

Cinco ejes de acción para la competitividad turística

Escrito por Eduardo Lunazzi

Jueves, 13 de Noviembre de 2014 07:32 - Última actualización Jueves, 13 de Noviembre de 2014 08:45



Este miércoles empresarios del sector turismo y representantes de instituciones públicas de nivel local, dieron a conocer en el Salón Alejandro Rankin de la Cámara de Comercio las líneas de acción obtenidas del ejercicio de la Ruta Competitiva Seaflower, que se enmarca dentro del proyecto de Fortalecimiento de la Comisión Regional de Competitividad del Departamento.

Este proyecto es financiado por Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), iNNpulsa, la Gobernación Departamental y la Cámara de Comercio de San Andrés y Providencia.

Durante los dos últimos meses de trabajo de la Ruta Competitiva Seaflower, se crearon tres grupos de trabajo enmarcados en las áreas de acción de Nuevos Productos y Servicios, Imagen del destino y TIC'S, enfocadas a impulsar los cambios necesarios para poder competir en la opción estratégica más atractiva para las empresas de la isla, atender a los Turistas Independientes Activos.

Esto corresponde a turistas que utilizan las redes sociales y otros medios de comunicación para seleccionar un destino y luego realizar la gestión de las reservas necesarias (alojamiento, transporte y actividades) directamente. Estos visitantes son demandantes de diversas actividades en el destino y llegan muy informados de antemano.



Cinco ejes de acción para la competitividad turística

Escrito por Eduardo Lunazzi

Jueves, 13 de Noviembre de 2014 07:32 - Última actualización Jueves, 13 de Noviembre de 2014 08:45

Se establecieron cinco líneas de acción puntuales:

1. Oportunidades de negocio en turismo de naturaleza, donde el objetivo es identificar de manera explícita oportunidades de nuevos productos y servicios enmarcados dentro del turismo de naturaleza, con el fin de promover nuevos emprendimientos en esas áreas.
2. Primer concurso departamental de emprendimiento en turismo de naturaleza, cuyo objetivo es promover y apoyar la creación de nuevas empresas y unidades de negocio tendientes a aumentar la oferta de actividades culturales, de aventura y de ecoturismo orientadas a los Turistas Independientes Activos en el territorio.
3. Plan de marketing para el posicionamiento de San Andrés como destino de turismo de naturaleza, donde se pretende diseñar e implementar un Plan de Marketing que integre el desarrollo de una Imagen del Destino, con su respectiva estrategia de promoción y posicionamiento, donde se refleje y articule la riqueza cultural y natural de la isla.
4. Presencia web de empresas, línea con la que se aspira a aumentar el significativamente el grado de participación de las empresas del sector turismo de naturaleza en la web.
5. Portal web del territorio, acción con la que se alcanzará una mayor presencia en la web del Departamento a través de una portal con información actualizada y confiable

Estas líneas de acción son el resultado de un trabajo realizado de manera articulada con los empresarios del sector privado e instituciones del sector público. Ya comenzaron su implementación y todos los actores del sector están invitados a involucrarse en su seguimiento e implementación y puntualmente a ser los protagonistas del proceso que está siendo liderado por la Comisión Regional de Competitividad.