

Plan de Desarrollo Turístico

Departamento del Chocó 2016- 2020

Solicitudes contractuales – Diagnóstico

- Información general
- Planta turística: Información sobre tarifas y evaluación de la calidad de los servicios
- Uso de tecnología para la gestión administrativa empresarial y comercialización de productos turísticos.
- Fortalezas y debilidades de la oferta turística
- Inventario de atractivos turísticos, naturales y culturales categorizados y calificados siguiendo la metodología del MINCIT
- Evaluación de las funciones y la eficiencia de las entidades públicas y privadas que lideran la actividad turística.
- Grado de atractivo de la región en el contexto nacional e internacional

Solicitudes contractuales – Fase 2

Planificación

- Esbozar líneas estratégicas
- Realizar un portafolio productos turísticos
- Formulación de los proyectos
- Revisar lineamientos para identificar y contactar inversionistas potenciales para los proyectos
- Generar lineamientos para la definición de acciones que conduzcan a lograr el mejoramiento de la imagen y el posicionamiento internacional deseado como destino turístico
- Generar lineamientos que plantean herramientas de marketing adecuadas para la atracción del segmento de demanda objetivo

Solicitudes contractuales – Otras

- Revisar las normas y reglamentos existentes orientados a la protección del medio ambiente o del patrimonio cultural de la región.
- Identificar las necesidades de capacitación de los individuos relacionados con el sector turismo.

Proceso metodológico

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

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

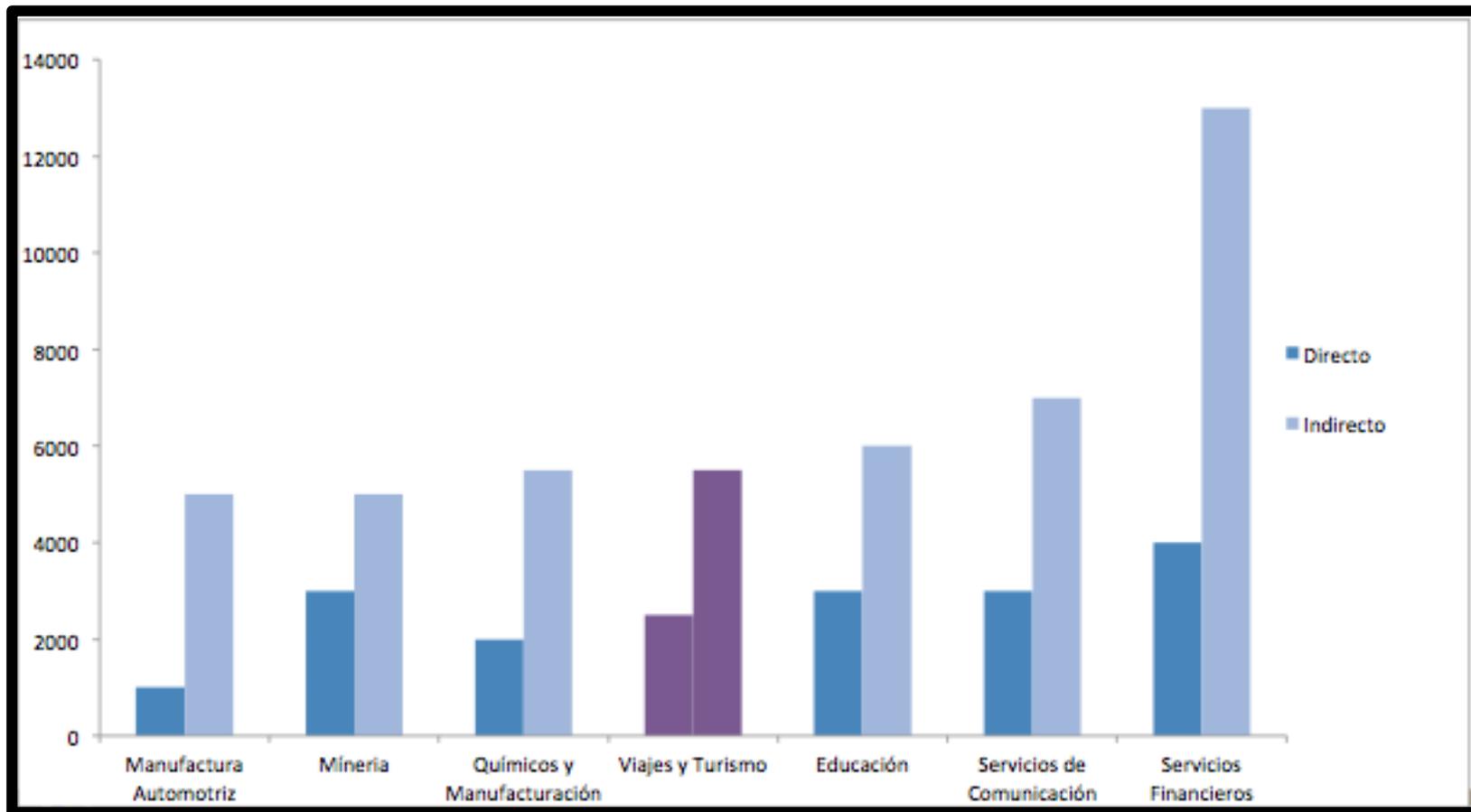
Ellos permitieron el desarrollo de las tres fases de elaboración del Plan:



Importancia del turismo

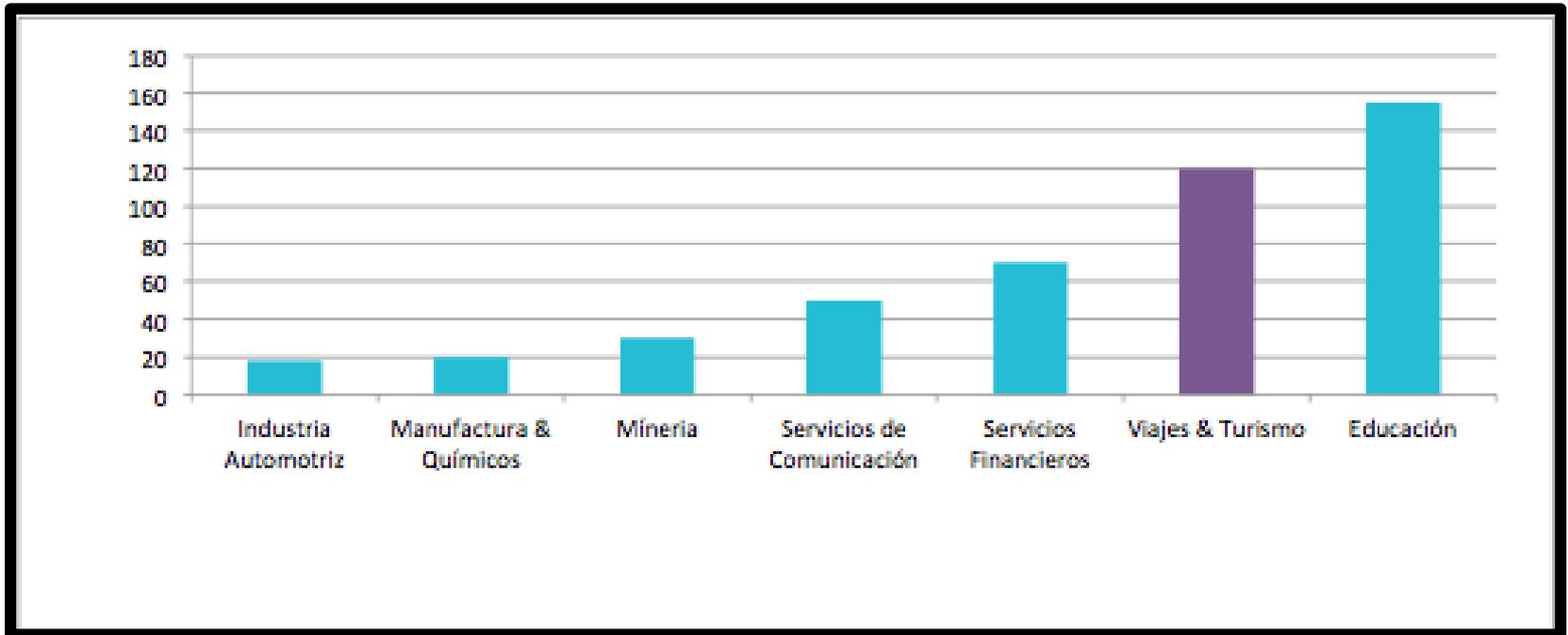


IMPACTO DEL PIB POR INDUSTRIA



Fuente: WTTC "Benchmark Industrias 2012"

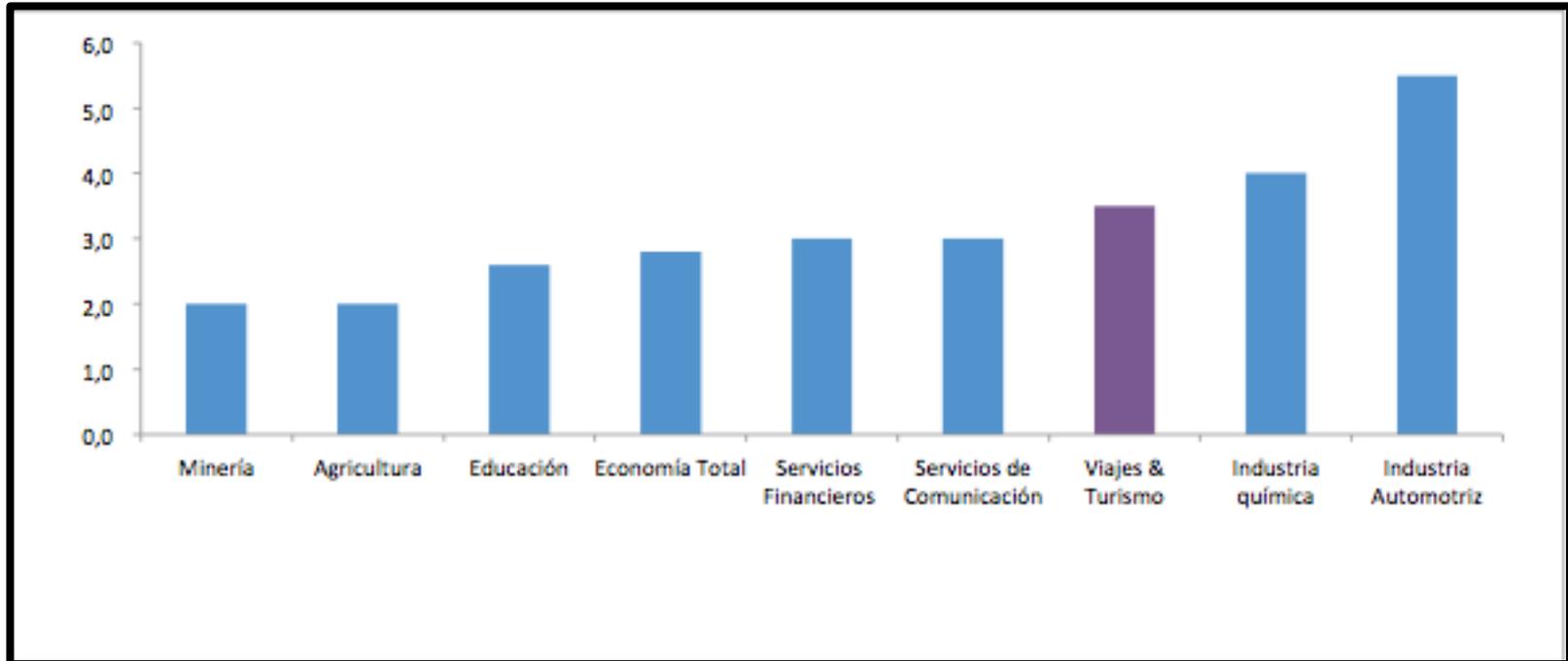
EMPLEO DIRECTO POR INDUSTRIA



Fuente: WTTC "Benchmark Industrias 2012"

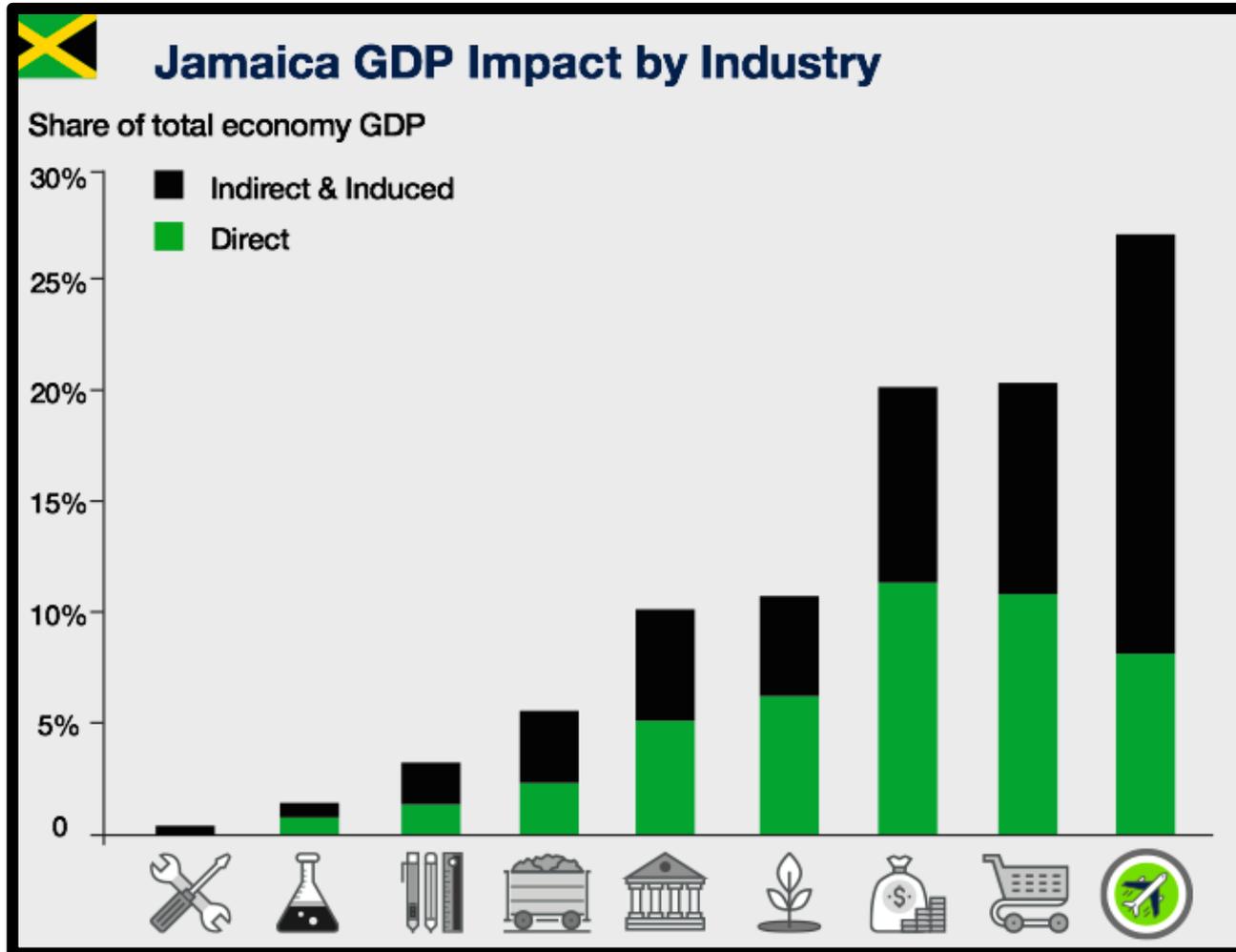
MULTIPLICADOR DE LA ECONOMÍA

Proporción, generación de valor x dólar invertido



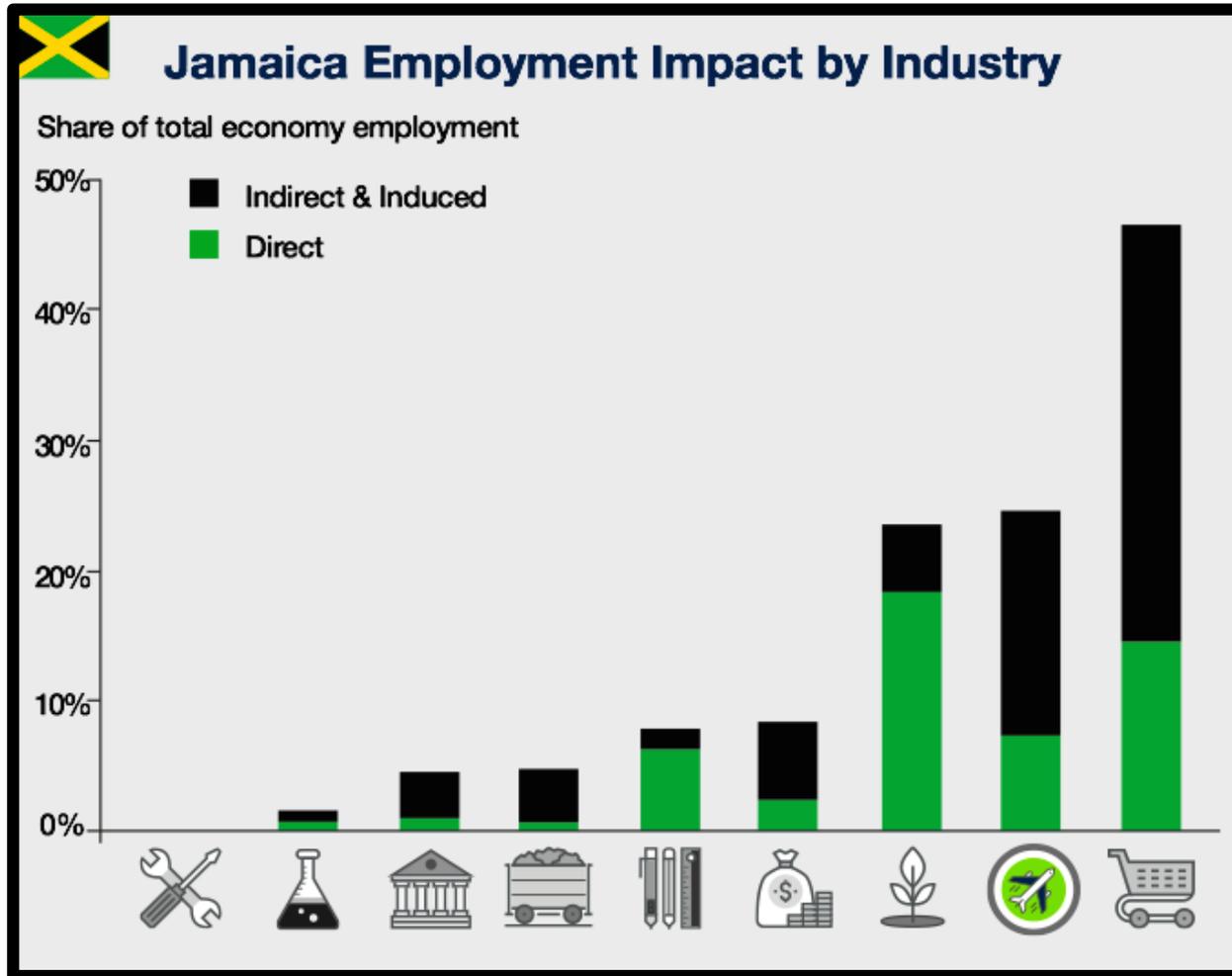
Fuente: WTTC "Benchmark Industrias 2012"

PIB POR INDUSTRIA



Fuente: WTTC "Benchmark Industrial Country Region, Jamaica. 2015"

IMPACTO EMPLEO POR INDUSTRIA



Fuente: WTTC "Benchmark Industrial Country Region, Jamaica. 2015"

¿CÓMO NO SE GENERÓ?



TURISMO COMO EXPERIENCIA

Física

Social

Emocional

Intelectual





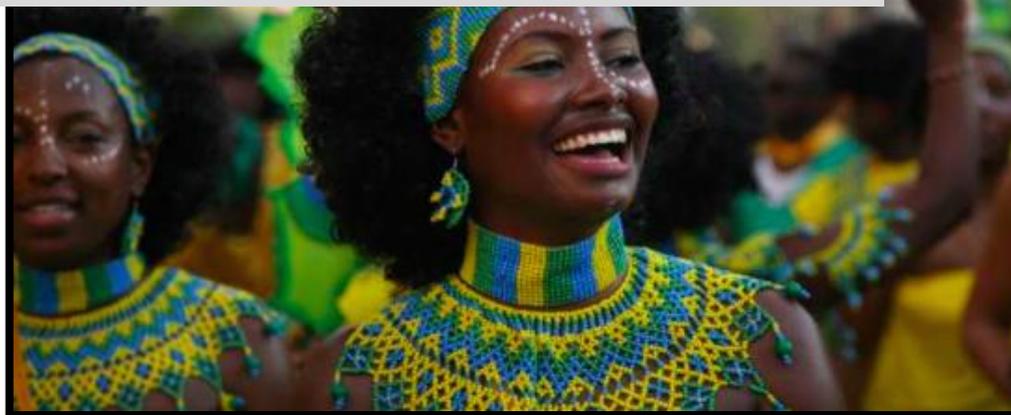
PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO CHOCÓ

Visión y objetivos

CHOCÓ

Visión turística Chocó 2016-2020

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



Objetivo General:

Contribuir al desarrollo del Departamento del Chocó a través del **turismo**

1. Consolidar el posicionamiento turístico del Departamento

2. Estructurar una oferta turística diferenciada y de calidad

3. Incrementar la llegada de visitantes

4. Contribuir al desarrollo sostenible y mejora de la calidad de vida

5. Fortalecer los esquemas de gobernanza del sector

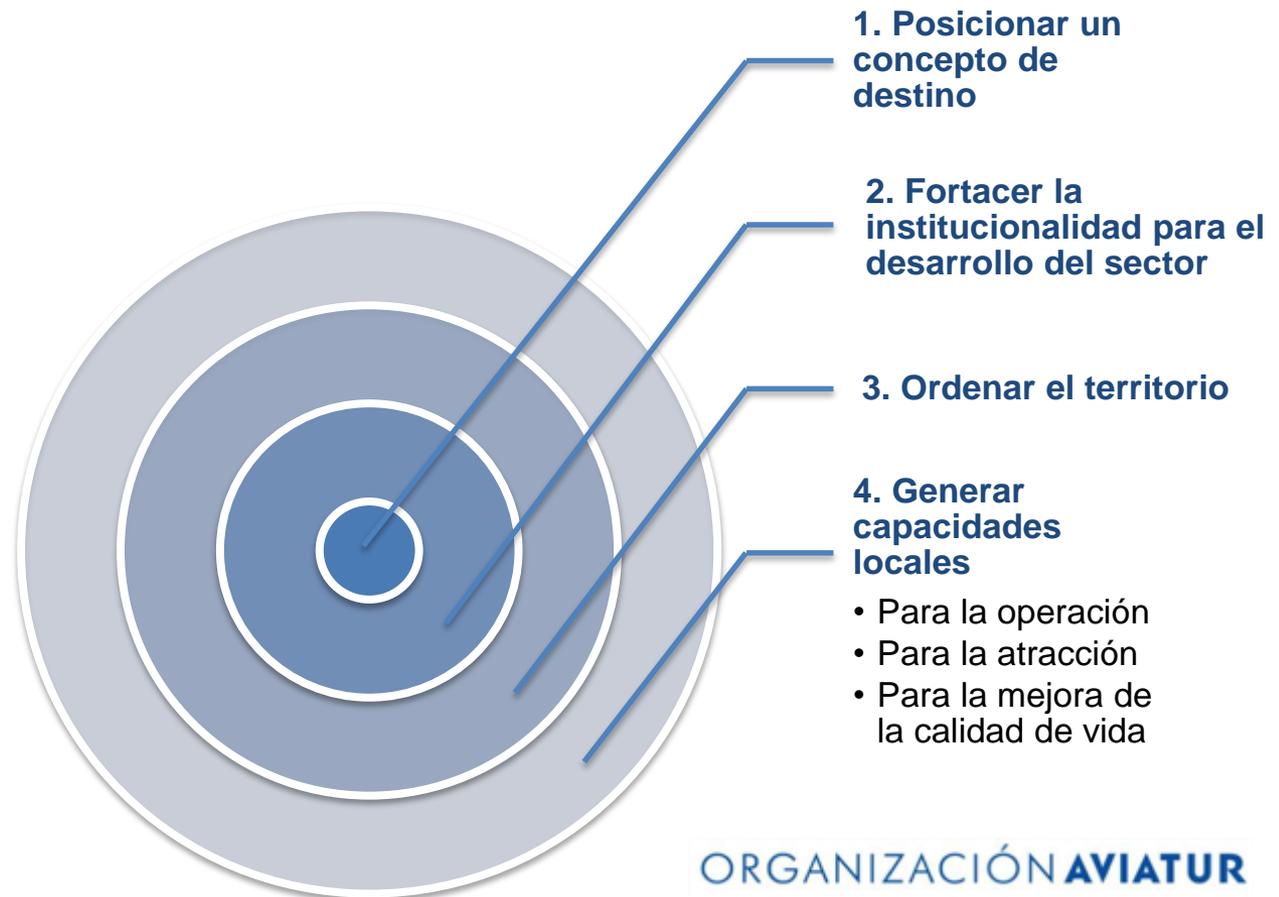
Metas

CHOCCÓ

Variable	2014	Crecimiento orgánico 2020	Meta 2020
Total de visitantes anuales	12.630	18.345	94.421
Total de visitantes nacionales anuales	10.721	14.996	67.362
Total de visitantes internacionales anuales	1.909	3.349	27.059
Total de ingresos por gasto directo del visitante	3.539.300.000	6.390.687.000	45.150.572.286
Total acumulado de ingresos por gasto directo del visitante	N/A	39.022.728.515	94.931.782.832
Empleos a generar		600	1.680



Desarrollo turístico para Chocó



1. Concepto de destino

• Proceso de elaboración del diagnóstico

Identificación de un concepto de destino

1. Caracterización del territorio

- Socialización a actores del sector, visitas de campo y entrevistas
- Análisis de características del territorio (fuentes secundarias)

2. Análisis de la oferta turística del destino

- Actualización del inventario turístico (revisión del inventario existente y trabajo de campo en los municipios priorizados)
- Análisis de la oferta de prestadores de servicios turísticos (Visitas de campo, talleres, entrevistas y revisión de fuentes secundarias)
- Análisis de la cadena de valor del sector (Dofa)

3. Análisis del mercado

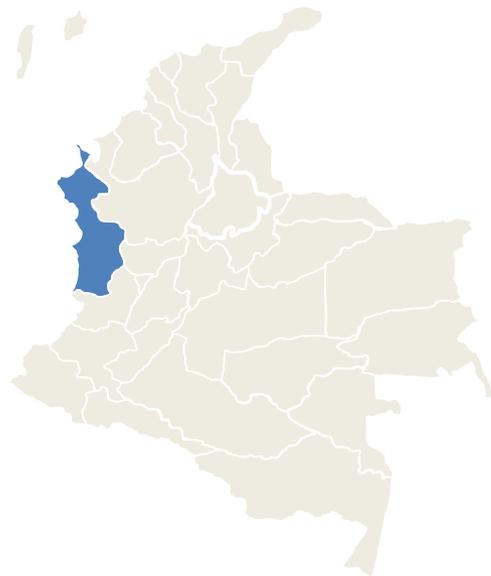
- Identificación de tendencias turística
- Análisis de la dinámica del mercado turístico de Chocó
- (Visitas de campo, encuestas, entrevistas y revisión de fuentes secundarias)

Desafíos y oportunidades del destino

• Caracterización del territorio

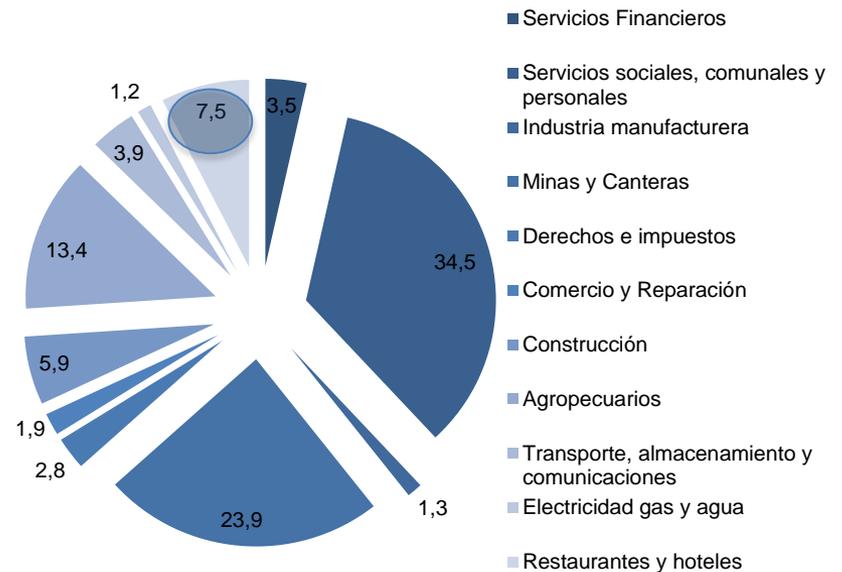
Se hizo a través de la revisión de fuentes secundarias existentes en el Departamento, teniendo en cuenta los Planes de Desarrollo, Ordenamiento, Investigaciones ambientales, entre otras. Se organizaron visitas para surtir la fase de trabajo de campo y se realizaron entrevistas en cada uno de los cinco municipios.

Lo anterior, permitió tener una visión integral de la dinámica del sector en la región.



Aspectos Socio- Económicos

- Representa el 4% del territorio nacional
- Aporta el 0,4% del Producto Interno Bruto (PIB Nacional – 2014
- Ocupa el puesto 29 de 29 en el índice de competitividad Departamental
- El sector turístico alcanza el 7,5% del PIB del departamento (Fuente: Plan departamental de desarrollo)

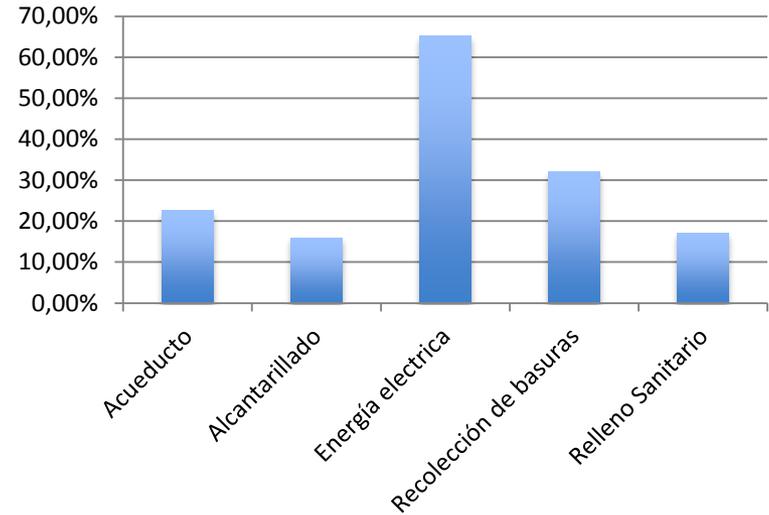


Infraestructura

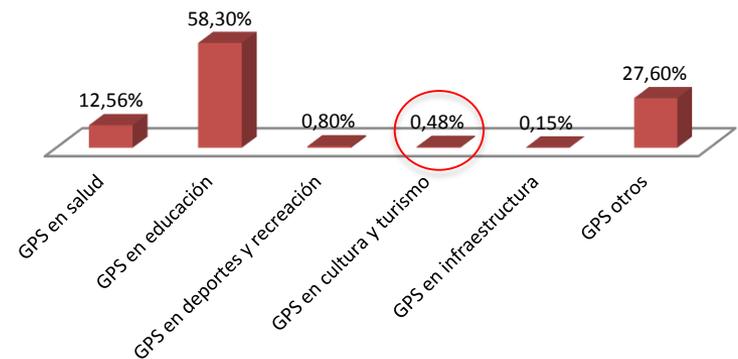
- 12 Entre Aeropuertos y Aeródromos –
 - 3 a cargo de la aeronáutica civil.
 - Vuelos restringidos y altamente controlados de altos precios
 - Deficiente infraestructura
 - Limitada oferta de aerolíneas comerciales en el destino.
- 508 km navegables del Río Atrato
- Acceso vial desde Pereira y Medellín al centro del Departamento.
- No supera los 200 km en vías pavimentadas



Servicios públicos



Gasto público social



Aspectos de la población

- Población de 500.093 habitantes (DANE)
- Representa el 1,03% de la población total nacional
- Promedia un índice de necesidades básicas insatisfechas NBI del 71,19 %
- 94% Comunidades étnicas (90% afrodescendiente 4% Indígena)
- 4 comunidades indígenas en 119 resguardos.
- Estructura de consejos comunitarios en consolidación.



Aspectos medio ambientales

- Sitio prioritario de biodiversidad por su singularidad y grado de amenaza (17 en el mundo)
- 12 tipos de vegetación diversas
- 18.650 especies de flora y 15.250 de fauna, 800 aves
- 2.000 especies de plantas y más de 100 aves se estiman únicas del territorio
- 45% del territorio que se proyecta como escenario prioritario de conservación
- Áreas de conservación nacionales y regionales en consolidación



	Tamaño del mercado (turistas/viajes)	Gasto medio de viaje ¹	Crecimiento internacional mercado	Principales tendencias a futuro
Astronomía	430 mil turistas en Chile, principal mercado de astroturismo (2014)	~ \$700	+20% CAGR 2000-07	Star parties, experiencias completas
Aventura y deporte	299.9M en Europa y Américas	~ \$1,000-1200	+18% CAGR 2009-12	Experiencias personalizadas, incremento del gasto
Bienestar y termas	289M turistas en los 30° países industrializados (2012)	~ \$800-1000	+9.9% CAGR 2012-17	Bienestar mental, slow travel, experiencias auténticas
Cruceros y navegaciones	21.55M turistas (2014)	~ \$300-600	+5.9% CAGR pasajeros 2003-13	Cruceros temáticos, uso tecnología, Caribe
Cultura y patrimonio	160M viajes con componente cultural (20% total) (2011)	~ \$600	+15% CAGR anual	Mayor creatividad, artes, cultura omnívora, festivales
Lujo	46M turistas internacionales (2011)	~ \$3,000-4000	+8% CAGR 2010-15	Experiencias únicas, wanderlust, tecnología aplicada
Naturaleza y ecoturismo	40-60% turistas totales interesados en naturaleza	~ \$600-700	+20% CAGR anual	Ecoturismo, voluntariados, preocupación por el medioambiente, aprendizaje
Negocios	\$225M participantes reuniones/convenciones EEUU (2012)	~ \$900-1000	+10% CAGR hasta 2020	Uso de la tecnología, eficiencia de costes, congresos regionales
Etnoturismo	N/A	N/A	N/A	Colaboraciones público-privadas
Sol y playa	28% viajes sol y playa sobre total de viajes	~ \$300-400	+3.4% CAGR 2008-13	Destinos exóticos y long-haul, productos combinados
Vida urbana	20% viajes urbanos sobre total de viajes	~ \$500-600	+9.6% CAGR 2009-14	Influencia BRIC, más viajes y más cortos, experiencias intensas
Vino y gastronomía	39 M turistas estadounidenses (2012)	~\$600-800	N/A	Foodies, personalización, glocalización

- Reconocimiento de la comunidad sobre al destino

En más de 12 talleres con las comunidades, empresarios y autoridades del sector en el departamento, al indagar sobre ¿Qué es el Chocó? Respondieron:

- *Es biodiverso, tradicional y alegre*
- *El pulmón del mundo rodeado por el atlántico y el pacífico*
- *Es un territorio de cultura y biodiversidad, que une dos océanos con la selva y los ríos.*
- *Exótico destino natural y cultural en excelente conservación.*
- *Es una zona biodiversa y pluri-étnica.*
- *Un paraíso salvaje*
- *Naturaleza pura*
- *Es un paraíso terrenal.*
- *Es uno de los más bellos de Colombia por su biodiversidad, riqueza natural y sus dos mares.*
- *Es el pulmón del mundo*
- *Selva entre dos mares*
- *Un lugar hermoso, inexplorado, biodiverso y rico.*
- *Un embrujo natural*
- *Un destino obligado para los amantes de la naturaleza*

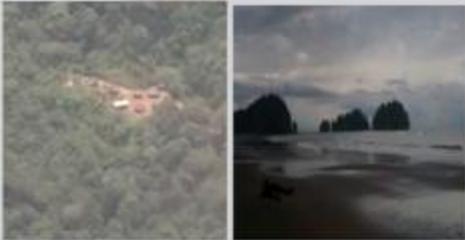
Estrategia de posicionamiento



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



Imaginario del destino:



Tangibles

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




El Chocó es un espacio de conservación ambiental que el turista puede disfrutar mientras comprende las dinámicas de la naturaleza, un lugar en el que el turismo aporta a la mejora de la calidad de vida y la protección de la biodiversidad.




Intangibles

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



¿Qué necesitamos para lograr ese posicionamiento?

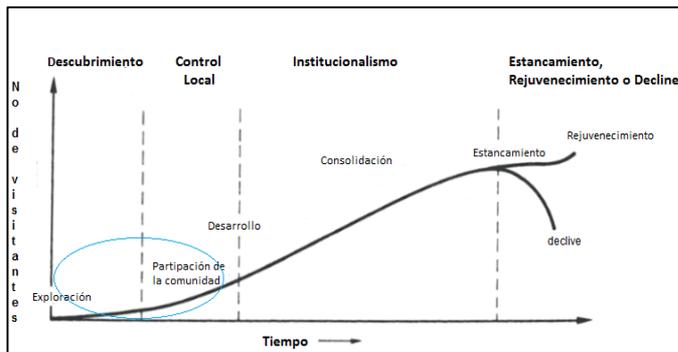
Saber dónde estamos:

a. Posición estratégica del destino

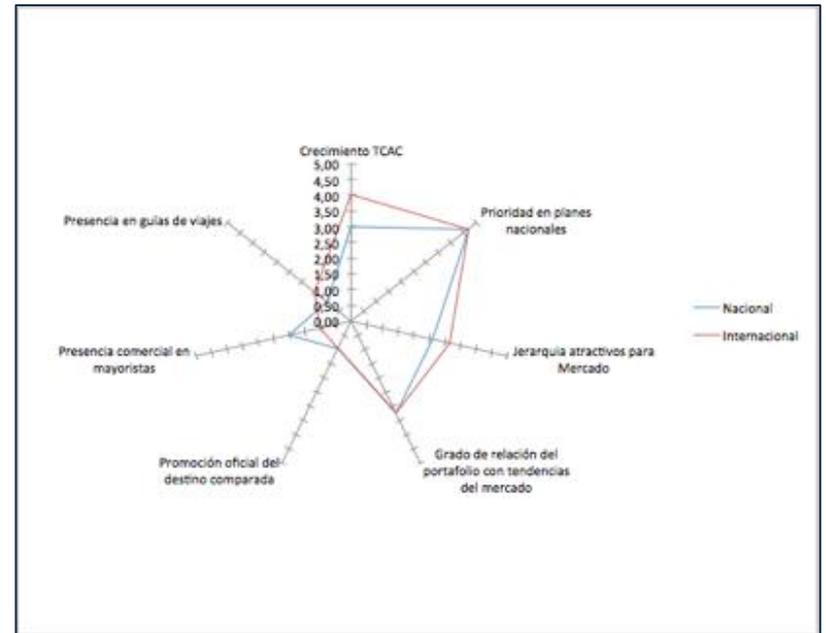


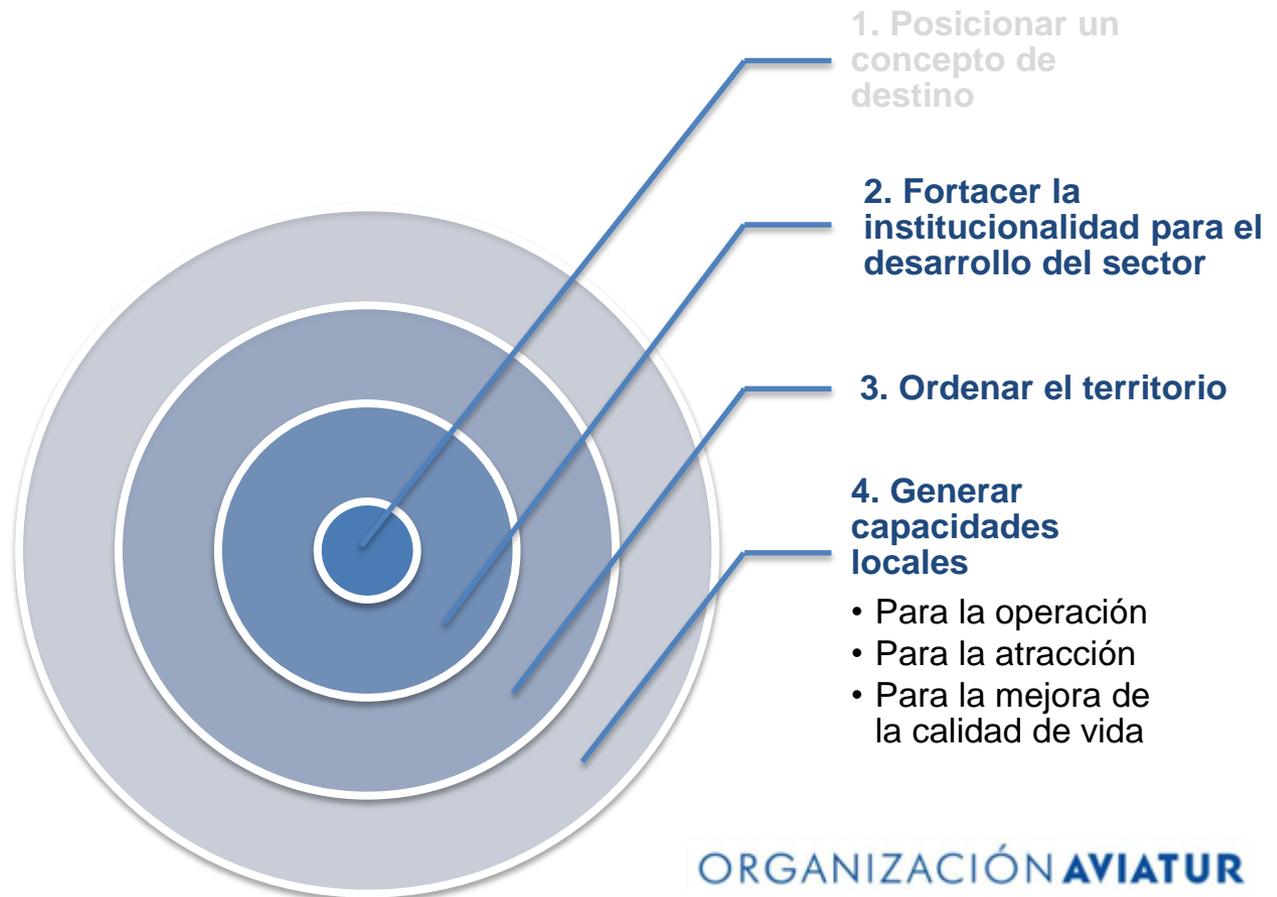
(David 2003, Godet 1987)

c. Ciclo de vida del destino



b. Grado de atractivo del departamento





1. Fortalecimiento institucional

2. Ordenamiento del territorio

3. Fortalecimiento de la oferta del destino

4. Atracción de mercados

5. Mejora de la calidad de vida de las comunidades

Categoría

Factores de mejora

Gobernanza y gestión

- No se considera el desarrollo turístico como prioritario para los planes de gobierno municipales y de ordenamiento territorial
- Ausencia de soporte institucional
- No tiene un presupuesto asignado específicamente para turismo a nivel regional y municipal en las instituciones públicas.
- La relación público-privada comunidad a nivel regional y municipal no es articulada y fluida.
- Falta de espacios de diálogo y concertación entre las comunidades y los actores participantes del sector turístico.
- El liderazgo comunitario y administrativo no tiene conocimiento técnico frente al sector turístico
- Falta claridad en el rol y alcances de los consejos comunitarios para el ejercicio de la actividad turística.
- Desconocimiento, interpretación e implementación subjetiva de la normatividad étnica frente a la propiedad colectiva y el rol de las comunidades en los territorios.
- No existe normatividad ni ordenamiento frente al desarrollo turístico

✓ Institucionalidad en el sector

Para abordar el análisis del eslabón de institucionalidad en la cadena de valor del sector, el equipo consultor realizó un mapa general de presencia institucional en los territorios y evaluó para cada uno de los cinco municipios observados el grado de relacionamiento y eficiencia en la gestión municipal.

Los resultados se calificaron en una escala de muy alto (5), alto (4), medio (3), medio bajo (2) y bajo (1), analizando cada una de las siguientes seis variables:

- **Relación con actores del sector:** Se evalúa el liderazgo, articulación y actuación conjunta con otras institucionales, la industria del sector y la comunidad.
- **Inversión en el sector** (directa/indirecta): Considera el grado de asignación o gestión de recursos de inversión para el sector.
- **Capacidad de gestión:** Tiene en cuenta el alcance de su gestión, si esta tiene un alcance local, regional y/o nacional.
- **Estructura institucional:** Tiene en cuenta las capacidades técnicas y operativas para liderar procesos.
- **Percepción de impacto de la entidad en la comunidad:** Grado de incidencia de los resultados de las instituciones en el sector, desde la perspectiva comunitaria.

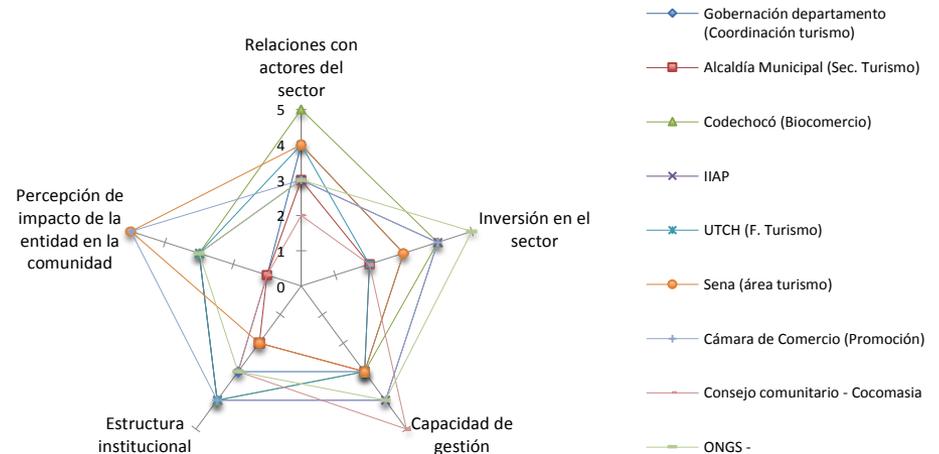


A manera de ejemplo se presentan los resultados de uno de los municipios observados:

Quibdó	Rol/Función
Alcaldía Municipal- Secretaría de Cultura y Turismo	Dependencia encargada de manejar el sector turismo en el municipio. Se encarga principalmente de la centralización de los diversos proyectos que se ejecutan en el municipio, además de quejas y reclamos por parte de los ciudadanos.
Consejo comunitario Cocomasia	El Consejo Comunitario Mayor de la Asociación Campesina Integral del Atrato "COCOMACIA", quienes definen su función como "una organización de hombres y mujeres que luchamos por el bien común de nuestras comunidades y por el futuro de nuestros hijos, defendiendo nuestro derecho al territorio, haciendo un buen uso de los recursos naturales para formular un modelo de desarrollo desde nuestra visión y cultura como pueblo negro". www.cocomacia.org. El Consejo Comunitario Mayor agrupa la totalidad del territorio que mediante Resolución 04566 del 29 de diciembre de 1997 el INCORA, le adjudicó a las comunidades negras del Medio Atrato, bajo el nombre Título Colectivo de Tierras de Comunidades Negras para la Asociación Campesina Integral del Atrato "ACIA" El Título Colectivo Agrupa 120 comunides en un bloque de tierra de 695.245 hectáreas y 1.124 m2., según resolución de adjudicación del INCORA. Tomado de: www.cocomacia.org. Su principal ejercicio en el sector turístico esta en torno al proyecto de jardín botánico de Jotaudó.
Policía de turismo	Su principal función consiste en dar información en el aeropuerto de Quibdó sobre los principales destinos turísticos del Departamento, haciendo énfasis en la seguridad de los turistas y la mitigación de impactos.
Otras entidades de orden departamental descritas previamente (UTCH-SENA-Gobernación del departamento - IIAP - Foro interétnico - Entre otros).	

Se resalta entre los resultados la interacción de la Cámara de Comercio con otras instituciones, la capacidad de gestión de esta entidad. Los consejos comunitarios y la universidad, también tienen un rol importante en los procesos de gestión especialmente en el contexto medio ambiental que se suman a los aportes de entidades como el IIAP, Codechocó (indirecta) y el Sena.

Respecto a la entidad territorial directamente responsable del sector, la Alcaldía municipal, en su plan de desarrollo incluyó el turismo como uno de sus componentes, sin embargo, es necesario destacar, que esta no cuenta con la estructura operativa suficiente para el fortalecimiento del sector.



Estrategia de gobernanza y gestión

Objetivos

1. Contribuir a la priorización del sector turismo en el ámbito departamental y municipal.
2. Fortalecer el rol y mejorar la capacidad institucional de las autoridades departamentales, municipales y comunitarias participantes en el sector turístico.
3. Establecer espacios de diálogo permanente entre el sector público, privado y las comunidades locales

Estrategia de Gobernanza y Gestión



Respondiéndose a las cuatro preguntas que sugiere el modelo VICE , a saber:

- ¿Cómo las decisiones van a afectar a los visitantes?
- ¿Cuáles son las implicaciones para el sector privado?,
- ¿Cómo se va a ver impactada la comunidad? Y
- ¿Cuál será el impacto ambiental y/sociocultural del destino?

PROYECTOS PDT CHOCÓ 2016-2020

- Fortalecimiento al liderazgo institucional
 - **Reestructuración administrativa para la creación de la “dirección de turismo Departamental.**
 - **Creación de instancias de autoridad del orden municipal (secretarías – direcciones)**
 - **Construcción de planes de acción locales de desarrollo turístico**
- Diálogo público privado permanente
 - **Creación de la mesa departamental de turismo – instaurado como órgano de decisión del sector**
 - **Constitución de comités locales de turismo – instaurado como órgano de decisión del sector en su escala de actuación**
- Unidad de captación de recursos y presentación de proyectos para la financiación del desarrollo turístico de Chocó
 - **Fortalecer las capacidades de gestión de recursos para el desarrollo del sector.**

1. Fortalecimiento institucional

2. Ordenamiento del territorio

3. Fortalecimiento de la oferta del destino

4. Atracción de mercados

5. Mejora de la calidad de vida de las comunidades

PROYECTOS PDT CHOCÓ 2016-2020

- Promover un marco normativo que facilite el desarrollo del sector turístico en el territorio.
 - **Considerar el turismo como parte fundamental de los POT**
 - **Reglamentación de la actividad turística, incluyendo definición de capacidades de carga de los sitios y de la oferta de prestadores por tipología.**
 - **Reglamentación para el uso de espacios dispuestos al turismo**
 - **Reglamentación concertada sobre las normas de comportamiento turístico en el territorio**
- Promover el ordenamiento de playas y zonas costeras
 - **Estudios de ordenamiento de playas**
 - **Creación de comités de playas**
 - **Aplicación de normatividad nacional existente**
- Implementación de normatividad existente para la certificación de Playas
 - **Avanzar en los procesos de certificación de al menos 4 playas en el departamento.**

1. Fortalecimiento institucional

2. Ordenamiento del territorio

3. Fortalecimiento de la oferta del destino

4. Atracción de mercados

5. Mejora de la calidad de vida de las comunidades

• Proceso de elaboración del diagnóstico

Identificar escenarios de mejora de la oferta

Caracterización del territorio

Socialización a actores del sector, visitas de campo y entrevistas

Análisis de características del territorio (fuentes secundarias)

2. Análisis de la oferta turística del destino

- Análisis de la cadena de valor del sector
Actualización del inventario turístico (revisión del inventario existente y trabajo de campo en los municipios priorizados)

Análisis de la oferta de prestadores de servicios turísticos (Visitas de campo, talleres, entrevistas y revisión de fuentes secundarias)

DOFA

- Productos Turísticos

3. Análisis del mercado

Identificación de tendencias turística

Análisis de la dinámica del mercado turístico de Chocó

(Visitas de campo, encuestas, entrevistas y revisión de fuentes secundarias)

Desafíos y oportunidades del destino

- **Análisis de la cadena de valor**

- **1. Actualización del inventario turístico**

- (Revisión del inventario existente y trabajo de campo en cinco municipios)

- **2. Análisis de la oferta de prestadores**

- (Visitas de campo, talleres, entrevistas y revisión de fuentes secundarias)



- **1. Actualización del inventario turístico**

- Con el objetivo de identificar el estado de los atractivos del territorio observado y ampliar la visión sobre las potencialidades del territorio en el disfrute turístico, la consultoría llevó a cabo las siguientes actividades:

- **Revisión de inventario turístico existente (2009)**

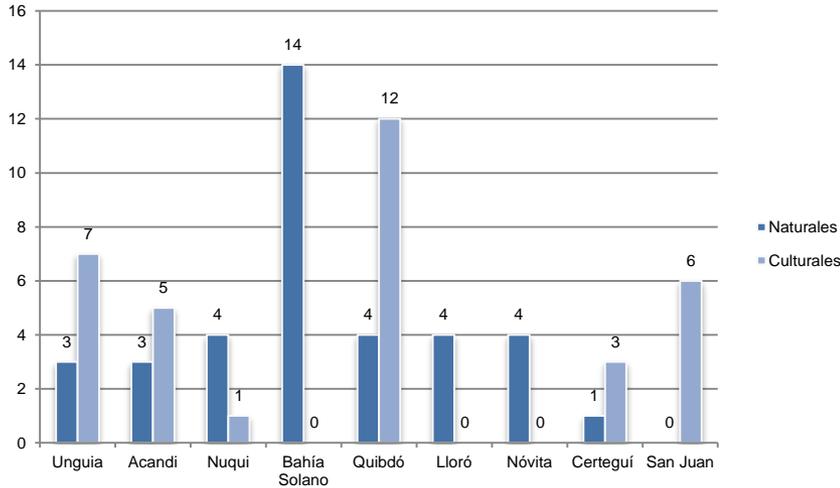
- Trabajo de campo para la **actualización del inventario turístico existente en los cinco municipios observados.**

- **Recolección de información sobre recursos naturales y culturales de los territorios** para el complemento de la oferta turística del destino.

- La síntesis de los resultados obtenidos se presenta a continuación:

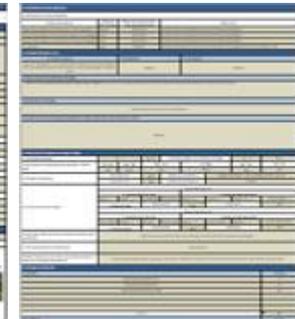
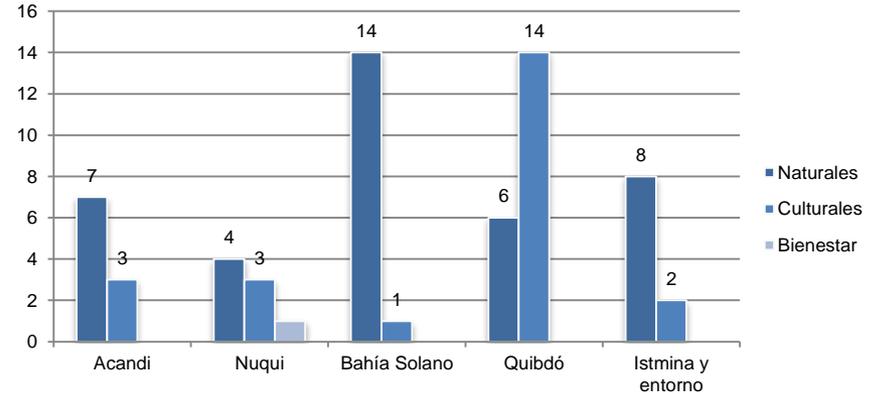
• **Revisión del inventario existente 2009.**

- ✓ 71 atractivos para las 9 municipios del departamento.
- ✓ Se identifican 43 atractivos en los cinco municipios observados.



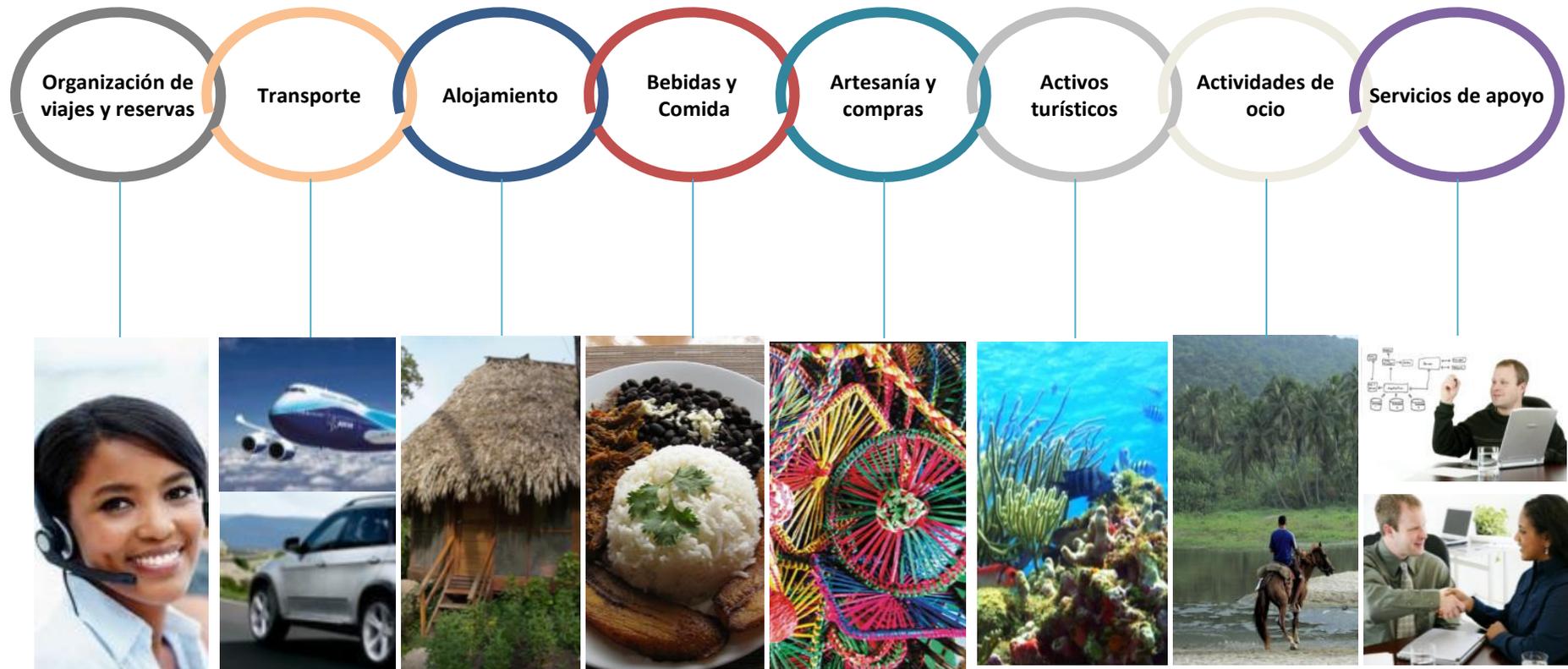
• **Actualización del inventario turístico existente en los cinco municipios observados.**

- ✓ Se amplía los criterios de caracterización en la ficha de inventario, incluyendo: actividades actuales y potenciales del sitio, la relación con otros atractivos, dinámica en el mercado y los significados sociales y culturales del lugar.
- ✓ Visita de campo del equipo consultor para la actualización de inventario turístico en los cinco municipios observados.
- ✓ 58 atractivos para cinco municipios – Se incluyen 15 nuevos atractivos para el departamento.



2. Análisis de la cadena de valor del sector

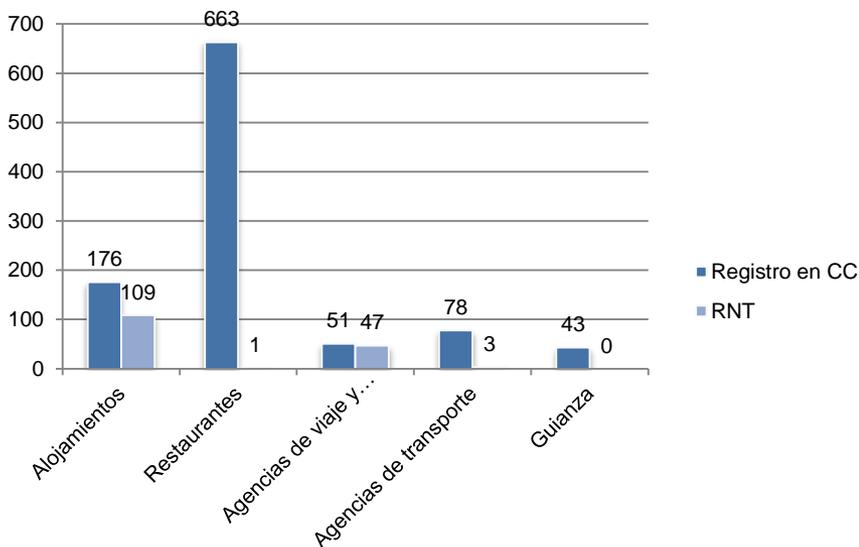
- Caracterización de prestadores de servicios
- Identificación de la percepción de calidad en la cadena de valor del destino
- Análisis de la cadena de valor del destino (DOFA)



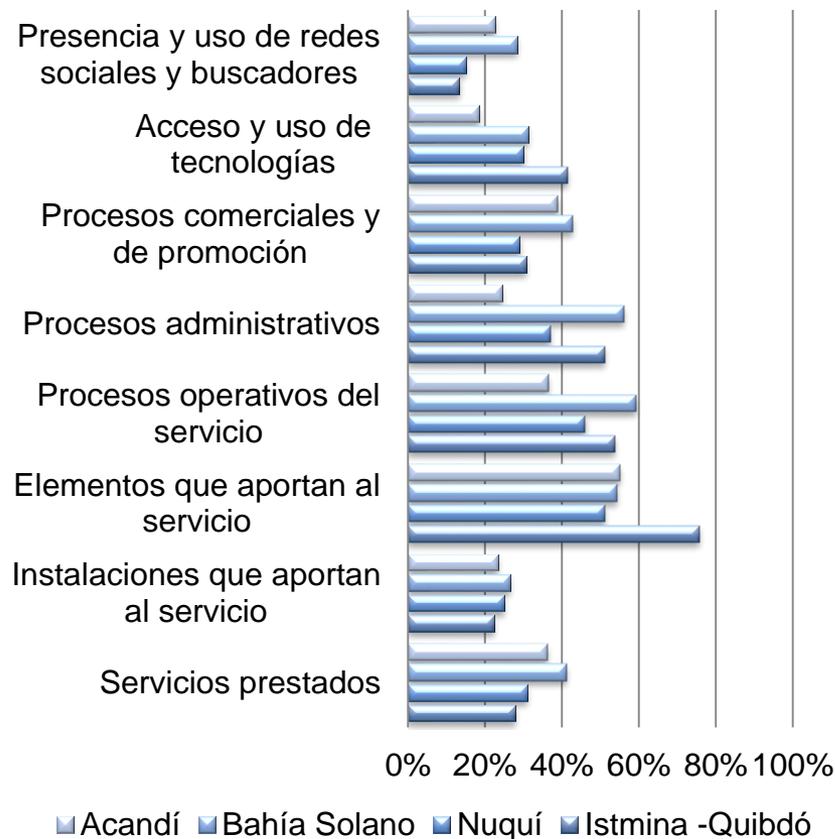
• **Caracterización de prestadores de servicios**

Se realizó una identificación de la base empresarial existente en el destino a partir de la revisión de fuentes secundarias, especialmente las existentes en la Cámara de Comercio de Chocó y el Registro Nacional de Turismo (RNT) del Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MinCIT)

Se encontraron 1.011 empresas relacionadas al sector, de las cuales 664 corresponden a oferta de gastronomía y dadas sus condiciones se excluyen del marco normativo exigible del RNT; de las adicionales tan solo 178 lo cumplen.



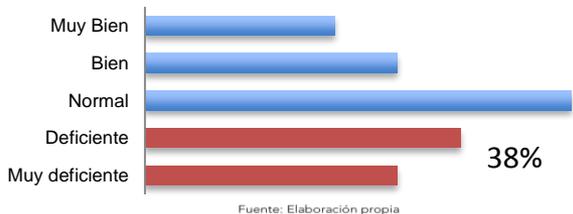
Encuesta a prestadores de servicios turísticos:



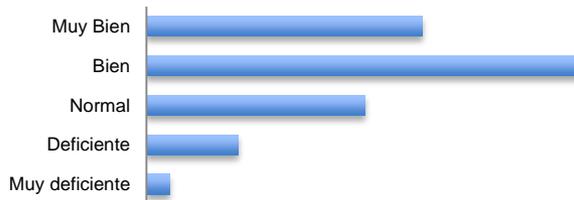
• **Identificación de la percepción de calidad en la cadena de valor del destino**

Encuesta a visitantes

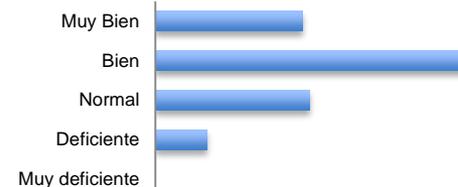
Guianza



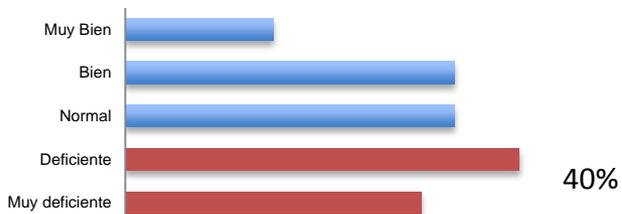
Restaurantes



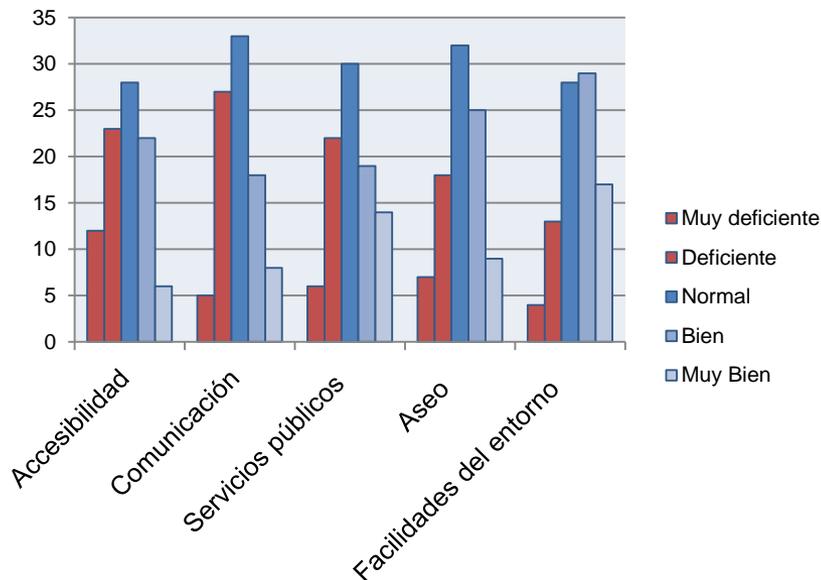
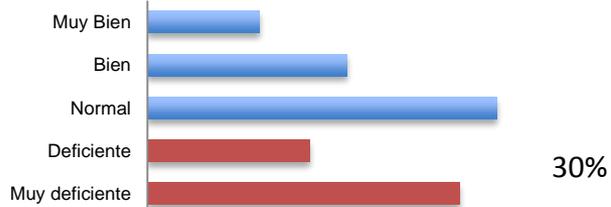
Alojamiento



Transporte



Información del destino



• **Análisis DOFA de la cadena de valor del sector**

Para cada uno de los cinco municipios observados se construyó una matriz DOFA, que resulta en una matriz integral para el territorio, resaltando los factores comunes que afectan de manera transversal el desarrollo turístico.



Imagen del destino y organización del viaje	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Promoción del destino por el gobierno nacional en el país y en el exterior. Agencia de viajes nacionales y regionales (Medellín) que ofertan el destino. Prestadores de servicios turísticos (hoteles) que cuentan con alianzas comerciales con agencias internacionales que promocionan el destino. Destino posicionado en el mercado nacional e internacional como escenario para el disfrute de la naturaleza. Mención del destino en guías internacionales y positivas recomendaciones en portales de internet vinculados al sector (Tripadvisor – Booking, entre otros) Comercializado a nivel nacional por agencias mayoristas. Venta de paquetes organizados que incluyen transporte, alojamiento y actividades. Comercialización de un número limitado de oferentes del sector. Existencia de un punto de información turístico en el municipio activo. Existen alianzas de organizaciones comunitarias para la oferta de actividades y experiencias turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarticulación de actores del destino en los procesos promocionales. Acuerdos comerciales de exclusividad que limitan los procesos de articulación de las ofertas. Comercialización de ofertas integrales tipo todo incluido que centraliza la operación en un grupo limitado de prestadores de servicios locales. Ausencia de un mecanismo comercialización y organización de actividades y experiencias en el destino.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> Tendencia de mercado por mayor interés en destinos diferenciados, especialmente ligados a la naturaleza y la conservación. Percepción de seguridad del territorio tras anuncio de firma de acuerdo de paz. Apuesta gubernamental por el fortalecimiento de procesos de 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de las actividades al margen de la ley que puedan afectar la percepción de seguridad del destino. Condiciones de acceso al destino. (aeropuerto y oferta de vuelos comerciales)

Ejemplo: Nuquí (imagen y organización del viaje)

Estrategia de productos turísticos



Factores de mejora

- Las ofertas turísticas no están pensadas como experiencias.
- Falta de productos turísticos consolidados y limitantes de temporalidad de la oferta principal actual del destino
- Desarticulación de prestadores de servicios en las zonas de aprovechamiento turístico.
 - Operación hotelera concentrada en los cascos urbanos y en corporativo trabajador (Quibdó)
 - Operación hotelera dispersa en playas y zonas rurales de limitada conectividad (Litoral)
- Infraestructura de conectividad limitada para productos multidestinos - intra-regionales
- Barreras logísticas para la operación efectiva de productos especializados.
- Altos costos de movilidad aérea y marítima

Estrategia de productos turísticos



Objetivos relacionados a la estrategia

1. Consolidar productos clave, fortalecer complementarios y desarrollar productos de nicho.
2. Zonificación turística del territorio para el desarrollo y oferta de productos clave, complementarios y de nicho.
3. Fortalecer el desarrollo de experiencias únicas relacionadas con el turismo de naturaleza en armonía con las comunidades étnicas.

- Portafolio actual de productos tuísticos

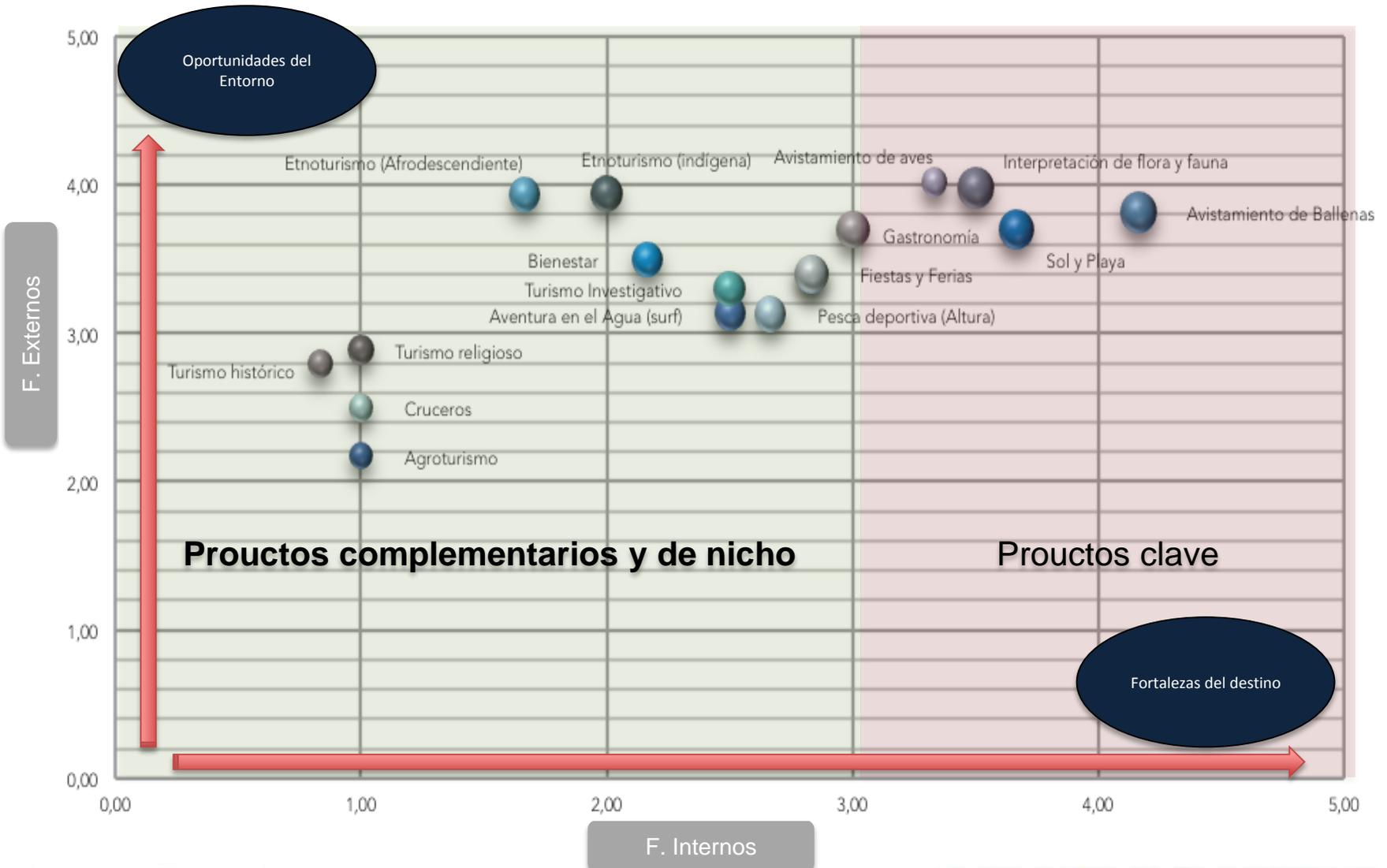
EJE	Importancia	Consolidación de la oferta	Desempeño comercial	Promedio
Avistamiento de Ballenas	4	4	4,5	4,17
Sol y Playa	4,5	3	4	3,83
Interpretación de flora y fauna	4,5	2,5	3,5	3,50
Avistamiento de aves	4	3	3	3,33
Fiestas y Ferias	3	2,5	3	2,83
Aventura en el agua (Buceo)	3	2,5	3	2,83
Pesca deportiva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



- Dinámica de las tendencias y relación del portafolio actual

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

Resultado de cruzar la valoración anterior:



Portafolio de productos del destino:

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

Productos de Nicho		
Línea	Producto	Rol en el destino
Turismo de Aventura	• Buceo	Nicho
	• Deportes náuticos* (SURF)	Nicho
	• Pesca deportiva (Altura)	Nicho
Turismo Científico	• Investigativo y académico	Nicho
Turismo de Cruceros	• Cruceros temáticos	Nicho

Productos Complementarios		
Línea	Producto	Rol en el destino
Patrimonio Cultural Inmaterial	• Etno-turismo (indígena/Afro descendiente)	Complementario
	• Gastronomía tradicional	Complementario
	• Fiestas y ferias:	Complementario
	• Turismo religioso	Complementario
Turismo Rural	• Agroturismo y pesca tradicional	Complementario
Salud y Bienestar	• Bienestar/Termalismo	Complementario

Interpretación de Flora y Fauna

Ecoturismo

Clave

Definición

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



Apuestas de desarrollo del producto

- ✓ Consolidar la principal red de senderos Eco turísticos del País en el Chocó Biogeográfico.
- ✓ Diseñar e implementar la red de vías fluviales interpretativas como una experiencia única en la naturaleza.
- ✓ Poner en funcionamiento 5 centros de interpretación especializados en Biodiversidad.
 - ✓ Biodiversidad en el Chocó Biogeográfico (Medio Atrato)
 - ✓ Ballenas y Mundo Marino (Utría)
 - ✓ Aves (Katíos)
 - ✓ Mundo Marino (Bahía Solano)
 - ✓ Tortugas (Acandí)

Proyectos PDT – Chocó 2016-2020

- Conceptualización integral del producto de interpretación de flora y fauna en el departamento de Chocó -
- Identificación de la red de senderos ecoturísticos del departamento de Chocó
- Proyecto de mejora, mantenimiento y creación de senderos que permitan el acceso a atractivos turísticos de alto reconocimiento. (20.000 metros de sendero eco –turístico interpretativo en 4 años)
- Diseño de la experiencia de vías fluviales interpretativas en el Chocó como una experiencia única.
- Estudios y diseños para la construcción de centros de interpretación en el Chocó Biogeográfico
- Diseño de las experiencias ecoturísticas en Parques Naturales del Chocó
- Proyecto de sofisticación del producto de interpretación de flora y fauna en el Chocó (estándares internacionales)

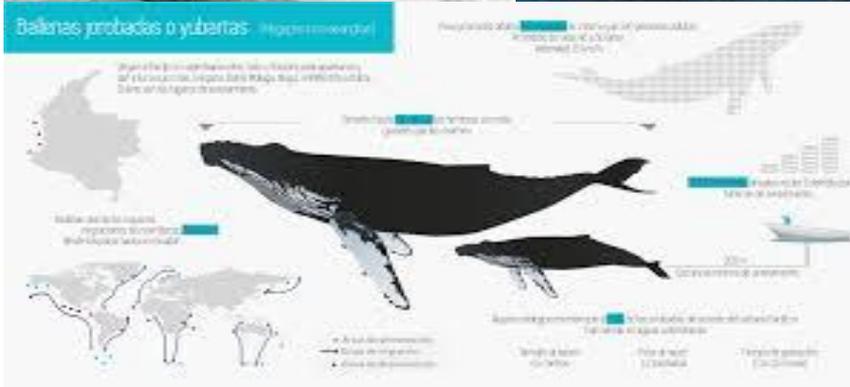
Avistamiento de Ballenas

Ecoturismo

Clave

Definición

“Es la actividad que desde tierra o desde una embarcación permite a viajeros e investigadores apreciar algunos rasgos físicos y movimientos que hacen parte del comportamiento de las ballenas jorobadas que llegan cada año a las aguas del Pacífico colombiano para cumplir con funciones de apareamiento, alumbramiento y crianza” (MinCIT, Guía de observación Ballenas Colombia”).



Apuestas de desarrollo del producto

- ✓ Posicionar al Chocó como el principal escenario para el avistamiento, monitoreo e investigación del comportamiento de las Ballenas en el Pacífico.
- ✓ Consolidar la experiencia de avistamiento como una estrategia de conservación, cuidado y aprendizaje.
- ✓ Sofisticar el producto y alinearlos a procesos de investigación globales.

Proyectos PDT – Chocó 2016-2020

- Consolidación de la oferta de producto de avistamiento de Ballenas en los municipios de Bahía Solano y Nuquí que considera:
 - Proyecto de reglamentación de la actividad
 - Proyecto de mejora de las condiciones de seguridad
 - Proyecto de formación de operadores y guías del producto para mejorar la experiencia
- Proyecto de factibilidad, diseño, construcción y puesta en operación del centro de observación e interpretación del ecosistema marino del pacífico Colombiano
- Constituir la red de monitoreo de Ballenas del Pacífico y articularla con universidades y centros de estudios internacionales similares, a a vez que promover visitas al territorio a través de campañas promocionales ej. <https://youtu.be/foZLjbnfd3o>

Avistamiento de Aves

Ecoturismo

Clave

Definición

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



Apuestas de desarrollo del producto

- ✓ Chocó como un destino privilegiado para la observación de aves endémicas y migratorias.
- ✓ Consolidar la experiencia de avistamiento como una estrategia de conservación, cuidado y aprendizaje.
- ✓ Sofisticar el producto y alinearlos a procesos de investigación globales.

Proyectos PDT – Chocó 2016-2020

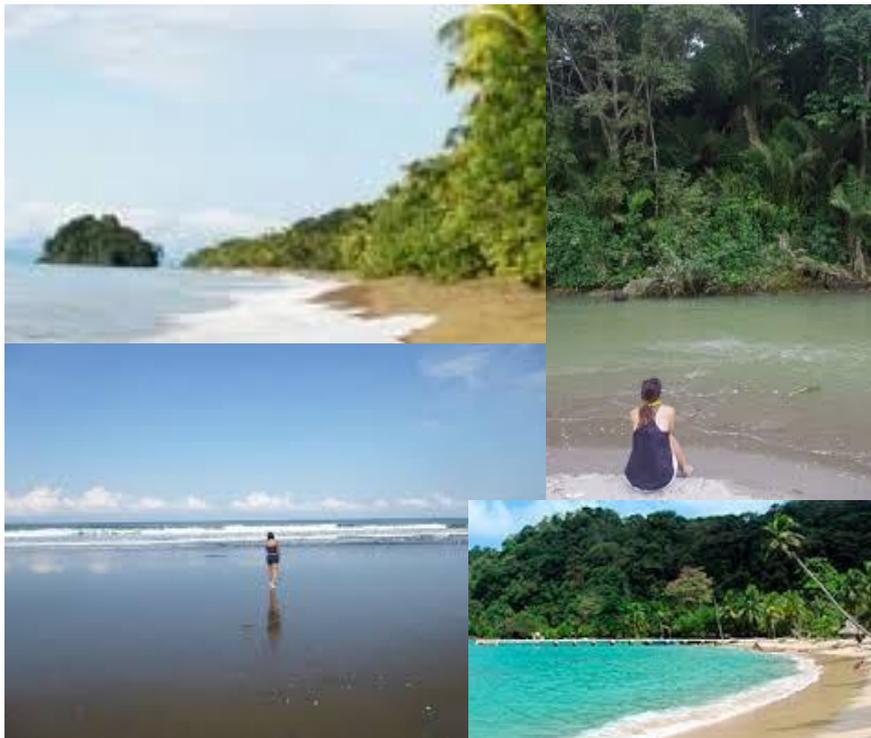
- Diseño de producto turístico de Avistamiento de Aves – Básico, Aficionado, Especializado, Profesional.
- Identificación y alistamiento de escenarios idóneos para la observación de aves icónicas del territorio.
- Proyecto de diseño, construcción y puesta en operación del centro de interpretación de aves del Chocó Biogeográfico en Katíos
- Elaboración de guía especializada de observación de aves del Chocó
- Proyecto de investigación y monitoreo de aves, que incluya la constitución de la red de monitoreo y la articulación a grupos de observación internacional.

Sol y Playa

Clave

Definición

“Se considera turismo de sol y playa a la tipología turística basada en el descanso en zonas marítimas y con buen clima. Está compuesta por actividades que centran su desarrollo en el medio litoral (baños de sol y de mar, snorkeling, náutica, etc.), e incorpora otras relacionadas con la actividad turística en el litoral: ocio nocturno, degustaciones gastronómicas, visitas a recursos y centros de ocio, etc.” (Comunidad valenciana)



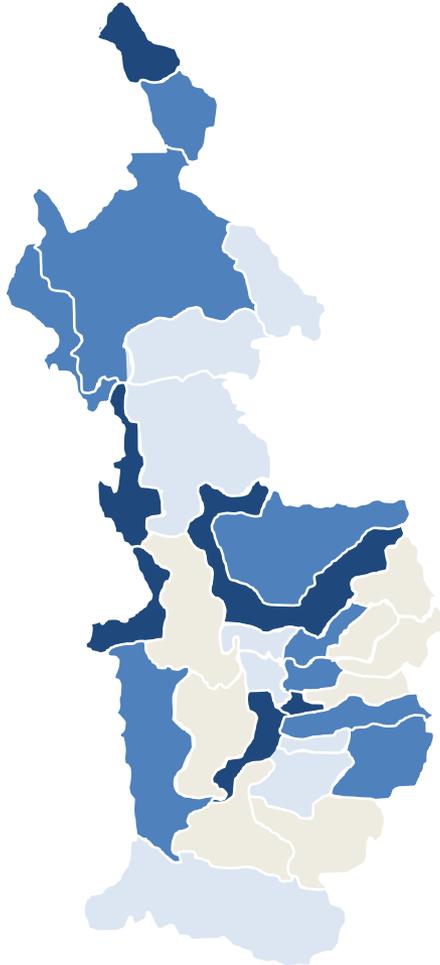
Apuestas de desarrollo del producto

- ✓ Promover el destino de Sol y Playa en el marco de un concepto de Chocó paradisiaco, de playas prístinas
- ✓ Consolidar la oferta de Chocó como destino de Sol y Playa bajo el concepto de “Playas Prístinas”

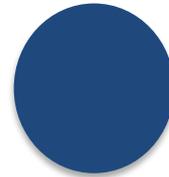
Proyectos PDT – Chocó 2016-2020

- Proyecto de Identificación y tematización de la red de playas del Chocó
- Proyecto de ordenamiento de playas
- Proyecto de accesibilidad de playas del Chocó
- Proyecto de equipamiento de seguridad, señalización y soporte en las playas del Chocó
- Proyecto de adopción comunitaria de Playas del territorio
- Proyecto de promoción de Playas Prístinas del Chocó, elaboración de la guía de playas

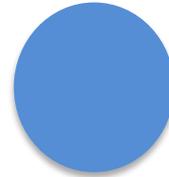
b. Zonificación turística del departamento



Se zonifica el desarrollo turístico en 4 zonas y 10 áreas. Estableciendo prioridades de actuación para el desarrollo turístico en:



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



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



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



ZONAS	ÁREAS	Productos	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
ZONA 1 CARIBE	A 1: Acandí Municipios: Acandí	<p>Claves:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación de Flora y Fauna • Sol y playa <p>Complementarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferias y fiestas • Etnoturismo • Agroturismo <p>Nicho:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo Científico • Buceo • Pesca (DRMI) 			
	A 2: Katíos Unguía Municipios: Unguía, Río Sucio	<p>Claves:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avistamiento de aves • Interpretación de Flora y Fauna <p>Complementarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etnoturismo • Sol y playa • Bienestar (termalismo) <p>Nicho:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo científico • Avistamiento de aves 			



ZONAS	ÁREAS	Productos	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
ZONA 2 PACIFICO	A 3: Nuquí – Cabo Corrientes Municipios: Nuquí	Claves: • Interpretación de Flora y Fauna • Sol y playa • Avistamiento de ballenas Complementarios: • T. Cultural • Etnoturismo			
	A 4: Bahía Solano – Cúpica Municipios: Bahía Solano	Nicho: • Avistamiento de aves • Turismo científico • Aventura en el agua (Buceo) • Aventura en el Agua (surf) (Nuquí) • Agroturismo especialmente - Pesca Artesanal (DRMI) - (Nuquí) • Aventura en el Agua (Pesca recreativa) (ZEPA) (Bahía Solano - Cúpica) • Cruceros			
	A 9: Humboldt – Juradó	Nicho: • Turismo científico • Avistamiento de aves • Pesca deportiva Complementarios: • Sol y playa			



ZONAS	ÁREAS	Productos	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
ZONA 3 CENTRO	<p>A 5: Medio Atrato</p> <p>Municipios: Quibdó, Medio Atrato, Bojayá, Carmen del Darién</p>	<p>Claves:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación de Flora y Fauna <p>Complementarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etnoturismo <p>Nicho:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo científico • Avistamiento de aves • Pesca (artesanal – agroturismo) 			
	<p>A 6: Quibdó – Itsmina - Andagoya</p> <p>Municipios: Quibdó, Río Quito, Cantón de San Pablo, Itsmina, Atrato, Certegui, Unión Panamericana, Tadó, Nóvita, Medio San Juan</p>	<p>Claves:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etnoturismo • Gastronomía tradicional • Agenda cultural (Fiestas y ferias) • T. Religioso (Raspadura y la Catedral en Quibdó) <p>Complementarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo histórico – industrial (minero) • Interpretación de flora y fauna (ríos) <p>Nicho:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo científico (étnico) 			
	<p>A 7: Cordillera (PNN Tatamá)</p> <p>Municipios: San José del Palmar, Tadó, el Carmen, Condotó, Río Iro</p>	<p>Claves:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación de Flora y Fauna • Turismo Científico • Avistamiento de aves <p>Nicho:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo Científico • Avistamiento de aves 			



ZONAS	ÁREAS	Productos	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
ZONA 4: PACÍFICO SUR	A 8: Litoral de San Juan	Clave: • Avistamiento de Ballenas Complementarios: • Etnoturismo • Sol y playa			
	A 10: Cuenca Baudó	Nicho: • Avistamiento de aves • Turismo científico			

Desarrollo de productos

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

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

Optimización Agresiva
Reposicionamiento
Innovación

PROYECTOS PDT CHOCÓ 2016-2020

- Mejorar las condiciones de acceso y conectividad de los escenarios de disfrute turístico y los centros de distribución del territorio Chocoano.
 - **Mejora de la conectividad interregional en el departamento.**
 - **Proyecto de atención prioritaria a vías y senderos de conectividad con centros de distribución y atractivos de alto interés.**
- Promover el desarrollo del portafolio de productos turísticos concebidos para el departamento del Chocó, que permita mejorar su condición competitiva y de atractivo en el mercado.
 - **Constitución de redes de actores y/o Clubes de de productos clave y de nicho para la atracción de públicos al destino**
 - **Diseño de productos turísticos clave y de nicho para la atracción de públicos en el destino.**
 - **Diseño de experiencias turísticas en las áreas protegidas de PNN Katíos y SF Acandí, Playón y Playona**
 - **Diseño de productos turísticos complementarios para la mejora de las experiencias turísticas en el destino.**

- **Mejora de la competitividad de productos existentes en el destino**
- **Expansión de oferta en los territorios del producto ento-turístico indígena**
- **Sofisticación de productos especializados**
- Soportar las experiencias turísticas del destino a través de herramientas de interpretación especializadas para cada tipo de producto respondiendo a la estrategia de posicionamiento y diferenciación del destino.
 - **Planificación para el desarrollo de infraestructuras de interpretación y observación eco-turística en el departamento.**
 - **Infraestructura para al interpretación eco-turística en el departamento.**
 - **Formación e investigación participativa de lugareños para el disfrute eco-sistémico.**
 - **Elaboración de guías interpretativas de productos turísticos**
 - **Señalización interpretativa de escenarios eco-turísticos del destino.**

- Fortalecer las capacidades locales para la optimizar las condiciones de operación de los productos turísticos del destino.
 - **Fortalecer las capacidades técnicas locales del recurso humano vinculado a los productos turísticos**
 - **Promover emprendimientos especializados o complementarios a la cadena de valor de cada producto en los territorios.**
 - **Fortalecer el marco normativo y mecanismos de control para la operatividad del producto.**

Estrategia de calidad

Objetivos

- 1. Implementar estándares de calidad turística en prestadores de servicios turísticos.**
- 2. Promover la formalidad empresarial y visibilizar a los prestadores de servicios turísticos en todos los niveles.**
- 3. Fortalecimiento de los programas de formación media, técnica relacionada al sector.**

Estrategia de Calidad

- **Clasificar, visibilizar y facilitar la formalización de prestadores de servicios turísticos:**
- **Adopción e implementación de sellos de calidad y de especialización de la oferta**
- **Formación para el turismo**

PROYECTOS PDT CHOCÓ 2016-2020

- Mejorar la comprensión del sector turístico en las autoridades locales, líderes comunitarios, actores representativos de la comunidad y empresas de base comunitaria.
 - **Diplomado de formación integral en desarrollo turístico**
- Mejorar el nivel de calidad de las prestación de servicios en el Chocó.
 - **Nivelación de estándares de calidad**
 - **Tipificar, visibilizar y facilitar la formalización de prestadores de servicios turísticos:**
 - **Adopción e implementación de sellos de calidad y de especialización de la oferta**



1. Fortalecimiento institucional

2. Ordenamiento del territorio

3. Fortalecimiento de la oferta del destino

4. Atracción de mercados

5. Mejora de la calidad de vida de las comunidades

• Análisis del mercado

Para hacer el análisis de mercado se revisó las fuentes secundarias e información existente en el destino para responder a dos objetivos:

1. Conocer la situación actual del mercado
2. Conocer las tendencias internacionales

1. Situación actual del mercado

Para conocer la situación actual se tuvo en cuenta tres variables:

- Llegadas al destino
- Origen de los visitantes
- Principales motivos de viaje al destino.
- Llegada de viajeros

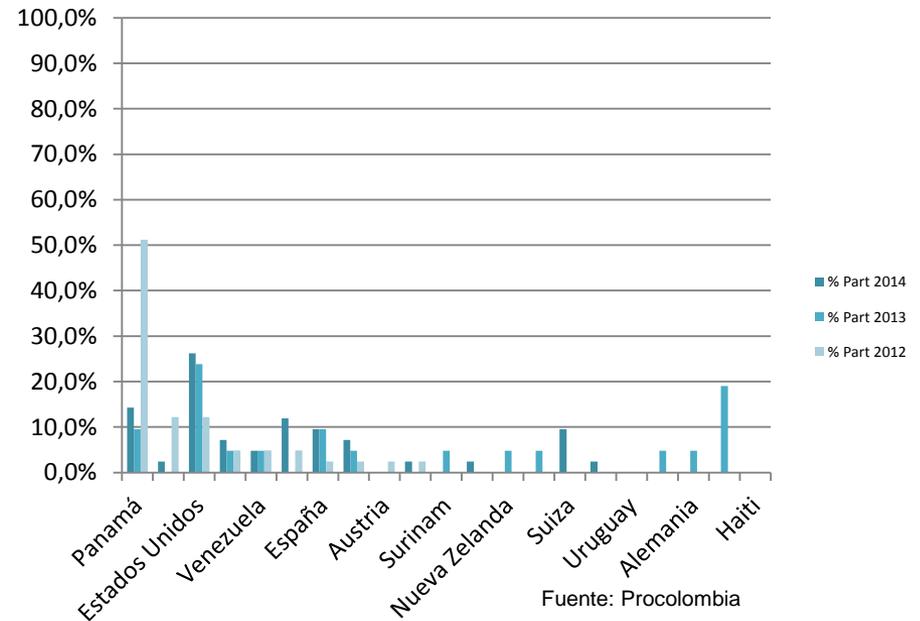
Indicador	2011	2012	2013	2014
Viajeros extranjeros no residentes	1.597	1.059	443*	2.121
Visitantes a parques naturales			3.127	3.073
Pasajeros aéreos nacionales			183.808	180.714

Fuente: Procolombia

Se recoge la información oficial del Ministerio de Comercio Industria y Turismo y Procolombia respecto al volumen de llegadas y los orígenes internacionales al destino.

• Origen de los visitantes

La llegada de viajeros internacionales al destino es principalmente de Estados Unidos y Europa, seguida por países vecinos como Venezuela y Panamá.



• Principales motivos de viaje al destino

El estudio de motivaciones de viaje se elaboró a partir de la información oficial existente en Procolombia y se validó por el equipo consultor en la encuesta de percepción de calidad del destino aplicada a 120 visitantes en los cinco municipios observados.

Motivo de viaje		Cifras año cerrado		
		2012	2013	2014
Nacional	Vacaciones-ocio-turismo	1.028.571	1.136.096	1.368.197
	Negocios-trabajo - eventos	370.385	397.952	405.116
	Otros motivos	109.416	118.541	139.170
Total general		1.508.372	1.652.589	1.912.483
Chocó	Vacaciones – ocio-turismo	901	368	1930
	Eventos	42	21	41
	Negocios-trabajo	31	38	105
	Otros motivos	32	16	45
Total Chocó		1006	443	2121

Fuente: Procolombia

Oportunidades de turismo en Chocó



Para el mercado internacional, el mapa de oportunidades elaborado por Procolombia, en el contexto de productos para el destino como factor de motivación de viaje identifica principalmente los ligados al Turismo de Naturaleza y Aventura.

2. Tendencias

Las tendencias se analizaron desde tres enfoques:

- El primero que relaciona el perfil de viajero y sus motivaciones (internacional)
- El segundo por consumo de productos turísticos (internacional)
- Interés por consumo turístico en el segmento joven (Colombia)

• Tendencias de consumo por motivación de viajes

Respecto a los perfiles de viajeros y sus motivaciones se toma como principal referencia el estudio de Amadeus, "Future Traveller Tribes 2030" que expone de manera detallada los perfiles de viajeros y sus tendencias por motivación.

A continuación la descripción general de cada perfil de viajero.



Buscadores de aventura

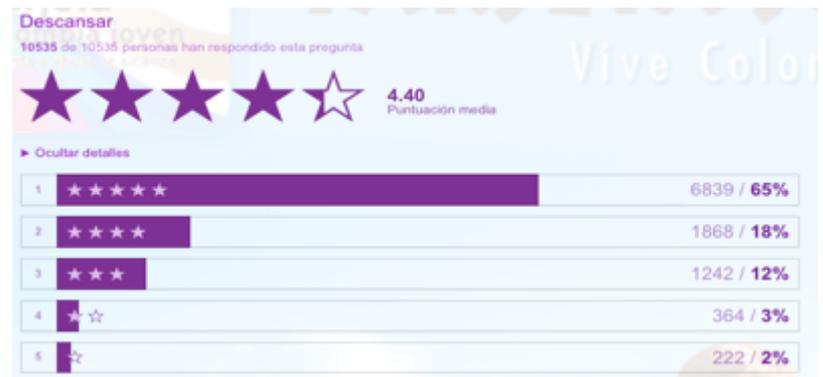
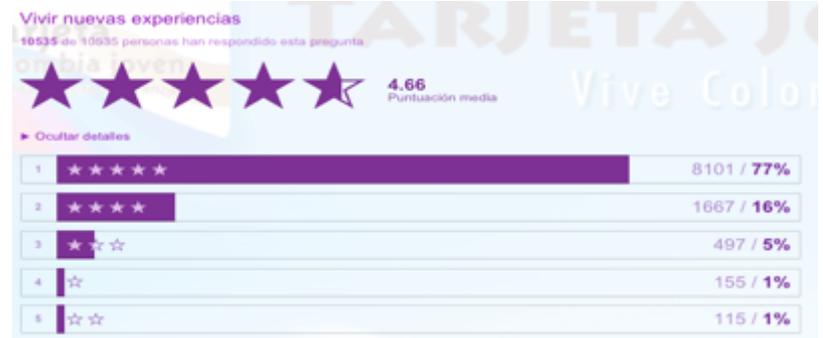
Quienes viajan en búsqueda de emociones fuertes, aquellos en los que el riesgo es un motivador, esperan superar retos, metas, hacer nuevos descubrimientos y ponerse un nuevo límite.

	<p>Buscadores de capital social Gran necesidad de mantenerse activos socialmente, es importante para ellos dar a conocer sus hallazgos, aprendizajes y encuentros. Su prioridad es encontrar íconos que enuncien sus logros.</p>
	<p>Viajeros por obligación Movidos por sus responsabilidades laborales, su interés de consumo turístico es limitado y su acceso responde a las facilidades del visitante para obtenerlo.</p>
	<p>Buscadores de recompensas Movidos por la desconexión, son aquellos viajeros que buscan otorgarse un espacio de descanso y placer. Generalmente cuentan con muy poco tiempo y son muy exigentes en calidad y servicio.</p>
	<p>Buscadores de lo simple Son aquellos viajeros en donde lo sencillo, lo natural, lo contemplativo es más significativo, el valor se otorga a los significados. Son viajeros en donde el confort, el lujo y la calidad pasa a un segundo plano, estiman el buen servicio, la calidez y la cercanía.</p>
	<p>Puristas Culturales Son aquellos viajeros que buscan la inmersión, el descubrimiento. Involucrarse y aprender de las culturas locales son lo más importante para estos viajeros. Su tiempo de viaje es más extendido y la búsqueda principal son las culturas.</p>
	<p>Viajeros éticos Son aquellos cuya búsqueda en sus viajes se integra con el servir, el aportar, el dar. Se caracteriza por dar alto significado a la mejora de las condiciones de vida, la sostenibilidad, el medio ambiente y las máximas sociales.</p>

	Tamaño del mercado (turistas/viajes)	Gasto medio de viaje ¹	Crecimiento internacional mercado	Principales tendencias a futuro
Astronomía	430 mil turistas en Chile, principal mercado de astroturismo (2014)	~ \$700	+20% CAGR 2000-07	Star parties, experiencias completas
Aventura y deporte	299.9M en Europa y Américas	~ \$1,000-1200	+18% CAGR 2009-12	Experiencias personalizadas, incremento del gasto
Bienestar y termas	289M turistas en los 30° países industrializados (2012)	~ \$800-1000	+9.9% CAGR 2012-17	Bienestar mental, slow travel, experiencias auténticas
Cruceros y navegaciones	21.55M turistas (2014)	~ \$300-600	+5.9% CAGR pasajeros 2003-13	Cruceros temáticos, uso tecnología, Caribe
Cultura y patrimonio	160M viajes con componente cultural (20% total) (2011)	~ \$600	+15% CAGR anual	Mayor creatividad, artes, cultura omnívora, festivales
Lujo	46M turistas internacionales (2011)	~ \$3,000-4000	+8% CAGR 2010-15	Experiencias únicas, wanderlust, tecnología aplicada
Naturaleza y ecoturismo	40-60% turistas totales interesados en naturaleza	~ \$600-700	+20% CAGR anual	Ecoturismo, voluntariados, preocupación por el medioambiente, aprendizaje
Negocios	\$225M participantes reuniones/convenciones EEUU (2012)	~ \$900-1000	+10% CAGR hasta 2020	Uso de la tecnología, eficiencia de costes, congresos regionales
Etnoturismo	N/A	N/A	N/A	Colaboraciones público-privadas
Sol y playa	28% viajes sol y playa sobre total de viajes	~ \$300-400	+3.4% CAGR 2008-13	Destinos exóticos y long-haul, productos combinados
Vida urbana	20% viajes urbanos sobre total de viajes	~ \$500-600	+9.6% CAGR 2009-14	Influencia BRIC, más viajes y más cortos, experiencias intensas
Vino y gastronomía	39 M turistas estadounidenses (2012)	~\$600-800	N/A	Foodies, personalización, glocalización

• **Interés de viajeros nacionales**

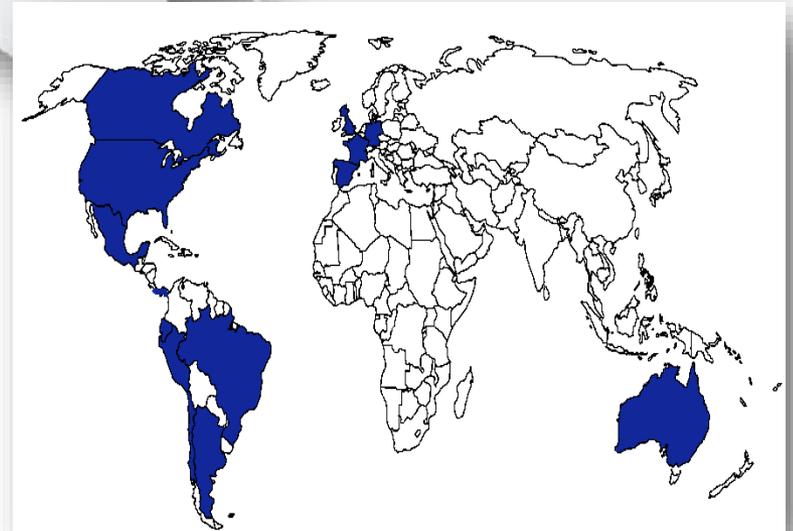
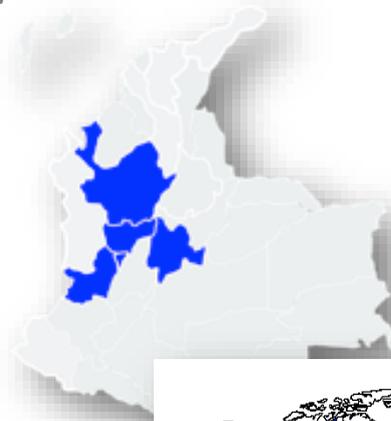
Se referencian los resultados obtenidos en la encuesta realizada por la Organización Aviatur – en la consultoría de rediseño de la estrategia de Tarjeta Joven, aplicada a 10.525 jóvenes (14-28 años) en el país que da un acercamiento a los intereses de este segmento en el momento de realizar un viaje:



3. Estrategia de mercado y promoción

Objetivos relacionados a la estrategia

1. Priorización de mercados de atracción, corta distancia, media distancia y larga distancia. Atracción de públicos de principales zonas urbanas del país con facilidades de conectividad (Medellín – Bogotá)
2. Promover acciones para atracción de mercados de nicho (larga distancia) Alemania, UK, USA, Europa a través de clubs y asociaciones.
3. Fortalecer las acciones de información y comunicación de la oferta del destino.
4. Fomentar el uso de canales comerciales y de promoción estratégicos para el destino enfocados a los mercados deseados.



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



Relación Mercados – Producto

	Productos	Clave										Nicho			
	Mercados ↓	Ecoturismo- Avistamiento de aves	Ecoturismo- Interpretación de Flora y Fauna (Tortugas - reptiles)	Avistamiento de ballenas	Sol y playa	Cultura- Gastronomía tradicional	Cultura- Etnoturismo	Cultura- Ferias y fiestas	Cultura- Religioso	Turismo de Bienestar	Aventura- Buceo	Aventura- Surf	Aventura- Pesca deportiva	Turismo investigativo	
Clave	Regional														
	Medellín	*	*	**	**	*	*	*	*	*	**	*	**	*	
	Nacional														
	Bogotá	*	*	**	**	*	*	*	*	*	**	*	*	*	
	Larga distancia														
	Europa - Estados Unidos	**	**	**		*	**		*	*			*		
Complementarios	Local														
	Chocó	*	*	*			*	**	*						
	Regional														
	Quindío - Pereira			*		*	*	**	*						
	Media distancia														
	Argentina, Chile, México	**	**	*					*	**		*			
Nicho	Larga distancia														
	Alemania- Reino Unido	**													
	Australia - Nueva Zelanda			*								**			
	Vecinos														
	Panamá - Ecuador - Nicaragua											**			
	Brasil										**				
	Nacional														
	Valle del Cauca - Cali												**		
		**	Muy relevante para este mercado			*	Interesante para este mercado			No relevante					

Relación Mercados – Segmento

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

Relación Motivación– Productos

Productos		Clave			Complementarios						Nicho			
		Ecoturismo-Avistamiento de aves	Ecoturismo-Interpretación	Avistamiento de ballenas	Sol y Playal	Cultura-Gastronomía tradicional	Cultura-Etnoturismo	Cultura-Ferias y fiestas	Cultura-Religioso	Turismo de Bienestar	Aventura-Buceo	Aventura-Surf	Aventura-Pesca deportiva	Turismo investigativo
Motivador														
	Viajeros éticos	*	*	*	*	**	**	**	*	*				**
	Puristas Cultural	*	*	*		**	**	**	*	*				*
	Buscadores de lo simple	**	**	**	*	*	**		*	*				
	Viajeros por obligación			*	*	**	*	*	*	**				
	Buscadores de capital social	**	*	**	*	*	**	**					**	
	Buscadores de aventura			**	*	*	**	*		*	**	**	**	
	Buscadores de recompensa	*	*	*	*	**	*						*	

PROYECTOS PDT CHOCÓ 2016-2020

- Aportar al posicionamiento del Chocó como destino turístico de calidad y sostenible.
 - **Creación de marca turística de Chocó**
 - **Difusión**
 - **Apropiación del sector y comunitaria de la marca del destino**
- Realizar un proceso sistemático de promoción y penetración en los mercados clave establecidos para el destino.
 - **Diseño del plan de marketing operativo del destino**
 - **Acciones de mercadeo del destino**
- Potenciar la participación de los actores de los productos en las estrategias de mercadeo y promoción del destino.
 - **Creación y consolidación de los clubes de producto como potenciadores de la calidad y competitividad del destino**
 - **Promoción turística especializada por productos**
- Realizar estudio y monitoreo permanente de la dinámica del sector turístico, especialmente frente al comportamiento del mercado y su satisfacción.

1. Fortalecimiento institucional

2. Ordenamiento del territorio

3. Fortalecimiento de la oferta del destino

4. Atracción de mercados

5. Mejora de la calidad de vida de las comunidades

Estrategia sostenibilidad



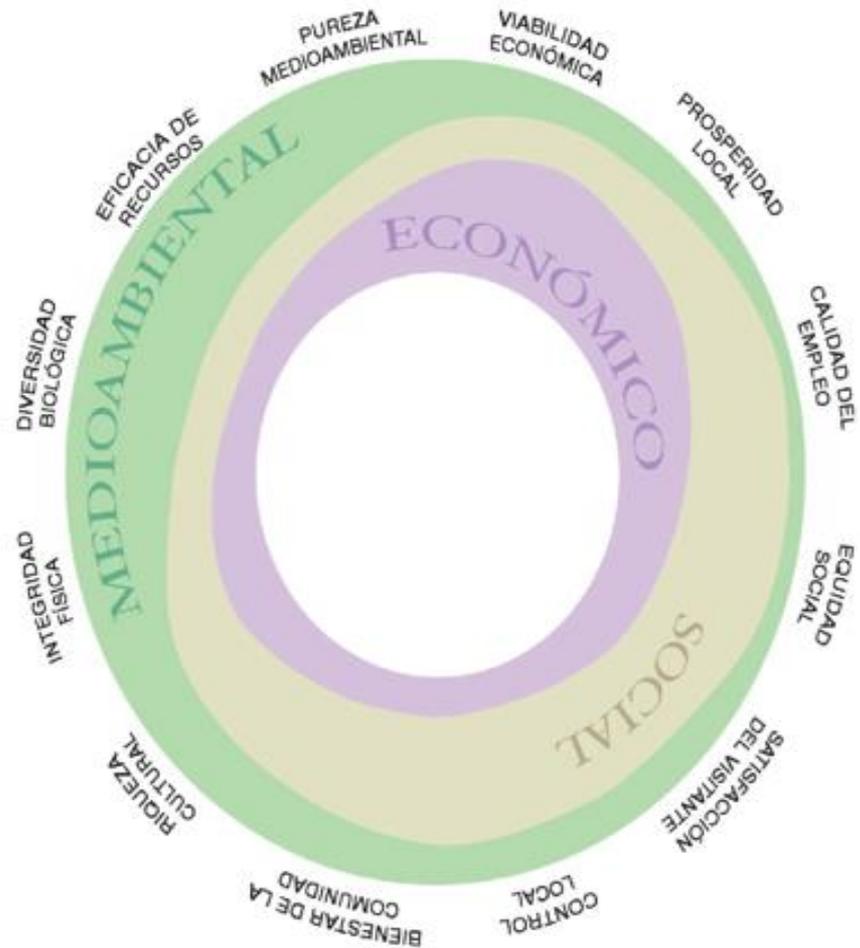
Objetivos relacionados con la estrategia

1. Aportar en la preservación de los recursos naturales y identidad cultural de las comunidades del territorio
2. Fomentar modelos de operación incluyentes que aportan a la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales.
3. Involucrar a las comunidades en iniciativas de desarrollo sostenible alrededor del turismo
4. Promover el turismo responsable

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

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

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



Fuente: PNUMA/OMT. Por un Turismo más sostenible. 2006 pág 19

PROYECTOS PDT CHOCÓ 2016-2020

- Propender por que el turismo sea una herramienta que aporte a la conservación de ecosistemas y especies en el Chocó biogeográfico.
 - **Plan de manejo turístico de las áreas naturales de la sociedad civil, comunidades indígenas y afro descendientes.**
 - **Piloto de implementación de un modelo de contribución para servicios eco sistémicos**
 - **en territorios colectivos de alta incidencia turística**
 - **Creación de centros de control y monitoreo eco sistémico**
 - **Red de conservación ambiental del Chocó Biogeográfico**
- Propender porque el turismo sea una herramienta que aporte a la conservación de las tradiciones culturales locales.
 - **Elaboración de planes de manejo en espacios de intercambio intercultural de alto impacto.**
 - **Sensibilización a la comunidad en la salvaguardia del patrimonio cultural y mitigación de riesgos en el ejercicio del turismo.**

- Propender por que el turismo aporte de manera integral a la generación de ingresos de las comunidades locales participantes de la actividad, de manera equitativa en el sector y justa con el visitante.
 - **Acompañamiento y potencialización del emprendimiento local comunitario**
- Propender por que el turismo enmarque acciones de corresponsabilidad en el territorio e involucren tanto a la oferta como la demanda, considerando actores directos e indirectos del ejercicio turístico.
 - **Creación de manuales de comportamiento turístico y mitigación de riesgos en el destino, culturales y ambientales**
 - **Plan de manejo y aprovechamiento de residuos sólidos en el territorio**
 - **Creación del sello de proveeduría responsable**