORA PORRAS	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 9 NO 7 23
JUAN FERREIRA CHOTA	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	BARRIO ESCOBEDO VIA LOS LAGOS
NORMA ELENA LEAL NEGETEYE	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	COMUNIDAD MULTIETNICA TACANA KILOMETRO 11 VIA TARAPACA
MARIA ISOLINA KUIRU CASTRO	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 11 NO 6 11
ELVIZ SALVADOR ORDÓNEZ MANUYAMA	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 11 NO 12 83
GARY BOTERO PANTOJA	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 6 NO 1 59 BARRIO GAITAN
YOLMAR ALEISE CARRILLO ANGARITA	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 5 NO 1 65
ROSALBA MORAN DEL AGUILA	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 13A NO 3A 41
ISMENIA AHUE CUELLAR	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 6 NO 7 30
ANTONIO RENGIFO GALINDO	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 7 NO 10 100
JAMERSON JULIO RAMIREZ JARAMILLO	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 4 NO 4 14
SILVIA PATRICIA ALBARADO BAOS	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	TRANSVERSAL 3 NO 14 53 BARRIO SIMON BOLIVAR
CARLOS FLOREZ PEREZ	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 10 NO 14 04 AVENIDA VASQUEZ COBO
EDGAR LEONARDO GALLO PIEDRAHITA	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 11 B NO 1 C - 41 BARRIO IANE
LUIS GABRIEL TETEYE SILVA	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 14 NO 10 118 BARRIO VICTORIA REGIA
ALBA YAZMINA QUINTERO YAHUARCANY	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 3 NO 6A 08 BARRIO GAITAN
ZONIA INES MARQUEZ ROMAN	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 8 NO 14 41
KARINA BECERRA MOZOMBITE	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 9B NO 2 23 BARRIO PORVENIR
ADDERLY TAPAYURI REINA	GUIA DE TURISMO	LETICIA / AMAZONAS	BARRIO SIMON BOLIVAR

21.3 Establecimientos de alojamiento y hospedaje

Nombre comercial	Tipo de prestador	Municipio	Dirección
HOTEL ANACONDA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 11 NO 7 34
HOTEL CASA SELVA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 6 NO 6 78
LOS DELFINES HOSPEDAJE	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 11 NO 12 85
HOTEL YURUPARY	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 8 NO 7 26
DIVINO NIÑO HOTEL	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 6 NO 7 23
HOTEL MOC LA FRONTERA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 6 NO 1 04
HOTEL LOMAS DEL PAIYU	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 7 NO 5 74
HOSTAL VILLA KIARA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	KILOMETRO 16 VIA LETICIA TARAPACA
HOTEL DE LA SELVA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 7 NO 7 28
HOTEL SANTA HELENA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 7 NO 8 20
HOTEL DECALODGE TICUNA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 11 NO 6 11
REFUGIO TURISTICO EWARE	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	PUERTO NARIÑO
AMAZONAS REAL	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 8 NO 10 32
HOTEL FERNANDO REAL	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 9 NO 8 80
HOSTAL UMARI RESERVA NATURAL AGUAS CLARAS	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	KILOMETRO 18.5 CARRETERA LETECIA TARAPACA
FINCA YAKURUNA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	KILOMETRO 5.5 VIA TERRAPACA
RESIDENCIAS DEL CENTRO	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 10 NO 8 52
HOTEL TICUNA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 6 NO 3 29
HOTEL RESTAURANTE BRISAS DEL AMAZONAS	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	PUERTO NARIÑO
HOTEL MALOKAMAZONAS	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 8 NO 5 49
CONCESION AMACAYACU	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	PARQUE AMACAYACU RIO AMAZONAS KILOMETRO 60
MALOCAS NAPU	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 4 NO 5 72
ALDEA GENN LOP	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 8 NO 7 50 INTERIOR

CONSEJO INDIGENA COMUNIDAD INDIGENA JUSSY MONILLA AMENA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	VIA LETICIA TARAPACA KILOMETRO 9.8
HOTEL VICTORIA AMAZONICA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 13 NO 10 39
HOTEL AMIRA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 9 NO 9 71
HOTEL MEDITERRANEO AMAZONIA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CORREGIMIENTO LA PEDRERA
RESERVA TURISTICA VICTORIA REGIA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	COMUNIDAD LA MILAGROSA
CABAÑAS TURISTICAS MANGUARE	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 4 NO 4 54
VILLA KIARA REFUGIO AMAZONICO	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	KILOMETRO 16 VIA TARAPACA
PUNTO AMAZONAS	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 11 NO 5 45
CASA DE HUESPEDES MAHATU	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 7 NO 9 69
HOSTAL LA TERRAZA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 7 NO 11 35
HOTEL CASA REAL A Y P	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 9 NO 7 55/59
HOTEL WAIRA SUITES	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 10 NO 7 36
AMAZON HOLIDAYS	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	COMUNIDAD MULTIETNICA TAKANA KILOMETRO 11
AMAZONIA EWARE TRAVELERS	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	KILOMETRO VIA TARAPACA
AMAZON BEB & BREAKFAST	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 12 NO 9 30
GRUPO MIRACLES	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	TRANSVERSAL 14 4 25
ALDEA YURUPARY	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	FINCA LA ESPERANZA (SANTA RITA)
RESERVA TANIMBOCA TOUR OPERADOR	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	KILOMETRO 11 + 650 METROS VIA TARAPACA
HOTEL PIRARUCU	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 13 NO 10 45
SELVAVENTURA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 9 NO 6 85
ALOJAMIENTO TIERRAS AMAZONICAS	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 5 NO 4 53
HOTEL ARAWANA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 7 NO 11 09 BAJADA PUERTO KAPAX
HOSTAL MANGUARE	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 7 NO 7 81
ALTO DEL AGUILA CABAÑAS DEL FRAYLE	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	PUERTO NARIÑO
OMSHANTY	ESTABLECIMIENTO DE	LETICIA / AMAZONAS	VIA TARAPACA KILOMETRO

	ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE		11
CALANOA AMAZONAS	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	RESERVA CALANOA COMUNIDAD MOCAGUA
HOTEL BARBACOAS	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 10 NO 8 32
HOSTAL LAS HELICONIAS	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 2 NO 5 65
LA JANGADA HOSPEDAJE	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 9 NO 8 106
CASA HOTEL RENZETA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 10 NO 6 50
HOSTAL Y ARTESANIAS TACHIWA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	PUERTO NARIÑO
HOSTAL ASAI	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CALLE 6 NO 6 65
LA POSADA LETICIANA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CARRERA 9 NO 12 84
OKAINA HOTEL	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	KILOMETRO 4 SAN SEBASTIAN FINCA 2
VICTORIAS BED + BREAKFAST	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	CONJUNTO RESIDENCIAL LAS VERANERAS CASA 125 LOS LAGOS
ECOHOTEL SAN JUAN DEL SOCO	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	LETICIA / AMAZONAS	COMUNIDAD SAN JUAN DEL SOCO
HOTEL BOUTIQUE ALMA CASA SELVA	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	PUERTO NARIÑO /AMAZONAS	PUERTO NARIÑO A 50 Mts DEL RIO LORETOYACU

21.4 Encuestas a turoperadores nacionales

A continuación se inserta la plantilla encuesta que se hizo llegar a diferentes turoperadores nacionales a través de la herramienta online www.surveymonkey.com.

1. ¿De dónde proceden principalmente los turistas que ustedes manejan? (Numere los mercados del 1 al 6, siendo 1 su principal mercado)

Latinoamérica	<input type="text"/>
Europa	<input type="text"/>
Norteamérica	<input type="text"/>
Asia	<input type="text"/>
Oceanía	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>

2. ¿Cuáles son sus segmentos turísticos objetivo? (máximo 5 respuestas)

- Circuitos turísticos genéricos
- Turismo de naturaleza y ecoturismo
- Turismo de aventura
- Turismo deportivo
- Agroturismo y turismo rural
- Turismo cultural
- Turismo de negocios
- MICE (reuniones, incentivos, congresos, exposiciones)
- Turismo comunitario
- Turismo de cruceros
- Turismo de salud
- Turismo de golf
- Sol y playa
- Turismo de especial interés: avistamiento de aves y de fauna
- Turismo de especial interés: pesca deportiva

Otros (por favor especifique)

3. En los últimos 5 años, usted cree que la demanda turística hacia Colombia

- ha descendido
- se ha estabilizado
- ha aumentado
- ha aumentado considerablemente

4. ¿Cuáles son, en su opinión, los principales 3 países competidores de Colombia?

1.	<input type="text"/>
2.	<input type="text"/>
3.	<input type="text"/>

5. ¿Qué destinos dentro de Colombia abarcan? (numérelos del 1 al 5 en función de su importancia, siendo 1 el destino que más abarcan y 5 el que menos)

Región Caribe	<input type="text"/>
Región Andina	<input type="text"/>
Región Pacífica	<input type="text"/>
Región Amazonía	<input type="text"/>
Región Orinoquía	<input type="text"/>

6. Clasifique del 1 al 6 las siguientes debilidades en función de lo que han obstaculizado el desarrollo turístico en la Amazonia colombiana (siendo 1 la debilidad que más ha obstaculizado el desarrollo y 6 la que menos)

Inseguridad	<input type="text"/>
Accesibilidad	<input type="text"/>
Indefinición del producto ofrecido	<input type="text"/>
Falta de promoción turística	<input type="text"/>
Deficiente infraestructura turística	<input type="text"/>
Otras	<input type="text"/>

7. Clasifique del 1 al 6 las siguientes debilidades en función de lo que han obstaculizado el desarrollo turístico en la Orinoquía colombiana (siendo 1 la debilidad que más ha obstaculizado el desarrollo y 6 la que menos)

Inseguridad	<input type="text"/>
Accesibilidad	<input type="text"/>
Indefinición del producto ofrecido	<input type="text"/>
Falta de promoción turística	<input type="text"/>
Deficiente infraestructura turística	<input type="text"/>
Otras	<input type="text"/>

8. ¿Qué potencial de atracción de turistas tendría desarrollar algún producto turístico en los siguientes destinos? (valore entre potencial de atracción de turistas locales, nacionales e internacionales)

	Local / Regional	Nacional	Internacional	N/A
Los llanos de Arauca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El río Arauca (Arauca Vibrador), Arauca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PNN El Cocuy, desde Arauca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruta Libertadora de Arauca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Río Orinoco, Vichada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puerto Carreño, Vichada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Casuarito, Vichada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Río Bitá, Vichada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PNN El Tuparro, Vichada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Raudales de Maipures, Vichada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cerros de Mavicure, Guainía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Río Inírida, Guainía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrella Fluvial de Oriente, Guainía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Río Atabapo, Guainía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Raudal del Jirijirimo, Vaupés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Río Amazonas, Amazonas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kilómetros, Amazonas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leticia, Amazonas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puerto Nariño, Amazonas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PNN Amacayacu, Amazonas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Balneario Las Pailas, Caquetá	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laguna de Cartagena del Chaira, Caquetá	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reserva ecoturística las Dalias, Caquetá	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PNN Chiribiquete, Caquetá	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Califique del 1 al 10 el potencial turístico internacional de los siguientes productos turísticos (siendo 1 poco potencial y 10 mucho potencial)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	N/A
Turismo comunitario – etnoturismo en la Amazonia Colombiana	<input type="radio"/>										
Pesca deportiva en la Amazonia Colombiana	<input type="radio"/>										
Turismo de naturaleza – ecoturismo en la Amazonia Colombiana	<input type="radio"/>										
Avistamiento de aves en la Amazonia Colombiana	<input type="radio"/>										
Fincas Turísticas Llaneras y agroturismo en la Orinoquia Colombiana	<input type="radio"/>										
Turismo de naturaleza - ecoturismo en la Orinoquia Colombiana	<input type="radio"/>										
Pesca deportiva en la Orinoquia Colombiana	<input type="radio"/>										
Avistamiento de aves en la Orinoquia Colombiana	<input type="radio"/>										

10. Añada, por favor, a continuación cualquier otro comentario relacionado con el desarrollo turístico de la Amazonia y la Orinoquia colombianas

21.5 Encuestas a turoperadores internacionales

A continuación se inserta la plantilla encuesta que se hizo llegar a diferentes turoperadores internacionales a través de la herramienta online www.surveymonkey.com.

1. Which markets do you operate with? (Number them from 1 to 6, 1 being your main market)

Latin America	<input type="text"/>
Europe	<input type="text"/>
North America	<input type="text"/>
Asia	<input type="text"/>
Oceania	<input type="text"/>
Others	<input type="text"/>

2. Which are your specific tourism segments? (maximum 5 answers)

- General Tourism Tours
- Nature Tourism and Ecotourism
- Adventure Tourism
- Sports Tourism
- Agri-tourism and Rural Tourism
- Cultural Tourism
- Business Tourism
- MICE (meetings, incentives, conferences, exhibitions)
- Community Tourism
- Cruise Tourism
- Health Tourism
- Golf Tourism
- Sun & Beach
- Special Interest Tourism: fauna and bird watching
- Special Interest Tourism: fishing

Otros (por favor, especifique)

3. In your opinion, over the last 5 years, tourism demand towards Latin America...

- has decreased
- has stabilized
- has increased
- has increased significantly

4. ¿Cuáles son, en su opinión, los principales 3 países competidores de Colombia?

1.	<input type="text"/>
2.	<input type="text"/>
3.	<input type="text"/>

5. ¿Qué destinos dentro de Colombia abarcan? (numérelos del 1 al 5 en función de su importancia, siendo 1 el destino que más abarcan y 5 el que menos)

Región Caribe	<input type="text"/>
Región Andina	<input type="text"/>
Región Pacífica	<input type="text"/>
Región Amazonía	<input type="text"/>
Región Orinoquía	<input type="text"/>

6. Clasifique del 1 al 6 las siguientes debilidades en función de lo que han obstaculizado el desarrollo turístico en la Amazonia colombiana (siendo 1 la debilidad que más ha obstaculizado el desarrollo y 6 la que menos)

Inseguridad	<input type="text"/>
Accesibilidad	<input type="text"/>
Indefinición del producto ofrecido	<input type="text"/>
Falta de promoción turística	<input type="text"/>
Deficiente infraestructura turística	<input type="text"/>
Otras	<input type="text"/>

7. Clasifique del 1 al 6 las siguientes debilidades en función de lo que han obstaculizado el desarrollo turístico en la Orinoquía colombiana (siendo 1 la debilidad que más ha obstaculizado el desarrollo y 6 la que menos)

Inseguridad	<input type="text"/>
Accesibilidad	<input type="text"/>
Indefinición del producto ofrecido	<input type="text"/>
Falta de promoción turística	<input type="text"/>
Deficiente infraestructura turística	<input type="text"/>
Otras	<input type="text"/>

8. Which tourism products do you associate the Orinoco Region with?

- General Tourism Tours
- Nature Tourism and Ecotourism
- Adventure Tourism
- Sports Tourism
- Agri-tourism and Rural Tourism
- Cultural Tourism
- Business Tourism
- MICE (meetings, incentives, conferences, exhibitions)
- Community Tourism
- Cruise Tourism
- Health Tourism
- Golf Tourism
- Sun & Beach
- Special Interest Tourism: fauna and bird watching
- Special Interest Tourism: fishing
- Do not know

Others (please specify)

21.6 Encuesta a turistas en destino

A continuación se inserta la plantilla que se utilizó para realizar las encuestas en destino a los turistas encontrados.

Datos de la encuesta:

Nombre:

Técnico:

Fecha, hora y lugar:

1. ¿Edad?
 - Entre 16 y 25
 - Entre 26 y 35
 - Entre 36 y 65
 - Más de 65
2. Nacionalidad:
3. ¿Lugar de residencia? Si es Colombia, ¿qué departamento?
4. ¿Origen de este viaje?
5. Realiza su viaje:
 - Solo
 - En pareja
 - En familia (n° de personas:)
 - Grupo de amigos (n° de personas:)
 - Grupo de trabajo (n° de personas:)
6. Organización del viaje:
 - Vía agencia de viajes / turoperador
 - Individualmente
 - Amigo o familiar
7. Medio de transporte utilizado:
 - Fluvial (especificar)
 - Aéreo ¿Qué aeropuerto?
 - Terrestre ¿Coche particular o alquilado, bus, furgoneta?
- 8.Cuál es el motivo de su visita
 - Negocios
 - Visita a familiares
 - Participación en algún evento
 - Descanso
 - Diversión
 - Cultura
 - Ecología
 - Otro
9. ¿Qué atractivos del departamento ha visitado / tiene intención de visitar? ¿Por qué?
10. ¿Qué actividades turísticas ha realizado tiene intención de realizar en el departamento? ¿Por qué?
11. ¿Cuál va a ser su estadía en el departamento?

12. Usted considera que para hacer turismo el departamento es

- Completamente seguro
- Seguro
- Medianamente seguro
- Inseguro
- Muy inseguro

13. Usted considera que la calidad de los servicios turísticos del departamento es

- Excelente
- Buena
- Regular
- Deficiente
- Muy deficiente

14. ¿A través de qué medio se informó sobre el Departamento/los atractivos del Departamento?

- Agencias de viajes
- Prensa
- Revista especializada
- Televisión / Radio
- Internet
- Amigos
- Familia
- Otros:

15. ¿A qué otros lugares (departamentos) similares a este departamento viajaría dentro del territorio Colombiano? (ordenar en orden de voluntad)

16. ¿Que le gustaría que hubiera en el departamento? (En base a las debilidades identificadas)

17. Volvería a viajar al Departamento solo si:

- Más actividades
- Más barato
- Mayor accesibilidad de los atractivos
- Otros:

21.7 Entrevistas semi-estructuradas

A continuación se inserta la plantilla que se utilizó para realizar las entrevistas en destino a los diferentes actores del sector turístico.

Datos del entrevistado

Nombre:	Nombre de la empresa / institución:
Dirección de la empresa:	E-mail de contacto directo:
Técnico:	
Fecha y hora:	Duración de la visita:
Material gráfico recopilado:	

Situación turística general del departamento

¿Qué **posición** (o función) ocupa el departamento dentro del turismo de Colombia?

¿Usted **ve al departamento como un destino** turístico? ¿Por qué?

¿Cuáles son para usted, los principales atractivos turísticos del departamento? Indique por orden de importancia los 5 primeros

Socialmente, ¿cómo considera que es la **actitud de la sociedad** hacia el turismo? ¿hay conciencia turística, la población se identifica con los principales atractivos turísticos del departamento?

¿Considera que las condiciones de seguridad del departamento son favorables para el desarrollo del turismo? ¿Por qué? ¿Qué haría falta?

¿Usted cree que **podría crecer** la importancia del turismo para el departamento? ¿Por qué?

Accesibilidad, Transporte y Organización de Viajes

¿El departamento es un destino turístico de fácil **acceso** (evaluar vías de comunicación, terminales, etc.)? ¿Los accesos son adecuados?

- Aeropuertos, (Cuántos operativos en el departamento? Capacidad? Estado? Frecuencias?)
- Conexiones por carreteras (estado de las carreteras, seguridad en las carreteras, buses?)
- Conexiones fluviales (servicios de transporte disponibles, seguridad en los accesos)

¿Qué accesibilidad tienen los atractivos turísticos del departamento? (Señalización vial?, señalización turística?)

¿Existen operadores de turismo en el departamento? ¿En qué actividades turísticas están enfocados? ¿Cómo valora su grado de profesionalización? ¿Cómo fomentan estos operadores el desarrollo turístico del departamento?

Atractivos y actividades turísticas principales

¿Considera que los recursos del departamento están **puestos en valor** turísticamente?

¿Cómo valora la demanda turística actual a estos atractivos? (Evolución en los últimos años, cantidad y calidad)

Además de los principales atractivos turísticos, ¿qué otras actividades turísticas se pueden llevar a cabo en el departamento?

¿Qué demanda turística están teniendo estas actividades? (Evolución en los últimos años, cantidad y calidad)

Alojamiento, Restaurantes, Servicios y Actividades Complementarias

¿Considera que la oferta de **alojamientos** es suficiente y adecuada para el número y el tipo de turista que visita el departamento? (Valorar cantidad y calidad)

¿Considera que la oferta **gastronómica** es suficiente y adecuada para el número y el tipo de turista que visita el departamento? (Valorar cantidad y calidad)

¿Considera que la oferta de **actividades de ocio** (oferta comercial, plazas públicas, parques, eventos especiales, festivales) del municipio y alrededores es suficiente y adecuada para el turista del departamento? ¿Por qué?

Considera que los **equipamientos** del destino son adecuados para el turismo del departamento (puntos de información turísticos, guías turísticos, señalización, paseos.)?

Gestión del turismo

¿Los **servicios públicos** en relación al turismo son suficientes y adecuados (electricidad, residuos, aguas, conectividad móvil e internet, etc)?

¿Qué opinión tiene de la **gestión pública** del turismo en el departamento? ¿Por qué?

¿Considera que la **normativa** es suficiente y adecuada para el desarrollo del turismo del departamento? ¿Por qué?

¿Qué opinión tiene de la **Promoción** del turismo del departamento? ¿Por qué?

¿Participa usted/su empresa en **actuaciones conjuntas** de comercialización/promoción con las instituciones públicas?
¿Qué sugerencias tiene para la promoción/comercialización del departamento?

¿Qué destinos son, en su opinión, claros **competidores** del departamento?

21.8 Guías de observación del destino

A continuación se inserta la plantilla utilizada para la observación del destino.

Fecha de visita:

Lugares visitados/valorados:

Técnico:

1 Muy deficiente, 2 Deficiente, 3 Indiferente, 4 Satisfactorio, 5 Muy satisfactorio

		1	2	3	4	5
Accesibilidad, Transporte y Organización	Estado de los accesos					
	Señalización vial					
	Accesibilidad de los recursos					
	Señalización turística					
	Oficinas de información turística					
	Turoperadores / agencias de viaje con operaciones en el Departamento					
Atractivos y actividades turísticas principales	Puesta en valor de los recursos hacia el turista					
	Variedad e interés de los atractivos naturales					
	Limpieza de los espacios naturales					
	Impactos percibidos en los espacios naturales					
	Facilidad de observación de aves y fauna					
	Variedad e interés de los núcleos comunitarios/urbanos					
	Limpieza de los núcleos de población					
	Variedad y atractivo de las actividades turísticas a realizar					
	Disponibilidad de actividades complementarias					
	Espontaneidad de la experiencia de la cultura comunitaria local – cercanía de la experiencia					
	Jerarquía de los atractivos turísticos en general					
Alojamiento, Restaurantes	Disponibilidad y adecuación de alojamientos turísticos					
	Percepción de la calidad del edificio e instalaciones de los hoteles					
	Percepción de la calidad del servicio de los hoteles					
	Disponibilidad y adecuación de restaurantes para el turismo					
	Percepción de la calidad del edificio e instalaciones del restaurante					
	Percepción de la calidad del servicio y alimentos del restaurante					
☐ ☐ ☐ Fomento del desarrollo turístico (políticas, planes...)						

	1	2	3	4	5
Inversión del estado en infraestructuras y servicios					
Percepción de la gestión turística por parte del sector público					
Inversión del sector privado					
Implicación del sector privado en el desarrollo turístico					
Nivel de los servicios públicos (electricidad, residuos, aguas, conectividad móvil e internet, etc)					
Disponibilidad de personal cualificado					
Acogida de la población al turismo					
ATRACTIVO final del destino/recorrido					

Comentarios y sugerencias:

22 Anexo fotográfico

22.1 Registro fotográfico de los talleres y las socializaciones

22.1.1 Primer taller



22.1.2 Segundo taller



22.1.3 Primera socialización del Plan de Desarrollo Turístico del Amazonas



22.1.4 Segunda socialización del Plan de Desarrollo Turístico del Amazonas

Maloka Jitoma



Puerto Nariño, con compañía de los resguardos indígenas del Amazonas área de influencia Puerto Nariño y Parque Amacayacu





Persona de contacto

gbassotti@tladvisors.com

www.tladvisors.com



Persona de contacto

rramirez@aviaexport.com.co

www.aviaexport.com.co