

El archipiélago de San Andrés protagonista en Anato 2024

Escrito por Billy Lunazzi Celis
Martes, 27 de Febrero de 2024 08:27 -



El departamento hace presencia en la vitrina turística, unas de las ferias del sector más importantes de todo el continente. Cada año los retos son más profundos, pues se trata de seguir innovando sin perder la esencia que ha enamorado durante décadas a millones de turistas; estar a la vanguardia es un punto inexcusable.

Las islas son conocidas, entre otras cosas, por la belleza de sus playas, pero a lo largo de los últimos años se han desarrollado diferentes iniciativas que pretenden diversificar el mercado turístico del archipiélago. Así las cosas, EL ISLEÑO dialogó con Ricardo Camacho, secretario de Turismo de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, con el fin de conocer cuáles serán las apuestas para el sector de ahora en adelante

¿Qué ofrecerá el stand de las islas en la Vitrina de Anato 2024?

Nosotros para esta vitrina tenemos 30 counters entre San Andrés y Providencia. Entre estos, vamos a tener la participación de hoteles, posadas nativas, otro tipo de alojamientos, operadores turísticos, receptivos y algunas instituciones como la Gobernación, Infotep y Coralina. Esto con respecto a los counters, pero hay que tener en cuenta que en esta ocasión lo que buscamos es la promoción de la oferta turística y cultural; habrá gastronomía, danza y artesanos. En los tres días del evento tendremos actividades musicales, gastronómicas y de danza.

¿Cuál es la gran apuesta?

Tenemos un plan de acción, el gran lema de esta promoción en la Vitrina de Anato es 'Beautiful San Andrés'; premisa que se ampara de la belleza y la limpieza del destino; por eso comenzamos este año a toda marcha con jornadas de embellecimiento, poda de jardines, entre otros. Lo anterior, lo hemos venido haciendo con el sector privado, es importante destacar su apoyo.

Igualmente, dentro del Plan de Desarrollo, que aún no ha sido aprobado, tenemos los pilares de mejoramiento en la posición competitiva del territorio, lo cual se logra mediante la promoción entre muchas cosas como marca -región y diversificación de la oferta. Además, son fundamentales las estrategias de promoción que haremos mediante la participación en este evento a través de medios masivos con campañas ATL y también de VTL, llegando a ferias y a los diferentes workshops que hay disponibles nacionales e internacionales.

¿Hay actividades promocionales para atraer un perfil de turismo específico?

Sin duda queremos llegar a más segmentos. Todos los segmentos consideramos que son importantes y participan del desarrollo del destino del archipiélago y buscamos llegar a otros con la creación de experiencias y buscando siempre un desarrollo sostenible, yendo de la mano con el cuidado del medio ambiente. Así pues, enfocamos estas vivencias también con las nuevas ofertas hoteleras que tenemos en el momento y el mejoramiento de la infraestructura le apuntamos a llegar a nuevos nichos y fortalecer los que ya tenemos.

¿Qué novedad se tiene acerca del aeropuerto?

Es una realidad que tenemos recursos aprobados por unos 12.000 millones, estos se van a ver reflejados en la infraestructura del aeropuerto, en la sala de espera, pista actual y recepción de los diferentes vuelos; ya es un recurso aprobado que desde hace mucho se buscaba la manera de gestionar y finalmente se logró mediante nuestros representantes en la Cámara. Ya se está comenzando con el proceso de ejecución.

¿Se han contemplado medidas para mejorar aspectos como los puntos de filtro de la Occre?

Sí. Se ha tratado de reforzar la operatividad, tener más personal disponible para la recepción de estos; de mejorar la recepción también de las maletas de una manera más articulada.

Tras el empalme ¿cuáles son los puntos prioritarios que se identificaron?

En temas de promoción, mantenimiento de la infraestructura, prácticas sostenibles, en seguir educando a nuestros turistas y residentes, formalización de los diferentes operadores turísticos y también en conectividad aérea, porque no es desconocido que venimos de un 2023 en que la economía se vio muy afectada por la salida del mercado de las aerolíneas low cost en el primer trimestre del año; afortunadamente para el último trimestre compensaron aerolíneas como Avianca y Latam, lo que nos ayudó a una muy buena recuperación durante el mes de diciembre y el mes de enero.

¿Cuál es la proyección para este año?

Ellas (las aerolíneas) también manejan sus temporadas, entonces, en ciertos momentos puede que haya una disminución de frecuencias, pero tenemos que comprometernos en aspectos de promoción, mejoramiento de infraestructura para trabajar mancomunadamente, buscando mantener la conectividad y el flujo de turistas hacia el destino.

¿Qué estrategias tiene el gobierno para casos conflictivos en algunos puntos de la isla, como el Hoyo Soplador?

Bueno, en estos primeros días de gobierno hemos aumentado la presencia de la autoridad, como también es importante ir a escuchar sus necesidades y fortalecer la calidad de su servicio. Pensamos lograr esto mediante capacitaciones, inspecciones frecuentes y encuentros en el sitio, donde podamos ir mejorando cada una de las necesidades que tenga el lugar.

¿Cuál es el plan para recuperar la peatonal de Spratt Bight?

Es un área que se trabaja articuladamente con varias secretarías. Dentro de esto tenemos planeación, seguridad y convivencia, servicios públicos y gestión del riesgo. Entonces, la Secretaría de Turismo, ha estado encargada del ornato y embellecimiento. Estamos en jornadas de limpieza de la peatonal como de la playa y también realizamos pintura en los diferentes puntos de la peatonal.

Ya las otras secretarías, tienen funciones diferentes: planeación se encarga del uso del espacio público y seguridad y convivencia, tiene como competencia brindar esa seguridad; ya se encuentran haciendo diferentes controles, inspecciones en toda la peatonal. Servicios públicos también ha hecho un gran esfuerzo en el tema de limpieza, proveyéndonos diferentes herramientas para el retorno de toda la arena, cuando a veces tenemos fuertes brisas y mareas.

¿Qué rol juega la cultura autóctona en la oferta turística de las islas?

Es muy importante para la promoción de nuestro turismo y dentro de esta diversificación, donde queremos tener en cuenta la naturaleza, las experiencias y la cultura, todo esto dentro de un marco de un desarrollo sostenible; es fundamental para nosotros la promoción de la cultura y por ende entre esta Vitrina 43 de Anato veremos diferentes elementos de nuestra identidad cultural, como lo es la danza, la gastronomía y música... Y los artesanos también.

¿Cuál es la visión que tiene el gobierno para el turismo en Providencia?

El archipiélago de San Andrés protagonista en Anato 2024

Escrito por Billy Lunazzi Celis

Martes, 27 de Febrero de 2024 08:27 -

Digamos que es un apoyo muy similar, en donde cuentan con sus stands donde harán ofertas de los diferentes receptivos que ellos manejan, también llevarán artesanos, danza, cultura y turística. Tienen una oferta también de experiencias de naturaleza que ya viene construyendo, pero muy de experiencia y naturaleza; recordemos que el lema del gobierno nacional es “turismo en armonía con la vida”, y creo que el desarrollo sostenible de culturas, es un pilar muy importante dentro de nuestros programas.

¿Y la informalidad en la oferta de San Andrés cómo se trabajará?

Esta formalización, la lograremos mediante capacitación, inspecciones y, desde luego, el cumplimiento de la norma para poder prestar el servicio turístico que al fin y al cabo es todo lo que conlleva al Registro Nacional de Turismo, entonces buscaremos el cumplimiento de la norma.