

1259

Negocio:	F. AUTÓNOMO FONDO NACIONAL D
Radicación:	E-2017-38093
Fecha y hora:	12/09/2017 11:30:33
Origen y/o proveedor:	UNION TEMPORAL THE SAN ANDRÉS
Destinatario:	CARLOS ARTURO CADAVID RAMIRE
Tipo documento:	Carta
Número documento:	
Asunto:	Diseñar el proyecto Turístico
Nombre del radicado:	Luis Javier Alonso Velásquez

Desarrollo del Turismo Náutico en San Andrés, Providencia y Sta. Catalina

Documento descriptivo del concepto del producto

Septiembre 2017



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCCIÓN	3
PARTE 1: San Andrés	4
1. Contexto Actual	4
2. Análisis del destino	6
3. Opciones de desarrollo	9
4. Concepto del producto	12
5. Desarrollando el Kite Surfing en San Andres	14
6. Descripción del producto	14
7. Recomendaciones	20
PARTE 2: Providencia y Santa Catalina	21
8. Contexto Actual	21
9. Análisis del destino	24
10. Providencia's USP	26
11. Opciones de Desarrollo	28
12. Concepto del producto: Carreras de barco Tradicionales	32
13. Descripción del Producto	39
14. Recomendaciones	40
FUENTES DE FINANCIACIÓN	45

APENDICE

Listas de asistencia de participantes de los Talleres de Opciones, Conceptos y Validaciones realizadas en San Andrés y Providencia.

INTRODUCCIÓN

Este informe presenta cuatro elementos:

1. El concepto del Producto Turístico Náutico, (**Sección del Contrato 2.3 Entregables, Entregables 3.2 “Conceptualización del producto”**)
2. La descripción del producto (**Sección del Contrato 2.3 Entregables, Entregable 3.3 “Documento Descriptivo”**)
3. Mapa de Actores y Elementos (**Sección del Contrato 2.3 Entregables, Entregable 3.4 “Identificación y Mapa de Actores y Elementos”**)
4. Un diagnóstico que identifique las necesidades y las mejoras que se deben implementar, (**Sección del Contrato 2.3 Entregables, Entregable 3.5 “Documento Diagnóstico”**)
5. La determinación de la necesidad de intervención pública con reflexiones sobre las fuentes de financiación, (**Sección del Contrato 2.3 Entregables, Entregable 3.8 “Necesidad de Intervención Pública”**)
Esto se realizó por medio de la retroalimentación del taller con las partes interesadas en San Andrés y Providencia en Mayo del 2017 cuando las opciones de producto estaban siendo evaluadas.

El informe presenta los cuatro elementos anteriores en un único documento integrado que aborda todos los elementos antes mencionados.

PARTE 1: SAN ANDRES

1. CONTEXTO ACTUAL

1.1 Escenario Actual

San Andrés es una pequeña isla del Caribe de 12.5km de largo y 3km de ancho, con una población de alrededor de 72.000 habitantes. Cuenta con un entorno marino excepcional, con aguas cristalinas y una interesante cultura local.

Cada año recibe cerca de un millón de visitantes (926.000 en 2016). Este número ha aumentado rápidamente en los últimos años y se ha duplicado en los últimos 5 años. Aunque se dispone de poca información sobre el propósito y el perfil de los visitantes de la isla, se cree que la gran mayoría de personas que llegan a San Andrés lo hacen con fines de ocio y diversión. Este turismo en general representa el 23% del PIB

Más del 80% de estos turistas (82% en 2016) vienen de Colombia con un promedio de 22 vuelos al día llegando de cinco destinos domésticos con una conexión internacional a la Ciudad de Panamá. La proporción de visitantes internacionales (18% en 2016) creció en un 3% en 2016 en comparación del 2015, la mayoría de estos visitantes provienen de Brasil, Argentina, Chile, Perú y Estados Unidos.

Hay un número muy pequeño de visitantes que desembarcan de los cruceros y no existen puertos deportivos para yates, por lo que el pequeño número de yates de turismo utilizan los pocos amarres cerca del club náutico. Se desarrollaron varias propuestas para la creación de un puerto deportivo y la construcción ha comenzado en un punto de desembarque para los pasajeros de cruceros.

La ocupación hotelera es la más alta del país, con un promedio del 89,5%. La mayoría de los hoteles ofrecen un modelo de todo incluido, proporcionándoles a los huéspedes alojamiento y todas sus comidas, bebidas y actividades que se pueden reservar a través del hotel. No existen datos sobre el nivel o la distribución del gasto de los visitantes, aunque se piensa que el modelo del todo incluido limita el valor que el turismo aporta a la población local.

1.2 Impactos Claves

El elevado número de visitantes en relación con el tamaño de la isla y su población local ha llevado a una serie de impactos negativos, en particular:

- La superpoblación de las principales atracciones de la isla, incluyendo Johnny kay, que recientemente tuvo que ser temporalmente cerrado para los tours en barco
- Conflictos de uso que causan problemas de seguridad debido a la falta de gestión turística, zonificación y reglamentación de las playas y el agua
- Daños en el arrecife y corales debido al volumen de visitantes y el comportamiento inapropiado de algunos buceadores y personas haciendo snorkeling
- Socavar las tradiciones culturales locales
- Falta de diferenciación local a favor de hoteles todo incluido de estilo internacional
- Un sector turístico no coordinado con mala gestión de destinos.

En consecuencia, se considera que el modelo actual de turismo es insostenible, con el medio ambiente degradado, la cultura local subvalorada y los beneficios económicos del turismo que no llegan a la población local.

1.3 Tendencias recientes:

En los últimos años se ha incrementado el número de posadas nativas y de apartamentos turísticos con una tendencia hacia un modelo no inclusivo de turismo.

La evidencia anecdótica sugiere que los visitantes internacionales que llegan a San Andrés tienden a ser más jóvenes que el turista doméstico promedio y son más propensos a estar viajando independientemente, permaneciendo en formas no inclusivas de alojamiento y gastando más en restaurantes locales, bares y en actividades locales. Estos “Millennials” buscan un tipo de turismo más experiencial, quieren descubrir lo que es especial de San Andrés, incluyendo su excepcional ambiente marino, su cultura y comida local, y tienden a ser más conscientes del medio ambiente.

1.4 La visión

El taller realizado en San Andrés como parte de este estudio destacó el deseo y la visión, entre los actores turísticos de San Andrés, de ser un modelo reconocido internacionalmente de reserva de la biosfera.

Para lograr esto, las partes interesadas reconocen que el tipo de visitante que San Andrés atrae actualmente necesita cambiar por más visitantes internacionales de alto valor y “milleniales” que buscan destinos que les ofrezcan experiencias auténticas.

Este informe considera cómo el Turismo Náutico podría atraer a estos visitantes de mayor valor a San Andrés, para traer mayores beneficios a los residentes locales y apoyar la conservación tanto de la cultura local como del medio marino.

2. ANÁLISIS DEL DETINO

La investigación documental llevada a cabo para este proyecto, combinada con el aporte del taller de las partes interesadas realizado en San Andrés el 12 de mayo de 2017, identificó las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con el desarrollo de un nuevo tipo de turismo en San Andrés.

Fortalezas	Debilidades
<p>Económico – Producto Turístico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accesible por avión desde Colombia (Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Cartagena) y Panamá • Demanda existente - gran mercado de visitantes • Alta ocupación • Variedad de alojamientos • Rango de restaurantes, bares, vida nocturna • Compras libres de impuestos <p>Entorno natural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua cristalina, "Mar de los Siete Colores" • Corales, arrecife, pescado • Playas de arena suave • Ecosistema costero - Área de Conservación Marina Protegida - Reserva de Biosfera • Arrecifes de corales no perturbados, ricos en flora y fauna submarinas • Manglares • Viento estable <p>Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seguro • Raizales - cultura y cocina calipso • Lengua local, cultura compartida • Música, discusión, debate • Festivales <p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buceo y Snorkeling • Actividades de agua motorizada: excursiones en barco, moto acuática, parasailing, flying boards • Deportes de viento - kitesurf, windsurf 	<p>Económico – Producto Turístico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso limitado a los mercados internacionales • Algunos hoteles grandes son poco atractivos • Falta de valor para la economía local • Congestión en la ciudad • Oferta limitada de actividades <p>Falta de liderazgo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autoridades negligentes • Corrupción • Desigualdad <p>Falta de Gestión Turística y Regulación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de planificación • Falta de responsabilidad y coordinación de la salud y la seguridad por parte de las autoridades • Conflictos de usos en la playa y en el agua • Ninguna política de zonificación ni aplicación • No hay inventario de empresas de turismo náutico • Empresas no reguladas <p>Infraestructura deficiente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión deficiente del medio ambiente • Contaminación: aguas residuales, residuos sólidos, basura • Mala conectividad • Mala calidad de servicios públicos • Congestión - motos <p>Sociedad Civil</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Kayak en los manglares 	<ul style="list-style-type: none"> • Delito - seguridad y protección • Falta de responsabilidad ciudadana <p>Educación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de educación ambiental para los ciudadanos y visitantes • Información errónea de las agencias de viaje • Mal servicio al cliente
Oportunidades	Amenazas
<p>Naturales / Ambientales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buceo <ul style="list-style-type: none"> ○ Centros de excelencia – Buceo responsable, de conservación y alta calidad ○ Nuevos productos ej. “Liveboards” para acceder a diferentes áreas de los arrecifes. ○ Entrenadores certificados • Kitesurfing <ul style="list-style-type: none"> ○ Competencias internacionales, Eventos • Yachting - Nueva marina <ul style="list-style-type: none"> ○ Excursiones a vela • Kayaking • Deportes/ Pesca artesanal • Avistamiento de aves <p>Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raizales – Festivales – Green Moon Festival – música, cultura, gastronomía, Músicos internacionales - septiembre • Casa de familia / Posada Nativa Red en crecimiento <p>Económico – Producto turístico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gran Mercado existente • Mercado Internacional en crecimiento • Mochileros • Variedad en acomodaciones 	<p>Modelo Actual de turismo insostenible</p> <p>Medio Ambiente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erosión de las playas • Concentración de turistas en solo unas pocas atracciones • Daño a los arrecifes y el ambiente marino. • Polución – Gestión de residuos • Aumento de la demanda de agua – Sequía, mala calidad del agua potable. <p>Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sobre población • La población indígena representa ahora solo un tercio de la población • Maneras tradicionales de vida erosionadas

Hubo consenso entre las partes interesadas de que el actual modelo turístico es insostenible. Se plantearon temas clave acerca de la falta de cohesión dentro de la sociedad civil, lo que repercute en la unidad de los actores turísticos, y destaca la falta de una visión cohesionada para San Andrés en su conjunto.

Las recomendaciones se incluyen al final de este informe sobre cómo una estrategia podría abordar estos problemas generales; Sin embargo, están fuera del alcance específico de este proyecto.

Por el contrario, el DOFA destaca la fuerza del producto de San Andrés y las oportunidades que ofrece para desarrollar su sector turístico para atraer nuevos públicos

Dentro del ámbito de este estudio, que tiene como objetivo desarrollar el turismo náutico, los temas clave que pueden abordarse son las preocupaciones medioambientales por los daños al arrecife y al medio marino, la erosión de la cultura local y sus modos de vida tradicionales y la oportunidad Para incrementar el valor del turismo para la población local.

Las siguientes secciones se centran en los productos turísticos náuticos que podrían desarrollarse para lograr estos objetivos.

3. OPCIONES DE DESARROLLO

3.1 Entorno natural – La oferta básica

San Andrés ha sido promovido dentro del mercado nacional colombiano como un destino principalmente de sol y playa.

Sin embargo, en el contexto internacional, sus playas no son su principal atractivo. Aunque tiene algunas playas atractivas de arena blanca y suave, no son numerosas y varias sufren ahora del impacto de la erosión

Hace treinta años, antes de que la actual erosión de las playas fuera un problema, la Guía Lonely Planet de Colombia destacó que era la calidad del agua y el ambiente marino de San Andrés lo que era su principal atracción en lugar de sus playas.

El arrecife excepcional del archipiélago y el agua cristalina son ideales para el buceo; Ofreciendo opciones profundas y poco profundas adecuadas para todos los niveles de buceadores más experimentado.

"Debido a su belleza natural, la isla se ha convertido en una de las principales atracciones turísticas de Colombia. Contrariamente a lo que se podría suponer, la isla no está rodeada de playas; No hay playas a lo largo de la costa occidental y aquellas a lo largo de la costa oriental no son nada especial (aparte de la buena playa de San Luis). La mejor playa está en el extremo norte a lo largo del centro de la ciudad y suele estar siempre llena. Si estás buscando playas solitarias, San Andrés no es el lugar. Por otro lado, el mar turquesa, los arrecifes de coral y la rica vida submarina es un paraíso para bucear y snorkeliar".

San Andres, Colombia a travel survival kit, Lonely Planet, 1988 (page 218)

de buceo desde principiantes hasta

Además de la calidad del agua y el medio ambiente marino, San Andrés también tiene un viento constante de diciembre a abril, y de junio a agosto, que es muy adecuado para practicar kitesurf, windsurf y vela.

3.2 Oferta Actual de Turismo Náutico

La actual oferta de turismo náutico en San Andrés se basa en deportes acuáticos motorizados con 10 compañías que ofrecen tours en barco y 7 empresas que ofrecen jetski, fly board o parasailing.

Las Actividades submarinas son ofrecidas por 10 empresas de buceo y 4 empresas de snorkeling.

A pesar del buen viento y las aguas cálidas, sólo hay dos operadores que ofrecen kite surf y ninguno que ofrece windsurf

Otras actividades de turismo náutico incluyen kayak (3 empresas), que en su mayoría se llevan a cabo en los manglares; Además de un número limitado de viajes de pesca y charters de barco

3.3 Opciones potenciales para el desarrollo

El objetivo a largo plazo es cambiar el tipo de turistas que visitan San Andrés de los clientes de bajo nivel “todo-incluido” a los turistas más responsables y experienciales que se sienten atraídos por lo que es especial en San Andrés, es decir, Medio ambiente y cultura local.

El predominio actual de tours en lancha motorizados a un pequeño número de hermosos islotes coralinos (principalmente Johnny Cay, Acuario y Haynes Cay) ha causado un hacinamiento significativo y socava el atractivo de los mejores sitios de San Andrés. Además, mientras que el zumbido de adrenalina de otros deportes acuáticos motorizados tiene un atractivo temporal para los visitantes, son actividades que están ampliamente disponibles en otros lugares y no son lo suficientemente interesantes para atraer a los visitantes internacionales que tienen una amplia gama de destinos para elegir.

San Andrés necesita atraer a clientes jóvenes, de altos ingresos y bien educados para que permanezcan más tiempo y usen hospedajes de alta calidad, locales, y participen en otras actividades típicas, para fomentar un turismo sostenible y responsable en la isla y así generar mayores beneficios para La economía local y la comunidad

Para atraer a más visitantes internacionales, que buscan experiencias más auténticas, San Andrés deberá enfocarse en ofrecer actividades náuticas que permitan a los visitantes experimentar el agua cristalina de la isla, su extenso arrecife y su rico entorno marino, apoyando su conservación

Las dos actividades náuticas de turismo que ofrecen el mayor alcance para lograr esto son buceo y kite surf.

3.4 Buceo

El buceo es el principal producto de turismo náutico que San Andrés puede ofrecer para resaltar su excepcional entorno marino y a largo plazo existe la posibilidad de desarrollar la oferta de buceo en San Andrés para incluir:

- Instalaciones de buceo dedicadas y centros de entrenamiento de buceo con mejores prácticas para visitantes internacionales y residentes locales.
- Restauración de corales y educación para la conservación
- Cursos de fotografía subacuática

- “LiveAboards” para los viajes de buceo
- Club de playa social alrededor de un centro de buceo que también atrae a los no buceadores

Para generar una inversión suficiente y ofrecer esta gama de actividades relacionadas con la inmersión, habría que aumentar significativamente el número de buceadores y buzos potenciales que visitan San Andrés; Así como una mayor capacidad local. Sin embargo, el buceo es un nicho de mercado y aunque los esfuerzos de marketing para promover San Andrés como un destino de buceo podrían ser dirigidos con éxito a la comunidad de buceo, hay una mayor necesidad de elevar el perfil de la isla a los visitantes internacionales alrededor de una narrativa cohesiva.

3.5 Kitesurfing

Las condiciones naturales ideales y la falta actual de instalaciones de kitesurf lo convierten en una actividad turística náutica que tiene un amplio margen de desarrollo en San Andrés.

El kitesurf es un mercado en crecimiento y de alto perfil con una imagen "cool" que atrae a participantes jóvenes y de alto nivel adquisitivo. Además, existe una estrecha relación entre el kitesurf y el buceo. Muchos participantes realizan ambas actividades, buceando cuando no hay suficiente viento para practicar el kitesurf. Anecdóticamente, se cree que aproximadamente el 80% de Kitesurfistas también tienen certificación de buceo.

La recomendación de este informe es desarrollar el kitesurf en San Andrés con el fin de elevar el perfil de la isla en el mercado internacional, lo que también ayudará a expandir el mercado de buceo.

4. CONCEPTO DEL PRODUCTO: DESARROLLO DEL KITE SURFING

4.1 Demanda del mercado

El kitesurf es un deporte extremo de alto perfil con una imagen "cool" que atrae dos datos demográficos clave:

- 25-35 años de edad: Millennials, educados, profesionales, generalmente viajeros independientes que utilizan una gama alta de alojamiento.
- 45 años ó + alto ingresos, bien educados, viajeros experimentados que buscan la emoción de un deporte extremo durante el día y alojamiento cómodo.

El kitesurf está mostrando un fuerte crecimiento del mercado con un estimado de 1,5 millones de kitesurfistas en todo el mundo con un crecimiento anual del 10%. Participantes reconocidos como Richard Branson y Barak Obama también han ayudado a elevar el perfil del deporte recientemente, particularmente entre los más adultos.

Hay una fuerte demanda en América del Norte y Europa para vacaciones de kitesurf y hay un potencial para que San Andrés empaque una gama de productos de vacaciones desde campamentos de una semana, a los cruceros que combinan kite surf y buceo, cada vez más populares en el Caribe.

La creciente popularidad y el incremento de perfiles de kitesurfistas es probable que crezca debido a su reconocimiento en un número creciente de eventos internacionales, incluyendo:

- 2018 Youth Olympic Games (Buenos Aires)
- 2018 Central American & Caribbean Games (Barranquilla)
- 2019 Pan Am Games (Lima)
- 2020 Possible inclusion in Olympic Game (Tokyo)

Un número creciente de destinos están capitalizando el crecimiento en popularidad en el kitesurf, y están organizando eventos que aumentan su perfil y atraen a estos valiosos visitantes. Un buen ejemplo es Kitemanera en Bonaire que se celebra el último fin de semana de mayo. Atrae la participación de muchos practicantes de kitesurf y combina la diversión con la conservación ofreciendo competencias de cometas, carreras de disfraces, una carrera de larga distancia y donando una parte de la cuota de entrada a la Coral Restoration Foundation Bonaire.

“Es lo más divertido que cada uno tendrá que mantener nuestros océanos sanos y hermosos”

www.kitemanera.com

4.2 Apoyo a la Conservación

El kite surf es un deporte de agua accionado por el viento que no requiere combustible, no causa daños medioambientales conocidos y si las quillas en las tablas están restringidas a 20 cm, no dañará los arrecifes de coral.

El festival de Kitemanera en Bonaire destaca la estrecha relación entre los kitesurfers y la conservación del medio ambiente que les permite disfrutar de su deporte.

4.3 Oportunidades Comunitarias

Desarrollar la industria del kitesurf en San Andrés también crearía oportunidades para que los jóvenes locales puedan:

- Participar e involucrarse en un deporte extremo que requiere aptitud física, autodisciplina generando un alto valor social a nivel local e internacional
- Participar en oportunidades empresariales en la isla
- Generar ingresos
- Desarrollar el orgullo en su entorno local y respetar el valor ecológico y financiero de proteger el arrecife y la biosfera.

4.4 Oportunidades de desarrollo

Un número cada vez mayor de destinos se benefician económicamente de desarrollar su oferta de kite surfing que atrae audiencias nuevas y valiosas. Dos ejemplos son:

Cabaret, República Dominicana

Cabarete es una ciudad turística en la costa norte de la República Dominicana. La Bahía de Cabarete está protegida por un arrecife de coral y las aguas tranquilas, combinadas con condiciones de viento perfectas para este deporte en las playas, lo convierten en un centro de deportes acuáticos. La ciudad está dominada por el turismo, que ha crecido en los últimos 10 años debido al desarrollo de kitesurf y windsurf, y la ciudad se ha convertido en una de las mecas de kitesurf a nivel mundial.

Jericoacoara, Brasil

Jericoacoara está ubicada en una zona protegida desde el 2002. El Parque Nacional de Jericoacoara tiene una superficie de 6850.00 hectáreas e incluye las playas de Jericoacoara y Prea. En los últimos años windsurf y kite surf han hecho de estas playas algunas de las más visitadas en Brasil por el viento y los deportes acuáticos. El crecimiento del mercado de kite surf ha apoyado el desarrollo de una amplia gama de

pequeñas empresas que ofrecen alojamiento y otras instalaciones y servicios para estos visitantes.

Estos ejemplos ilustran cómo un destino como San Andrés podría usar el viento y los deportes acuáticos para atraer a visitantes internacionales y apoyar a los negocios locales.

5. DESARROLLO DEL KITE SURFING EN SAN ANDRES

5.1 Excelentes Condiciones Naturales

San Andrés tiene condiciones ideales para este deporte acuático extremo con aguas planas y un viento constante (especialmente de diciembre a abril) con dos largas extensiones de playa, una adecuada para principiantes y otra para kite surfistas más experimentados.



5.2 Oferta actual de Kite Surf en San Andrés

En la actualidad hay dos operadores de kitesurf en San Andrés:

Chamey's Nautica: se basa en la costa este y ofrece una amplia gama de actividades de viento y agua, incluyendo kite surf. Este negocio es parte del programa emprendedor del estudio como se detalla en el Informe Empresarial de la Sección 2.

Durante la temporada alta, el alquiler de kitesurfing y las clases también se ofrecen en la playa del norte de la ciudad por la empresa San Andres Kitesurf, dirigido por Jordy Timana (conocido como Jordypro) que opera el negocio desde una carpa en la playa.

Ambas operaciones son de pequeña escala, informales y tienen una presencia limitada de mercadeo.

Una búsqueda internacional de Google muestra sólo una escuela de kitesurf (Chamey's Nautica) en San Andrés. La información está muy desactualizada y el negocio no tiene ninguna actividad actual de marketing en línea.

JordyPro tiene una presencia en medios sociales más efectiva (www.jordypro.com) con páginas de Facebook e Instagram, indicando la promoción potencial que se podría lograr.

San Andrés ha organizado un evento de kitesurf en el pasado, el Campeonato de Carreras Sudamericano de 2014, organizado por la Asociación Internacional de Kitesurf (IKA). Las conversaciones con la IKA indican que podrían estar interesados en organizar un evento IKA en San Andrés.

6. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

6.1 Objetivo

Desarrollar el kitesurf en San Andrés con el fin de mejorar la sostenibilidad del sector turístico de San Andrés:

- Aumentar el perfil de la isla en el mercado internacional
- Aumento de la participación de la comunidad local en el sector turístico de San Andrés
- Atraer turistas experimentales de mayor valor
- Aumentar el valor del turismo para la economía local
- Mejorar la conservación del arrecife y otros sitios ambientales
- Apoyar y ampliar el mercado de buceo y otras actividades turísticas náuticas

El concepto descrito en esta sección fue presentado en un taller de validación de las partes interesadas en San Andrés el 7 de junio de 2017. El concepto fue totalmente apoyado por los participantes que se enumeran en el Apéndice.

6.2 El enfoque

Para lograr estos objetivos y para que el kitesurf sea el motor del cambio en el modelo de turismo de San Andrés, se propone un enfoque trifásico que crea beneficios sociales y desarrollo empresarial y mejora la educación en conservación entre los visitantes y las comunidades locales.

6.3 El Producto

El producto propuesto es preparar San Andrés para albergar un festival internacional de kitesurf para permitir a la isla reposicionar el tipo de turismo que ofrece al mercado internacional.

Las actividades iniciales garantizarían que el sector esté plenamente preparado para acoger el festival y beneficiarse de su impacto a largo plazo.

6.4 Fase 1: A corto plazo (Año 1)

La acción inmediata es que FONTUR realice un Estudio de Factibilidad detallado para crear un festival internacional de kite surfing en San Andrés que se estructurará de una manera que cumpla con los objetivos antes mencionados.

De la investigación y la participación de los interesados emprendidos para este estudio, se espera que las recomendaciones iniciales del estudio de factibilidad sean:

A) Establecer un "Grupo Directivo de Turismo Náutico" para supervisar el desarrollo del sector.

Este grupo directivo debería incluir, entre otros, representantes del kitesurf, buceo, excursiones en bote, pesca, empresas de jetski junto con proveedores de alojamiento, operadores turísticos, Coralina, Fontur y la Secretaría de Turismo. Debería dirigirse principalmente al sector privado, con el apoyo de los organismos pertinentes del sector público. Será importante que todas las partes interesadas en el turismo náutico estén involucradas para que las decisiones como la zonificación de playas y aguas se acuerden colectivamente.

B) Creación de Capacidades: Desarrollar Esquema de Kite Surf para Adolescentes de Comunidades Locales

Trabajar con las comunidades locales y los empresarios del kitesurf existentes, como Chamey Nautica y JordyPro, para enseñar a los jóvenes locales a practicar el kitesurf con el fin de que puedan participar en el sector y convertirse en futuros profesores.

Esto es importante tanto para asegurar que el kitesurf esté plenamente arraigado en San Andrés y que los residentes y empresarios locales puedan beneficiarse de su desarrollo.

También será necesario desarrollar la capacidad local suficiente y la experiencia del kitesurfing para permitir que los empresarios actuales del kitesurfing se expandan y así generar nuevos negocios en respuesta al crecimiento en el sector.

Actualmente, Coralina trabaja en colaboración con la comunidad local y empresas locales de buceo para aumentar la capacidad en el sector de buceo y podría asesorar sobre la implementación de este programa de capacitación.

C) Plan de Formación Empresarial

Establecer un Plan de Formación Empresarial como se recomienda en la Sección 2 de este estudio, para asegurar que las empresas locales estén listas para participar plenamente y beneficiarse del desarrollo del sector.

Este programa deberá incorporar a los interesados de todo el sector turístico, incluidos los proveedores de alojamiento, los proveedores de alimentos y bebidas, las organizaciones artesanales, las excursiones de senderismo y paseos, así como otros participantes en el sector del turismo náutico, es decir, operadores de buceo, Pesca deportiva, barcos charter, etc.

D) Obtener Afiliación a la Asociación Internacional de Kiteboarding

La afiliación a la IKA ayudaría a posicionar a San Andrés como un destino de kitesurf internacionalmente reconocido. Las organizaciones también pueden proporcionar apoyo técnico y de marketing.

Chamey Nautica está considerando actualmente la afiliación con el IKA. Si tienen éxito, sería el primer negocio reconocido por IKO en Colombia. Sin embargo, para lograr la certificación de su personal tendrán que ser entrenados y certificados.

Para que San Andrés pueda competir como destino de kitesurf en el mercado internacional es necesario que tenga por lo menos una escuela de kitesurf internacionalmente reconocida que ofrezca clases de alta calidad, esté dirigida profesionalmente y esté bien equipada.

E) Programa de Capacitación en Marketing Digital para Organizaciones de Destino, Empresarios

Las habilidades de marketing digital deben ser mejoradas en cuatro niveles:

- Marketing de destino de San Andrés por Fontur y Secretaría de Turismo
- Marketing sectorial de San Andrés como destino de kitesurf
- Comercialización de las partes interesadas por las empresas locales y las organizaciones pertinentes
- Los residentes locales y las comunidades para compartir sus experiencias de kite surf

Las habilidades técnicas de estas partes interesadas necesitan ser mejoradas, sin embargo, para que sean plenamente efectivas, las actividades de comunicación deben estar respaldadas por una historia y una narrativa del lugar coherente y debe ser compartida por todas las partes interesadas.

6.5 Fase 2: Mediano plazo (años 2-3)

La actividad principal de la Fase 2 será:

- Organización de un festival internacional de kitesurfing que incorpore una amplia gama de interesados locales.

El estudio de factibilidad encargado en la Fase 1 identificará el alcance y el plan de acción detallado para el festival que necesitaría incluir:

I) Enlaces con Operadores Turísticos Internacionales

Establecer vínculos con operadores turísticos internacionales y ofrecer Fam Trip a fin de que estos operadores puedan conectarse con los proveedores locales de alojamiento y actividades para desarrollar paquetes vacacionales alrededor del festival.

En el primer año del festival, los operadores turísticos de gama baja a media, como Sportif (<http://www.sportif.travel>), deben ser seleccionados. En los primeros años del festival el mercado internacional objetivo será Millennials los cuales estarán buscando principalmente opciones de alojamiento rentables.

II) Atraer el Patrocinio

Atraer el patrocinio para el festival de las grandes marcas que apoyan el kitesurf internacional. Esto ayudará a financiar el festival, pero también elevará el perfil para el evento y la isla.

Iii) Establecimiento de un fondo de conservación

Será necesario establecer un Fondo de Conservación de San Andrés en conjunto con Coralina para asegurar que la protección de la biosfera y el ambiente marino y natural permanezcan a la vanguardia de los objetivos del festival y que el festival pueda financiar directamente proyectos de conservación. Esto se ha logrado con éxito en Bonaire a través del festival Kitemanera (<http://www.kitemanera.com>).

6.6 Fase 3: Largo Plazo (Años 4-5)

En la Fase 3 la prioridad será asegurar que San Andrés capitaliza las actividades de capacitación y desarrollo de la Fase 1 y el valor promocional del festival. El enfoque tendrá que estar en la creación de:

I) Un festival anual sostenible que atrae a surfistas internacionales de alto perfil y posiciona a San Andrés como un destino capaz de albergar grandes competencias internacionales.

II) Certificado internacional, la escuela de alta calidad de kitesurf está en funcionamiento para proporcionar a los huéspedes internacionales de alto valor con la matrícula adecuada.

III) Alojamiento de alta calidad (por ejemplo, el Hotel 100% fun en Tarifa, España) que atiende a una mezcla de presupuestos incluyendo el viajero internacional de gama alta.

IV) Enlaces con operadores turísticos internacionales de alto nivel que traen clientes de alto valor que quieren practicar kitesurf pero tienden a ser mayores y quieren viajar con sus familias. Estos clientes pueden ser principiantes, buscando clases de buena calidad, o kitesurfistas experimentados, buscando el próximo destino de moda.

Estos operadores turísticos construirán paquetes que venden alojamientos de alta calidad, visitas guiadas, actividades familiares y viajes. Además de un alojamiento adecuado, se requerirá un manejo de tierra en San Andrés, actividades culturales adicionales y se esperan viajes Familiares que deberán organizarse para visitar San Andrés.

(Por ejemplo, Planeta Viajes (<http://www.planetkitesurfholidays.com>)).

6.7 Recomendación sobre el desarrollo de productos de turismo náutico

El producto turístico náutico que San Andrés podría desarrollar para crear un sector turístico más sostenible es un festival de kite surf que esté cuidadosamente planeado para lograr el máximo beneficio para la economía local, el medio ambiente y la comunidad, apoyado por un plan de formación empresarial.

7. RECOMENDACIONES ADICIONALES

Las cuestiones más amplias que deben abordarse para apoyar plenamente el desarrollo del sector del turismo náutico incluyen la falta de cohesión social y visión unida para la isla, lo que está afectando su capacidad para crear un enfoque bien coordinado hacia el destino y presentar un fuerte mensaje a los inversionistas y visitantes.

Para abordar estas cuestiones, se recomienda que se lleve a cabo una Estrategia. Esto implicaría a las partes interesadas de toda la isla y de todos los sectores a reunirse para identificar una historia compartida de San Andrés, una visión unificada para la isla, de la que todos podrían beneficiarse y usar para promover sus propios negocios.

Esta narrativa o "historia de lugar compartido" sería la base de la estrategia y el desarrollo del sector del turismo para garantizar que todas las decisiones sean adecuadas con la visión general de la isla.

El proceso de participación implicado en la identificación de la narrativa del lugar reuniría a los interesados con una visión común como embajadores de la isla, creando un enfoque más cohesivo de la gestión de los destinos que se ha logrado en el pasado.

PARTE 2: PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA

8. CONTEXTO ACTUAL

8.1 Escenario actual: ¿un paraíso protegido?

Providencia, conocida localmente como el Old Providence, y la isla adyacente de Santa Catalina se encuentran a 90 km al norte de San Andrés. Providencia tiene aproximadamente 7 km de largo y 4 km de ancho, con una sola carretera que rodea la isla. Una pasarela flotante une a Providencia de la isla más pequeña de Santa Catalina, que no tiene acceso para automóviles.

El único acceso para los visitantes a Providencia es desde San Andrés, a 20 minutos de vuelo en un avión de 17 plazas o en un catamarán de 3 horas aproximadamente.

La población Raizal local es protestante afro-caribeña y habla inglés criollo, así como español. La mayoría de la población, de alrededor de 5.000 personas, vive en casas dispersas por la carretera o en Santa Isabel, la capital administrativa. El alojamiento de los visitantes es una pensión de pequeña escala sin grandes hoteles, y en su mayoría se encuentran cerca de la carretera.

Providencia es una isla volcánica, mucho más antigua y ondulada que San Andrés; Con El Pico, el lugar más alto que se eleva a 320 metros. La mayor parte de la isla está cubierta de selva tropical, con palmas de coco a lo largo de sus costas.

Pequeños restaurantes y cafés se encuentran en las playas más grandes, South West Bay, Manzanillo Beach y Fresh Water Bay, cuyo tamaño puede cambiar considerablemente con las mareas. Muchas de las pequeñas playas de arena blanca sólo son accesibles a pie o en barco.

Los bienes naturales de Providencia, en particular su medio marino, están bien protegidos. Es el punto central de la Zona Protegida Marina de la UNESCO, la Reserva de la Biosfera de la Seaflower, que constituye el 10% del Mar Caribe y ha sido un importante Área de Aves y Biodiversidad (IBA) desde 2003. En 1995, el consenso entre la población, de que el desarrollo en Providencia debe ser limitado, condujo a la creación de la reserva del parque nacional McBean Lagoon. La legislación protege a la isla del desarrollo a gran escala y sólo los nativos de la isla están autorizados a poseer propiedad o operar un negocio.

Wikitravel comenta que "Providencia es muy singular en su condición de isla caribeña poco desarrollada e inexplorada".¹

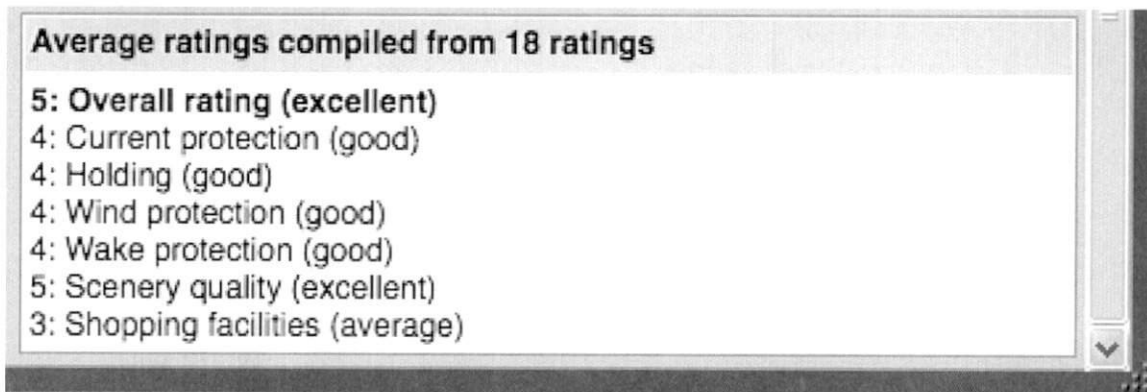
8.2 La experiencia del visitante

Para el visitante, Providencia es una idílica isla caribeña donde el agua cristalina protegida, con excelente visibilidad, ofrece oportunidades increíbles para que los buceadores vean el rico ambiente marino en las aguas poco profundas y para los buzos hay una gran variedad de sitios de buceo acuático con aguas poco profundas y profundas. Además de buceo y snorkeling las principales actividades náuticas de turismo que se ofrecen son paseos en barco por la isla, viajes de pesca artesanales y kayak, en su mayoría en los manglares o hacia Crab Cay.

Crab Cay y el cayo de los Tres Hermanos forman cuatro pequeñas islas que forman parte del Parque Nacional. A los visitantes se les cobra una cuota de entrada al parque y pueden bucear en Crab Cay; El acceso no está permitido a las otras islas.

Hay un viento menos constante en Providencia que en San Andrés, sin embargo, hay algunas oportunidades para practicar windsurf, kite surf o veleros pequeños, aunque no están ampliamente disponibles. Un pequeño número de yates internacionales visitan la isla con buenos anclajes reportados. (Ver Figura 1).

Figura 1: Extracto del sitio web de Active Capitan con respecto a la seguridad del anclaje para yates.



¹ <http://wikitravel.org/en/Providencia>

Puntuación promedio obtenida de 18 valoraciones

- 5: Rating en general (excelente)
- 4: Protección actual (buena)
- 4: Participación (buena)
- 4: Protección del viento (buena)
- 4: Protección de la Estela (buena)
- 5: Calidad del escenario (excelente)
- 3: Facilidades de Compra (promedio)

Los visitantes también exploran a pie, o a caballo, y hay subidas hasta el pico y a lo largo de la ruta costera del manglar. Hay una rica vegetación y una gran variedad de aves como una gran colorida vida de pequeños animales.

Además de ofrecer actividades náuticas y un ambiente natural bien conservado, la isla tiene una personalidad local atractiva; Con un ritmo de vida muy relajado, involucrando a la gente local, hablando su inglés criollo y compartiendo sus historias, comida local, música, baile y actividades diarias.

8.3 Mercados de visitantes

En el 2016 habían 32.000 visitantes ingresando a Providencia² De los cuales casi el 80% eran de Colombia y el 20% eran internacionales. Los visitantes nacionales tienden a visitar durante la temporada alta: Pascua, junio y julio, diciembre y enero, mientras que los viajes realizados por los visitantes internacionales se distribuyen más uniformemente a lo largo del año.

Aunque la mayoría de los visitantes internacionales provienen de Brasil y Argentina, Providencia también está atrayendo visitantes de América del Norte y una amplia variedad de Países europeos incluyendo Francia, España, Italia, Reino Unido, Suecia, Alemania y los Países Bajos.

Los datos sobre el perfil de los turistas es limitado, sin embargo las encuestas de visitantes realizadas por la oficina del Secretario de Turismo y la consulta con las empresas de turismo indican que los visitantes nacionales vienen principalmente para

² Source: OCCRE – Local Government January 2017

vacaciones muy cortas de 2-3 días. Los visitantes internacionales vienen por más tiempo, permaneciendo durante unos cinco días o más. La gente que viene a tomar un curso de buceo por lo general se queda una semana, y algunos se quedan para realizar cursos más avanzados.

Providencia está atrayendo visitantes de una variedad más amplia de mercados internacionales fuera de América del Sur que San Andrés; ¿Qué es lo que buscan estos visitantes internacionales que permanecen más tiempo?

Cada vez más viajeros internacionales, especialmente aquellos que viajan de forma independiente, están buscando destinos que les ofrezcan experiencias atractivas. Ellos quieren involucrarse en lo que es especial en Providencia: su excepcional mundo marino, su gente local y el lento ritmo de vida, la cultura local y la comida. Ellos se preocupan por el medio ambiente y quieren visitar un lugar que también se preocupe por lo mismo. Pueden tener un interés especial, en el buceo, la observación de aves o la navegación, o pueden utilizar sus vacaciones para aprender una nueva habilidad.

Los segmentos de mercado que buscan este tipo de experiencias tienden a ser "millennials", de 25-40 años de edad que viajan como parejas y con amigos, y los "nidos vacíos" por lo general 55 años o más, cuyos hijos han salido de casa y que tienen Tanto tiempo como dinero.

8.4 Principales cuestiones

Infraestructura y Servicios Públicos

Todo desarrollo propuesto en el sector turístico de Providencia, incluido el turismo náutico, debe tener en cuenta los problemas actuales que enfrenta la isla para asegurar que cualquier desarrollo futuro no menoscabe el atractivo de la isla y que agregue valor a la calidad de vida de la comunidad local.

Tanto los administradores como las comunidades están preocupados de la capacidad de la infraestructura y los servicios públicos para hacer frente a un número significativo de visitantes adicionales. Durante las consultas para este estudio, se plantearon cuestiones de calidad del agua, gestión de desechos y servicios de salud, y la falta de control de inmigración.

Gestión de residuos

La gestión de residuos es un problema significativo en cualquier isla pequeña y Providencia no es una excepción. Para abordar algunas de las cuestiones, se ha

establecido un programa de reciclaje con la gente local capacitados para crear esculturas, mesas y taburetes de neumáticos viejos. Estas esculturas, junto con la señalización personalizada e inusuales buses esculpidos, añaden carácter a los espacios públicos.

También hay una meta entre la administración local de Sta. Catalina para ser la primera isla totalmente verde en el Caribe con paneles solares para alimentar de luz a los espacios públicos y utilizar el aire acondicionado en sus posadas.

Servicios de salud

Aunque hay un hospital en la isla, hay una grave escasez de médicos y ambulancias. Aparte del impacto que esto tiene en la población local, la provisión de servicios de salud en un destino es un factor importante para muchos visitantes, especialmente mayores. También es una preocupación para los buceadores, ya que la falta de personal médico adecuadamente capacitado significa que la cámara de descompresión en la isla es poco probable que sea eficaz, si es necesaria a corto aviso.

Acceso

El avión pequeño, el número limitado de vuelos y el alto precio de los tiquetes (alrededor de COP \$ 472.000 IDA Y VUELTA) restringe el número de personas que pueden visitar la isla.

La longitud y condición del fúgitivo en el Aeropuerto El Embrujo limita el tamaño de los aviones que pueden aterrizar y hay planes para mejorar y extender la pista para hacerla accesible a aviones más grandes. Esto ha causado un considerable debate local sobre la necesidad de la expansión y los impactos potenciales que tendría.

Cualquiera que sea el resultado de las propuestas de ampliación del aeropuerto, será importante que cualquier aumento en el número de visitantes esté bien orientado y cuidadosamente gestionado de modo que no afecte negativamente el atractivo de la isla a su mercado objetivo.

Conectividad

El acceso a banda ancha en la isla es muy limitado con sólo uno o dos lugares donde es rápido y libremente disponible para las comunidades locales y los visitantes. Esta es una restricción significativa para las empresas turísticas locales que necesitan una presencia en línea efectiva para llegar a sus clientes. Un destino que ofrece una "desintoxicación digital" puede resultar atractivo para algunos visitantes, sin embargo, muchos de ellos, especialmente los Millennials, esperan un fácil acceso a la banda ancha y cuando esté

disponible compartir sus experiencias en las redes sociales, lo que ayuda a elevar el perfil de la isla.

Formación

El nivel de educación a nivel local se considera pobre con una disponibilidad limitada de formación y educación comunitaria. Una escasez de habilidades en la isla hace que aumente el número de personas traídas desde fuera, lo que reduce las oportunidades de empleo local.

Estacionalidad

Sin embargo, los datos de ocupación regular no se recogen, informalmente las empresas informan de altas tasas de ocupación durante la temporada alta, con capacidad en otros meses (principalmente febrero, marzo y agosto a noviembre). Los datos de ocupación son recolectados por ASHOTEL y CITUR. Se reporta informalmente alta ocupación por parte de algunos negocios durante todo el año

La alta proporción de visitantes nacionales y la concentración de sus visitas durante los meses pico, hacen que sea necesario atraer a más visitantes internacionales durante los meses más tranquilos.

Para tener una sólida comprensión de las cuestiones de capacidad en la isla y poder orientar las actividades de desarrollo de productos, marketing y gestión en consecuencia, los datos de ocupación mensual tendrían que ser recolectados. Se recolecta la información por parte de Mincit (no conocemos el método), sin embargo se considera que podría ser más eficientemente si se hace a través de la OCCRE, siempre y cuando los nombres estén estandarizados o estén acorde al RNT

Pérdida de identidad

Providencia ha logrado mantener un fuerte sentido de identidad y para el visitante la cultura Raizal local es una parte intrínseca de cualquier visita. La importancia de esta etnografía en la atracción de visitantes internacionales a la isla es evidente en las guías, los medios de comunicación y las revisiones de las redes sociales. El desarrollo que socava esta individualidad puede, con el tiempo, empezar a reducir el atractivo de Providencia a los visitantes internacionales de mayor valor que pretende atraer.

Variedad de productos

Las principales actividades que se ofrecen a los turistas son paseos en barco, buceo, snorkeling, y en menor proporción, kayak, pesca, equitación y senderismo.

Estas actividades pueden ser suficientes para la mayoría de los visitantes nacionales que sólo se quedan para un breve descanso. Sin embargo, para aumentar el número de personas locales que participan en el sector del turismo y para animar a los visitantes a permanecer por más tiempo se debe desarrollar una gama más amplia de actividades.

8.5 La Visión

En el taller de las partes interesadas, realizado como parte de este estudio, hubo consenso en que la visión para Providencia y Santa Catalina es:

"Por un turismo que respete la naturaleza, la cultura y su comunidad; La conservación de la etnia y el idioma de la isla, su ecología y la sostenibilidad de su oferta energética, con control local y una alta calidad de vida".

Esta visión para el futuro del turismo en Providencia encaja con la demanda de visitantes internacionales para el turismo experiencial en destinos que han logrado conservar su propio carácter y sentido de lugar.

El resto de este informe estudia las opciones para desarrollar un producto de turismo náutico que pueda apoyar esta visión respetando el entorno natural, celebrando la cultura local y mejorando la calidad de vida de la comunidad local.

9. ANÁLISIS DE DESTINO

Las consultas de las partes interesadas, combinadas con la investigación documental y el aporte del taller realizado en Providencia el 16 de mayo de 2017, identificaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del turismo en Providencia y opciones para desarrollar un producto turístico náutico adicional.

Fortalezas	Debilidades
<p>Ambiente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biosfera de la UNESCO • Naturaleza conservada y arrecifes • Biodiversidad - gran número de especies • Aves - IBA desde 2003 (Área Importante de Aves y Biodiversidad) <p>Cultura conservada</p> <ul style="list-style-type: none"> • Territorio etnográfico • Arquitectura • Gastronomía • Idioma • Música <p>Historia interesante</p> <ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio Cultural que data de 1629 con religión y lenguaje propios. • Descendientes de puritanos y esclavitud africana 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso limitado por vía aérea y marítima • Estacionalidad; Cómo atraer visitantes experimentados fuera de temporada • Duración de la estadía - cómo mantener a los visitantes por más tiempo para que participen en más actividades • Gama limitada de actividades • Falta de oferta de alojamiento de alta calidad • Falta de coordinación coordinada y efectiva de marketing de destino

<p>Oferta de alojamiento personal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alta proporción de Posada Nativos • Pequeña escala, no grandes desarrollos <p>Experiencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desconectarse de la vida estresante • Tranquilidad, paz, silencio • Amabilidad, tratar bien a las personas • Lento ritmo de vida • Música local y baile • Comida y bebida local • Gran narración de cuentos • Característico "dominio público", por ejemplo, señalización, paradas de autobús <p>Productos existentes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buceo, buceo, kayak, pesca • Senderismo, observación de aves (aves migratorias) • Equitación • Yate <p>Gestión de destinos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buen modelo de sostenibilidad • Planificación del desarrollo bien gestionado <p>+ La gente está orgullosa de su isla</p>	
<p>Oportunidades</p>	<p>Amenazas</p>
<p>Modelo internacionalmente reconocido para</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conservación • Turismo comunitario • Sostenibilidad • Buceo profundo de alta calidad <p>Tendencias Internacionales y Mercados de Crecimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viajes Experienciales • Visitantes que buscan lo que es "especial" para Providencia y Santa Catalina <p>Segmentos buscando experiencias "locales":</p> <ul style="list-style-type: none"> • Backpackers - bajo gasto diario, pero permanecer más tiempo y gastar localmente • Millennials - menos atraídos por la riqueza material que sus padres • Nidos vacíos: 50+ niños han salido de casa, tienen tiempo y dinero. Bien viajado, quiero algo nuevo <p>Mercados de interés especial:</p> <p>Buzos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminantes • Observadores de aves • Yates <p>Productos Potenciales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stand Up Paddleboarding (SUP) • Yoga 	<p>Infraestructura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente para hacer frente a visitantes adicionales • Gestión de residuos incluyendo aguas residuales • Pobre calidad del agua potable • Mal estado de la pista del aeropuerto • Baja conectividad de banda ancha <p>Salud y seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infecciones transmitidas por mosquitos • Pobres servicios de salud • Cámara de descompresión ineficaz sin personal médico capacitado <p>Pérdida de Identidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de perder la individualidad y el carácter local • Despersonalización de casas de huéspedes • Desarrollo inapropiado <p>Mala gestión de destinos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atraer visitantes que no respetan la isla, su frágil entorno y cultura • Permitir que el desarrollo se ajuste a la marca • Subestimar la cultura local <p>Falta de habilidades locales</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Vive a bordo de viajes de buceo / kite surf • Cursos de fotografía subacuática y tours • Formación de escuela de buceo para estudiantes y visitantes locales • Cocinas criollas y viajes artesanales de pesca • Puerto deportivo • Eventos / festivales fuera de temporada • Barco a motor carreras / viajes • Paquete snorkelling vacaciones y posadas nativas • Vela de Sunfish (lúgubre) • Windsurf 	<ul style="list-style-type: none"> • Limita la participación local en el sector turístico
---	--

El análisis DOFA destaca el alcance de las fortalezas y oportunidades de Providencia, así como las debilidades que necesita abordar y las amenazas potenciales para el desarrollo futuro. El desafío será encontrar más productos turísticos náuticos y culturales que cumplan con la visión del futuro de la isla, atraer a una mayor proporción de visitantes internacionales de alto valor y animarlos a permanecer más tiempo, asegurando que cualquier desarrollo agrega valor a la comunidad y que Providencia No se convierta en una copia de cualquier otra isla caribeña.

En las siguientes secciones se examinan las posibles opciones para crear un nuevo producto de turismo náutico que cumpla estos objetivos y ayude a lograr la visión.

10. USP de PROVIDENCIA

10.1 Percepción Internacional de Providencia

La forma en que un destino está escrito en las guías internacionales, revisado en los periódicos principales y por sus visitantes es un buen indicador de cómo se percibe el destino en comparación con otros destinos internacionales.

Las reseñas de periódicos internacionales, guías y Trip Advisor destacan lo que se ve como la calidad especial de Providencia, su punto de venta único, lo que lo diferencia de otros lugares.

El entorno marino bien conservado de la isla y su atractiva topografía son claramente muy importantes para hacer que sea un lugar atractivo para visitar, sin embargo añadido a esto es el pueblo, sus tradiciones y el ritmo de vida que se refieren regularmente al describir Providencia como "idílico" O como "paraíso".

La palabra "idílico" es a menudo sobreutilizada, pero en Providencia las playas viven a la altura del bombo...

.. La comida viene servida con generosas ayudas de buen humor. La vida se desarrolla a un ritmo pausado. Amistosas sonrisas conducen a conversaciones sin prisas. El tiempo es un detalle poco importante en esta verdadera escapada de todo lugar - un lugar donde es imposible no relajarse.

Colombia, Bradt Guide (2015 Edition)

El idilio insular de Colombia

Una extraña mezcla de América del Sur y el Caribe, la pequeña isla colombiana de Providencia disfruta de un ritmo de vida que hace que Antigua y Barbados parezcan frenéticas

Providencia - que se encuentra junto a San Andrés y es una tercera más pequeña - es otra cosa ... La falta de un aeropuerto adecuado mantiene la isla pequeña y sin paquetes turísticos. También es culturalmente independiente: el inglés criollo sigue siendo el idioma dominante (los lugareños la llaman la isla de la vieja Providencia).. la población - y el gobierno local - es negra y de ascendencia africana.

... Providencia era todo sobre el ritmo. Realmente no recuerdo la última vez que me desconecté a tal grado. Imagine un lugar sin recepción móvil, no hay café internet aparte de en la zona urbana principal, no hay tiendas, sin cadenas de ningún tipo, sin chefs, sin televisores en las habitaciones. Menos es más, nada es todo.

Chris Moss, Sección de viajes de The Guardian - periódico nacional del Reino Unido

10.2 La marca Old Providence

La conservación de los bienes naturales y culturales de Providencia le ha dado una poderosa "marca" que tiene potencial para traer más beneficios a la economía local y las comunidades.

Es una diferenciación que muchos destinos buscan, especialmente en el Caribe, donde la mayoría de las islas están tratando de posicionarse como algo más que destinos de sol, arena y mar.

Sin embargo, las condiciones que constituyen esta "marca" y que diferencian Providencia son frágiles y los elementos que conforman su singularidad deben ser plenamente

comprendidos y reconocidos por todos los involucrados en la gestión de la isla para asegurarse de que no sean dañados o socavados.

Providencia, es una isla maravillosamente remota y tradicional del Caribe con un paisaje impresionante, playas de arena dorada magníficas, los habitantes de ...
... los viajeros terminan quedándose más tiempo de lo que esperaban, pasando su tiempo buceando, caminando o simplemente acostado en una hamaca con un Club Colombia ..
... sus tradiciones y costumbres están más o menos intactas. Usted todavía oirá el criollo inglés local hablado por toda la isla ...
... Todo esto, combinado con la magnífica topografía de pie sobre franjas de mar azul turquesa dar Providencia no pequeña pretensión de ser el paraíso.

Lonely Planet, Colombia (2015 Edition)

Lo mejor de la isla, me parece, es la paz y la libertad que se siente estar aquí. Es muy auténtico y todavía conserva el espíritu tradicional de los nativos. "

Trip Advisor review

11. OPCIONES DE DESARROLLO PARA EL TURISMO NAUTICO

11.1 Oferta actual de turismo náutico

En la Sección 2 de este proyecto, el Análisis del Informe de Demanda y Abastecimiento, se identificaron 4 empresas de turismo náutico en Providencia.

También hay excursiones en barco locales y viajes de pesca alrededor de la isla, aunque estos son en su mayoría organizados informalmente y las empresas no pueden ser registrados. Jetskis y flyboarding no están permitidos. Hay algunos amarres de barco en Santa Isabel y hay discusión sobre los planes futuros para un pequeño puerto deportivo.

Al igual que en San Andrés, el buceo es considerado como el principal impulsor de la cadena de valor del turismo náutico.

11.2 Posibles opciones para el desarrollo

El objetivo del desarrollo del turismo náutico en Providencia es atraer visitantes internacionales de alto valor a visitar durante la temporada baja; Visitantes atraídos por la cultura distintiva de Providencia y la oferta turística náutica.

Los productos turísticos náuticos que se han considerado para el desarrollo futuro en Providencia son el buceo, el stand-up paddle-boarding, las carreras de catboats y el embalaje de una colección de productos náuticos y culturales para sumergir a los visitantes en una "escuela viva de la vida local".

11.3 Buceo

El buceo es un atractivo principal del turismo náutico en Providencia y atrae a visitantes de la estancia larga por 7 días o más. Los nuevos buceadores tienden a pasar 5 días tomando su curso PADI Open Water y durante ese tiempo usualmente participan en otras actividades en la isla; Algunos deciden extender su estancia y tomar un segundo curso.

El buceo ya está bien establecido en Providencia y actualmente hay suficiente capacidad de buceo para satisfacer la demanda.

Si hubiera un aumento significativo en la demanda, se podrían desarrollar productos de mayor valor como cursos de fotografía submarina y tours, y barcos de buceo tipo "liveabroad" podría llevar a los buceadores en viajes de dos o tres días a nuevos

sitios. Sin embargo, invertir en liveboards requeriría suficiente confianza en el crecimiento del mercado de buceo.

Para apoyar las oportunidades que el sector de buceo podría ofrecer la inversión en las instalaciones de buceo serían necesarias, incluyendo la provisión del oxígeno y la atención médica apropiada para apoyar el uso de la cámara de descompresión que está situada en el hospital.

11.4 Stand-Up Paddle-boarding (SUP)

El agua tranquila de Providencia, sobre todo en la costa oeste, se presta a la participación en Stand-up Paddle-boarding (SUP). Este deporte emergente mundial está creciendo rápidamente y es altamente accesible, atrayendo a una amplia base de entusiastas de adictos a la adrenalina y de deportes extremos de todas las edades que desean "intentarlo".

Las variaciones del deporte incluyen remo de agua plana, que es en gran parte recreacional, compitiendo en los lagos, los ríos y los canales, practicando surf en olas del océano y remando en rápidos del río. Yoga y pesca también se practican en un paddleboard. Hoy en día, las competencias de SUP son comunes y hay una serie de campeonatos de clase mundial como la Serie Mundial Standup que ha sido rebautizada como la APP World Tour en el 2017.

El potencial para desarrollar SUP combinado con el yoga está siendo explorado por los hermanos Huffington y se detalla en la Sección 2 del Informe Empresarial.

11.5 Carreras de Cat Boats

En Providencia una de las actividades culturales más reconocidas en el mar es la construcción y el uso de "Cat Boats". Se trata de barcos de madera, tripulados por 8 personas.

Hay una larga tradición de construcción de CatBoats en Providencia y hasta hace poco tiempo hubo regatas regulares en Providencia. Estas carreras fueron tradicionalmente celebradas durante el festival cultural en junio, pero ahora esto ha terminado, la artesanía necesaria para construir los Barco está en peligro de morir.

Hay un potencial para un operador turístico local de empaquetar y comercializar tours a nichos de mercado, marineros de alto valor. Esta audiencia visitaría a Providencia por

una o dos semanas, se uniría a tripulaciones de CatBoats locales para viajes de "entrenamiento" y luego participarían en una carrera local.

Este concepto se adapta bien a la necesidad de atraer visitantes internacionales durante la temporada baja, ya que la mejor época del año para las carreras de CatBoats es de agosto a noviembre, cuando hay más viento. El mercado de marineros es insensible a los precios y busca retos interesantes en nuevos destinos. Además de las carreras, es probable que lleven a cabo otras actividades, incluyendo el buceo, mientras están en Providencia. Además, se trata de una audiencia con una cantidad considerable de ingresos disponibles que potencialmente podría reaccionar bien a las oportunidades de gasto que les daría más acceso a la navegación auténtica y las actividades de bote.

Estos viajes en CatBoats podrían crear un producto de alto valor que envuelva a visitantes y a la comunidad local que entrena y que compite en conjunto. Las carreras serían eventos únicos que se basan en la diferenciación existente de Providencia en el mercado y ayudaría a posicionarlo como un destino distintivo que valora sus tradiciones locales y crea oportunidades para que los jóvenes se enorgullezcan y aprendan habilidades tradicionales.

Al dirigirse a esta comunidad de vela, que tiene altas expectativas, también se impulsaría la provisión de alojamiento y restaurantes de buena calidad y crearía oportunidades para ofrecer servicios y actividades adicionales.

11.6 Itinerarios Náuticos y Culturales – “Escuela viva de la vida local”

Se podría desarrollar una gira "oral" coordinada que combine los recursos marinos y culturales de Providencia, involucrando a las comunidades locales que comparten sus habilidades radicionales. El rango de actividades diurnas y nocturnas que podrían incluirse se enumeran a continuación.

Día	Noche
<ul style="list-style-type: none"> • • Viaje de pesca artesanal • • un viaje en Cat Boats • • Buceo con guía • • Gastronomía, por ejemplo, cocinar pescado que ha sido capturado • • Senderismo - hasta Peak y otras rutas • • Observación de aves 	<ul style="list-style-type: none"> • • Visitas a restaurantes que sirven productos locales • • Bares con música local y baile
Compras	
<ul style="list-style-type: none"> • • Modelos de CatBoats • • Productos reciclados, por ejemplo, esculturas y macetas 	

La creación de una amplia gama de productos basados en lo único de la isla, sus habitantes y sus tradiciones, así como su entorno natural, podría ser dirigido a "visitantes experimentados" que respetan los objetivos de conservación de la isla y sean atraídos por la vida local. Estas actividades podrían involucrar y beneficiar a una amplia gama de personas de la comunidad local que actuarían como anfitriones y guías, compartiendo sus historias con los visitantes.

La prestación eficaz de este concepto requeriría un enfoque bien coordinado para gestionar el turismo en la isla. Habría que establecer un consorcio de asociaciones y negocios que incluya a las partes interesadas clave del sector público y privado. Potencialmente, este grupo podría basarse en la red existente de Geo-turismo para administrar y promover el concepto y el sitio web existente www.caribbeancolombia.com podría ser utilizado para promover estos productos si se desarrolló y promovió adecuadamente.

11.7 Recomendación para el desarrollo de productos

A corto plazo, la recomendación de este estudio es desarrollar carreras de CatBoats en Providencia como la opción más viable para desarrollar un nuevo producto de turismo náutico que tiene el potencial para regenerar una tradición cultural local de larga duración y atraer al turismo internacional de alto valor, durante la temporada baja.

A más largo plazo, una vez que haya una gestión adecuada del turismo, se podría establecer una "escuela viva de la vida local".

Las siguientes secciones del informe se centran en cómo una carrera de CatBoats se podría establecer en Providencia.

12. CONCEPTO DEL PRODUCTO: BOATRACING TRADICIONAL

12.1 Demanda del mercado

Visitantes Experienciales Internacionales

Los viajeros internacionales buscan cada vez más destinos que les puedan ofrecer experiencias auténticas. Estos visitantes son bien educados, bien viajados y están buscando algo nuevo y diferente, una experiencia que encuentran enriquecedora y que pueden contar a sus amigos y familiares y compartir en las redes sociales.

Los segmentos de mercado que están particularmente interesados en este tipo de turismo son los de 25-40 años de edad, los Millennials, y los 55 más grupo de edad que todavía están sanos y activos. Este segmento tiene tiempo y dinero y está preparado para pagar por experiencias que ellos sienten que no pueden obtener en otros lugares.

La participación en el proyecto de las carreras CatBoats no requeriría un alto volumen de visitantes y sería dirigida a un segmento muy específico de nicho de alto valor de los visitantes internacionales del mercado de vela.

Turismo en Yate

Aunque el yate es un nicho de mercado, es un negocio global significativo y Estados Unidos y Europa son los dos principales mercados.

En los EE.UU. la participación en la navegación ha ido creciendo en los últimos años y hay un mercado principal de más de un millón de personas que participan en la navegación más de ocho veces al año. En Europa se estima que hay 17 millones de participantes en todo el continente, siendo los principales mercados Francia, Alemania, Suecia, Reino Unido y Dinamarca.

Navegar tiende a ser una búsqueda costosa para los turistas de vela que son típicamente afluentes con un alto ingreso disponible. Cuanto más difícil y remoto sea el destino, más costoso será el viaje y más adinerado será el participante.

Los marineros masculinos dominan el mercado del yate de marineros expertos, aunque la participación femenina está aumentando. En general, el grupo de más de 55 años es más probable que navega (64%), con una gran proporción de jubilados o se acerca a la jubilación. Este segmento está creciendo, afluente y rico en tiempo. Sin embargo, la participación del grupo de edad de 45 a 54 años también está creciendo y representa más de un cuarto (26%) del mercado.

Para el mercado de América del Norte, el Caribe es el destino de navegación más popular y ha habido un crecimiento constante en el número de vacaciones de navegación tomadas en la región en los últimos cinco años.

Como destino, el Caribe se beneficia del clima tropical y subtropical todo el año, con su período de navegación más activo de diciembre a mayo de cada año. Oficialmente, la temporada de huracanes se extiende entre junio y noviembre, basada en cuándo las tormentas tropicales que podrían convertirse en huracanes, son más probables. Sin embargo, la mayoría de los marineros experimentados coinciden en que junio y julio son

buenos meses para la navegación y los huracanes son más probables que ocurran entre mediados de agosto y mediados de octubre.

Providencia tiene la ventaja significativa de que no está en la zona de huracanes, que comienza más al norte. En consecuencia, los vientos son mejores entre agosto y noviembre durante una temporada en que la navegación está restringida en otras partes del Caribe.

12.2 Beneficios Ambientales, Culturales y Sociales

Los CatBoats son accionados por el viento y no utilizan combustible; Se hacen en la isla usando madera local, por lo tanto la mayoría de los materiales para su construcción no tendrían que ser importados, aunque valdría la pena considerar un programa de replantación de árboles para crear un suministro sostenible de madera.

El diseño y construcción de los CatBoats en Providencia es una habilidad tradicional que se ha desarrollado a lo largo de siglos. En los últimos años la construcción de estos barcos tradicionales ha disminuido y existe el peligro de que esta habilidad local se pierda y no se transmita a las generaciones futuras.

El establecimiento regular de los CatBoats, apoyado por el mercado internacional de visitantes, crearía la necesidad de desarrollar estas habilidades, generando oportunidades de empleo para la población local para construir y reparar estos barcos tradicionales.

La creación de un nicho, pero de alto perfil de carreras de CatBoats mantendría una tradición deportiva local, y le daría a la comunidad un orgullo y confianza en el valor de sus tradiciones por verlos respetados y en la demanda por el público internacional.

12.3 Beneficios económicos

Las carreras regulares de CatBoats requieren al menos ocho Barcos para ser construidos y bien mantenidos durante todo el año. La construcción y mantenimiento de estas embarcaciones estimularía la cadena de suministro de los materiales necesarios y generaría oportunidades de empleo para su diseño, construcción y mantenimiento.

También crearía la oportunidad para que la gente local ofrezca a los visitantes la experiencia de navegar en un CatBoat a través del año.

Comercializar estas carreras, y ofrecer a los visitantes la oportunidad de competir con equipos locales, atraería a visitantes internacionales de alto nivel que requerirían

instalaciones, servicios y actividades adicionales durante su estancia. Esto generaría nuevas oportunidades para que la población local se involucrara en la cadena de suministro de turismo y apoyaría a las empresas de turismo existentes.

12.4 Casos de estudio

Carreras de Barcos en Anguila

Aunque es cinco veces más grande que Providencia, la relativamente pequeña isla caribeña de Anguilla (91km cuadrados) es un buen ejemplo de destino turístico que ha utilizado una tradición caribeña para crear un destino turístico sustentable y respetuoso con el medio ambiente que apoye a la población local Como el mantenimiento de su patrimonio cultural.

Las tradicionales carreras de barcos en goletas, que no son diferentes a los CatBoats de Providencia, se han convertido en una de las atracciones de la isla junto a sus impresionantes playas.

Importancia Cultural:

- Las carreras de barcos son el deporte nacional de Anguila y una gran parte de su patrimonio cultural

- Es un deporte eólico que es sostenible y no utiliza combustible

Beneficios económicos

- Las carreras de barcos han creado la oportunidad de desarrollar un evento que rodea al deporte. Por lo tanto, el evento de Anguila en la raza de barcos apoya aún más a las empresas locales.
- Atrae a los consumidores de yates de alto valor
- Atrae a los espectadores (corredores de tierra) que utilizan servicios locales

13. DESCRIPCION DEL PRODUCT: CARRERAS DE CATBOATS EN PROVIDENCIA

13.1 Paquetes de la experiencia de CatBoats

VIAJE DE SIETE A DIEZ DÍAS A PROVIDENCIA PARA CORRER CON LA COMUNIDAD LOCAL COMO TRIPULANTE DE UN CATBOAT.

Conoce a tu equipo de la comunidad local y entrena con ellos dos o tres veces (dependiendo de las condiciones de navegación adecuadas) antes de unirse a su equipo para competir contra los otros siete CatBoats - y sus compañeros de navegación!

Celebre con una barbacoa de playa después de la carrera y una cena local de mariscos con sus tripulantes, seguido de una noche de música local. Lleve a casa su propio modelo de CatBoat como un recuerdo.

Las carreras tienen lugar dos veces al mes de agosto a noviembre con un tour especial en el festival disponible en junio.

Actividades adicionales disponibles incluyen buceo y snorkeling, paseo en kayak de mangle, pesca y viajes artesanales de pesca, stand-up paddleboarding y yoga, carreras de caballos en la playa, caminatas en la selva y viajes de avistamiento de aves.

El alojamiento se ofrece en una gama de pequeñas posadas nativas auténticas casas de huéspedes o un hotel boutique.

13.2 El Objetivo

El objetivo es crear una actividad y un evento de nicho que:

- Tenga una escala de turismo adecuada para la oferta turística de Providencia
- Crear oportunidades para que los visitantes se involucren con la gente local, participando en un deporte tradicional y aprendiendo habilidades locales, asegurando que sea una experiencia participativa y no voyeurista
- Se orienta hacia la comunidad internacional de yates

- Atraiga visitantes adicionales de agosto a noviembre para tratar temas de estacionalidad
- Impulsar la calidad del alojamiento y otros servicios e instalaciones debido a las altas expectativas del mercado objetivo
- Fomentar el respeto por las tradiciones locales entre la administración local, las comunidades y los mercados nacionales e internacionales de visitantes
- Generar clientes de buceo adicionales, ya que los yates tienen cierta propensión a participar en otros deportes acuáticos
- Genera la demanda de una economía nocturna basada en la comida, bebida, música y baile local
- Crear la disponibilidad de CatBoats tours para otros visitantes
- Crea oportunidades de trabajo para la gente local basadas en habilidades tradicionales
- Aumentar el potencial de venta al por menor de productos locales como el modelo de CatBoats como souvenirs y para otros productos locales como las esculturas de vasijas recicladas.
- Aumentar el perfil de Providencia a través de la cobertura de marketing social y de medios sociales de un evento único.

13.3 El producto

Ocho o más CatBoats, cada uno representando una comunidad diferente, correría dos veces al mes de agosto a noviembre. Cada equipo de ocho hombres incluiría uno o dos visitantes internacionales. Los visitantes practicarían dos o tres veces con sus equipos locales durante la semana anterior a la carrera. Después de la carrera se organizarán actividades sociales con las tripulaciones y los visitantes, por ejemplo después de una carrera por la mañana podría haber un almuerzo de barbacoa en la playa y luego cenar y salir por la noche a un lugar de música local. También habrán carreras durante el festival de Providencia en junio.

Se organizarán actividades náuticas y culturales adicionales para los visitantes, junto con cenas en diferentes restaurantes locales.

13.4 Requisitos

Idealmente los CatBoats de carreras necesitan un viento de alrededor de 20 nudos, aunque las carreras se pueden celebrar en vientos más ligeros. Los meses más ventosos son históricamente de agosto a noviembre, lo que corresponde a la temporada baja para el turismo y la temporada de huracanes en otras partes del Caribe.

Por lo menos ocho CatBoats bien mantenidos tendrían que estar disponibles.

Además, establecer un paquete de CatBoats requeriría un alojamiento de buena calidad para satisfacer las necesidades de los visitantes internacionales de gama alta y una gama de actividades de apoyo debería estar disponible.

También sería aconsejable disponer de una buena atención sanitaria para asegurar que cualquier problema de salud que pudieran encontrar los visitantes pudiera ser tratado con servicios médicos eficientes y adecuados.

13.5 Actividad actual de CatBoats

Se entiende que los CatBoat competían con 8 barcos locales como una característica regular del Festival de Junio de Providencia, pero que por el momento esto se ha detenido. La situación actual es incierta y desafortunada. Por lo tanto los barcos no se han mantenido y no se sabe actualmente cuántos barcos están funcionando en la isla. Se requerirá una auditoría de los barcos para establecer el mantenimiento requerido y mirar si es necesario construir nuevos barcos.

13.6 Un enfoque gradual

Para configurar un paquete de CatBoats se espera que los 6 meses serían necesarios para reunir a todos los participantes necesarios y las siguientes actividades tendrían que ser puestas en marcha:

Fase 1: Corto plazo (6 meses)

- Establecer un Grupo de CatBoat Asesores de carreras que representen a los miembros de las comunidades locales, la Secretaría de Turismo, Coralina, el comité de Geoturismo, los operadores turísticos locales, alojamiento y proveedores de actividades
- Discusiones con las comunidades locales para solicitar su acuerdo para participar en las carreras y tener un visitante internacional en su tripulación
- Garantizar la disponibilidad de fondos suficientes
- Auditoría del número y condición actual de CatBoats
- Construcción y mantenimiento de los CatBoats
- Construir modelo de CatBoat para dar a cada visitante/participante
- Decidir qué operadores turísticos coordinarán el paquete
- Ponerse en contacto con los proveedores de alojamiento, proveedores de actividades, restaurantes para establecer qué alojamiento y actividades y estar listos para formar parte del paquete
- Preparar la descripción del paquete con todos los detalles de todas las tripulaciones comunitarias participantes, alojamiento y actividades ofrecidas

- Identificar las comunidades y los mercados de yates a ser dirigidos
- Concepto de prueba en el mercado objetivo para evaluar interés y precio aceptable
- Crear activos digitales para comercializar el paquete, por ejemplo, videos y fotografías de CatBoats, de miembros de la tripulación de la comunidad local dando la bienvenida a potenciales miembros internacionales, Historias de los pueblos locales, cómo diseñan, construyen, usan sus CatBoats, La gama de alojamiento disponible, Otras actividades náuticas y culturales disponibles, Historias de músicos locales, clips de su música y bares locales y lugares de música
- Crear sitio web o mejorar los sitios web de destino existentes
- Preparar una estrategia de marketing con un plan de acción presupuestario.

Fase 2: Medio plazo 2° 6 meses

- Paquetes de mercado para objetivos clave
- Ejecutar las primeras carreras y entregar el paquete

Fase 3: Largo Plazo

- Basado en la popularidad de las carreras, y la fiabilidad del viento, ampliar el número de carreras a una por semana.
- Seguir desarrollando el concepto de "escuela viva de la vida local" y añadir actividades y servicios adicionales al paquete.

13.7 Inversión y financiamiento

La inversión necesaria para instalar las carreras de CatBoats y entregar el paquete como se describe anteriormente es relativamente pequeño y tendría que cubrir:

1. Construcción, renovación de ocho CatBoats
2. Tasas para las tripulaciones: se espera que estén en aproximadamente de US \$ 15 por miembro de la tripulación, es decir, US\$120 por barco por carrera
3. Premio monetario, en promedio de de US \$ 1.000 para cubrir los premios 1, 2 y 3 por carrera
4. Coordinación de marketing y presupuesto

13.8 Riesgos potenciales

Los riesgos potenciales involucrados en el establecimiento de una carrera de CatBoat son limitados y se enumeran a continuación, junto con las acciones que se tomarían para mitigar en contra de ellos.

Nivel de riesgo	potencial de restricción	Acción de mitigación
La imprevisibilidad del viento	Medio	<p>El paquete ha sido diseñado para ser durante la temporada de viento y para durar de 7 a 10 días. Esto permite flexibilidad en la fecha exacta de la carrera, por lo que se pueden elegir las mejores condiciones.</p> <p>El mercado objetivo serán yates que están acostumbrados a la imprevisibilidad del viento y estarán preparados para la flexibilidad de las posibles fechas de carrera</p>
Falta de acuerdo entre la Junta Consultiva del Proyecto	Bajo	El concepto ha sido discutido con las partes interesadas potenciales y la Secretaría de Turismo ya está planeando reinstalar las carreras de CatBoats, y la consulta inicial con la comunidad fue muy favorable
Resistencia de las comunidades locales a participar	Bajo	Representantes de las comunidades locales estarán en la Junta Asesora del Proyecto discutirán el concepto con sus comunidades, explicando las ventajas.
Mercado de falta de interés por objetivo	Bajo	El concepto será probado en los representantes del mercado objetivo para establecer el interés y un punto de precio adecuado. El número limitado de asientos de la tripulación disponibles para los visitantes (alrededor de 50 por año) significa que sólo un pequeño número de ventas son necesarias.
Falta de disponibilidad de asientos en el barco tripulación debido a la demanda excesiva	Alto	Si la demanda supera la oferta, se podrían programar carreras adicionales y aumentar la posición de precios para hacer de la participación una actividad exclusiva

13.9 ¿Quiénes participarían?

Para asegurarse de que los paquetes turísticos de CatBoats para los visitantes internacionales tenga el apoyo total del sector turístico, la administración y las comunidades en Providencia, se recomienda que un Grupo de Asesoramiento de carreras de CatBoats sea establecido y que incluya representantes de:

- Las comunidades locales involucradas en las carreras
- Constructores de CatBoats
- Secretaría de Turismo
- Coralina
- Tour operadores locales y guías
- Proveedores locales de alojamiento y actividades
- Comité de Geotourismo

14. RECOMENDACIONES ADICIONALES

La recomendación de este estudio para desarrollar un producto de turismo náutico que apoye la visión para el futuro de turismo de Providencia es crear un paquete de carreras de CatBoats dirigido a mercados de nicho de visitantes internacionales.

Además, las conclusiones de este estudio respaldan la recomendación de que también se realicen las siguientes actividades:

- Establecer una asociación / junta / red de destino que incorpore representantes de organizaciones relevantes del sector público y privado para guiar el desarrollo a largo plazo del turismo en Providencia
- Recopilar datos de ocupación regular
- Mejora de las instalaciones de buceo
- Establecer fondos semilla para apoyar el crecimiento de pequeñas empresas como SUP y yoga y, a más largo plazo, una inversión de liveaboard de buceo.

POTENCIALES FUENTES DE FINANCIAMIENTO

1. **Findeter SA** – Financiera de Desarrollo Territorial. Banca de desarrollo de la infraestructura.

Sector Infraestructura Turística: Contempla el desarrollo de infraestructura para el sector turismo en áreas relacionadas con la construcción, adecuación y dotación de establecimientos y edificaciones hoteleras y de interés turístico, así como la puesta en marcha de actividades turísticas no convencionales.

Las tasas de FINDETER al intermediario financiero (tasas de redescuento) aplican para inversión, sustitución de deuda y capital de trabajo.

DTF + puntos % T.A.							
	1-2 años (hasta 1 año de gracia)	>2-4 años (hasta 2 años de gracia)	>4-6 años (hasta 3 años de gracia)	>6-8 años (hasta 3 años de gracia)	>8-10 años (hasta 3 años de gracia)	>10- 12 años (hasta 3 años de gracia)	>12 - 15 años (hasta 3 años de gracia)
Sector Público - Sector Privado Grupo I*	3.65%	3.80%	3.95%	4.45%	4.65%	4.75%	4.85%
Todos los sectores							
Sector Privado Grupo II**	3.75%	3.90%	4.05%	4.60%	4.80%	4.90%	5.00%

Dirigido a: Gobiernos Departamentales y Municipales

Sector Privado

2. **Bancóldex** - Línea de crédito para las empresas del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina

Para:

- Comprar materia prima, insumos, inventarios y demás gastos operativos de funcionamiento.
- Comprar o arrendar (leasing) bienes inmuebles, maquinaria, equipo o vehículos vinculados a la actividad económica, adecuaciones o mejora de instalaciones y locales comerciales.
- Certificaciones de calidad, licencias, patentes, registros sanitarios, tecnologías de la información y demás activos fijos.

Condiciones:

- Atiende tanto a las personas naturales como jurídicas consideradas como micro, pequeñas, medianas y grandes empresas de todos los sectores económicos
- Financia hasta el 100% de las necesidades para Pymes y Grandes empresas
- Financia hasta \$70 millones de pesos para microempresas
- Establece una tasa de redescuento para Pymes y Grandes empresas de DTF (E.A.) + 1.90% (E.A.)
- Establece una tasa de redescuento para microempresas de DTF (E.A.) - 1.0% (E.A.)
- El plazo es de 5 años, incluidos hasta 6 meses de periodo de gracia
- La tasa máxima de interés al empresario es libremente negociable

Dirigido a: Sector privado

3. **SENA – Fondo Emprender.**

Financiar iniciativas empresariales en cualquier sector económico para el Departamento Del Archipiélago De San Andres, Providencia Y Santa Catalina Islas, que provengan o sean desarrolladas por aprendices, egresados, practicantes universitarios, profesionales con pregrado o que se encuentren cursando especialización, maestría y/o doctorado, así como egresados de estos programas, que hayan culminado y obtenido el título dentro de los últimos 60 meses y cuya formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones reconocidas por el estado

El Fondo Emprender otorgará recursos hasta el ciento por ciento (100%) del valor del plan de negocio, así:

- Si el plan de negocio genera hasta 3 empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ochenta (80) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.
- Si el plan de negocio genera hasta 5 empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ciento cincuenta (150) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.
- Si el plan de negocio genera 6 o más empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ciento ochenta (180) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.

El monto a financiar para cada plan de negocio se establece conforme a los salarios mínimos legales mensuales vigentes que rigen a la fecha de la apertura de la convocatoria.

Los recursos deberán ser utilizados para:

- La financiación del capital de trabajo del plan de negocio
- Infraestructura y Montaje: Adquisición de maquinaria y equipo, costos que se generen por concepto de constitución legal y licencias requeridas por ley para el normal funcionamiento del proyecto;
- Financiará la adquisición e implementación de franquicias, siempre y cuando, este modelo de negocio represente una alternativa de impacto para la región, genere valor agregado, garantice sostenibilidad en el mercado, no haya saturación en la zona y tenga impacto en la generación de empleo.

4. Sistema General de Regalías.

Sistema implementado por el gobierno según el cual se “determina la distribución, objetivos, fines, administración, ejecución, control, uso eficiente y la destinación de los ingresos provenientes de la explotación de los recursos naturales no renovables precisando las condiciones de participación de sus beneficiarios.

Fondos de Financiación:

- Fondo de Desarrollo Regional: Aplican Departamentos
- Fondo de Compensación Regional: Departamentos (60%) y Municipios (40%)
- Asignación Directa: Municipios, departamentos y Corporaciones autónomas regionales

Se financian:

- Proyectos de inversión y la estructuración de proyectos.

- Los proyectos de inversión en fases de operación y mantenimiento.
- Compra de maquinaria para uso agropecuario
- Infraestructura.

5. **Fontur.**

Patrimonio Autónomo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, creado para el manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal, la cual se debe destinar a la promoción y competitividad del turismo.

Pueden acceder a través de proyectos, los actores que realizan acciones directas de competitividad y promoción turística:

- A los recursos del Impuesto al Turismo y de los Parafiscales:
- Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Procolombia
- Entidades mixtas de promoción turística
- Los aportantes de la contribución parafiscal
- Los gremios que agrupan a los aportantes de la contribución parafiscal
- Las entidades territoriales en asocio con aportantes de la contribución

A los recursos del Impuesto al turismo:

- Las entidades territoriales
- Aportantes de la contribución parafiscal
- No aportantes de la contribución parafiscal vinculados a la actividad turística

A los recursos Parafiscales:

- La entidad Administradora del Fondo de Promoción Turística
- Los aportantes de la contribución parafiscal para la promoción turística
- Los Gremios de los sectores aportantes

6. **Entes Territoriales, recursos propios Gobernación y Alcaldía:**

Recursos de inversión sector Turismo:

- Infraestructura
- Formación y capacitación de PST y OST
- Promoción turística

7. **Coralina – Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Plan Nacional de Negocios Verdes:**

Proporciona herramientas para la planificación y toma de decisiones que permitan el desarrollo, el fomento y la promoción tanto de la oferta como de la demanda de los negocios verdes y sostenibles en el país, a través de la implementación de una plataforma adecuada de instrumentos, incentivos, coordinación y articulación institucional que conlleve al crecimiento económico, la generación de empleo y la conservación natural del país.

Contrato FNT 231-2016

Objeto: Diseñar el Producto Turístico Náutico para San Andrés, Providencia y Santa Catalina

Entregable 4:

1. Comité de Seguimiento
2. Plan de Trabajo y Acción y Cronograma de Seguimiento
3. Documentos de evento de socialización del producto turístico definitivo.



The San Andres Project Partnership UT

2017

Negocio:	P. AUTONOMO FONDO NACIONAL D
Radicado:	E-2017-38080
Fecha y hora:	12/09/2017 11:26:13
Origen y/o proveedor:	UNION TEMPORAL THE SAN ANDRES
Destinatario:	CARLOS ARTURO CADAVID RAMIRE
Tipo documento:	Carla
Número documentito:	
Asunto:	Diseñar el producto Turístico
Nombre del radicador:	Luis Javier Alonso Velásquez

ENTREGABLE 4

*THE SAN ANDRÉS PROJECT PARTNERSHIP UNIÓN TEMPORAL
SEPTIEMBRE 12, 2017
DOCUMENTO FINAL*

INCLUYE:

1. *Comité de Seguimiento*
2. *Plan de Trabajo y Acción y Cronograma de Seguimiento*
3. *Documentos de evento de socialización del producto turístico definitivo.*



PLAN DE TRABAJO Y ACCIÓN CON CRONOGRAMA DE SEGUIMIENTO

COMITÉ DE SEGUIMIENTO SAN ANDRES Y PROVIDENCIA	3
PLAN DE TRABAJO Y ACCIÓN CON CRONOGRAMA DE SEGUIMIENTO	4
SAN ANDRÉS.....	4
<i>EL OBJETIVO.....</i>	<i>4</i>
<i>EL PRODUCTO.....</i>	<i>4</i>
<i>EL CRONOGRAMA Y PLAN</i>	<i>4</i>
PROVIDENCIA	9
<i>EL OBJETIVO.....</i>	<i>10</i>
<i>EL PRODUCTO.....</i>	<i>10</i>
<i>EL CRONOGRAMA Y PLAN</i>	<i>11</i>
DOCUMENTOS DE EVENTO DE SOCIALIZACIÓN	13

SAN ANDRÉS

COMITÉ DE SEGUIMIENTO

- 1. Paola Toro (Secretaria de Turismo)
- 2. Lorena Aldana (SENA)
- 3. Erick Castro (Coralina)
- 4. Fabian García (Blue Life Diving Center)
- 5. Alejandro Salazar (Posada turística/Bar y discoteca locales)
- 6. Orlando Francis "Napo" (Cooperativa de Lancheros)
- 7. Chamey (Chameys Nautica)
- 8. Jordy Timana (Kitesurf)

PROVIDENCIA

COMITÉ DE SEGUIMIENTO

- Marcos Robinson (Secretario de Turismo)
- Elijah Archbold (Dueño y vocero de comunidad CatBoats)
- Hedlie Bent (Capitan de CatBoats)
- Erick Castro/David Acevedo (Coralina)
- Jennifer Archbold (Representante de operadores locales y guías)
- Felipe Cabeza (Representante de Buceo)
- Raul y Fabio Huffington (Representante de Comida local y posada nativa)

PLAN DE TRABAJO Y ACCIÓN CON CRONOGRAMA DE SEQUIMIENTO

SAN ANDRÉS

EL OBJETIVO

Desarrollar el kitesurf en San Andrés con el fin de mejorar la sostenibilidad del sector turístico de San Andrés:

- Aumentar el perfil de la isla en el mercado internacional
- Aumento de la participación de la comunidad local en el sector turístico de San Andrés
- Atraer turistas experimentales de mayor valor
- Aumentar el valor del turismo para la economía local
- Mejorar la conservación del arrecife y otros sitios ambientales
- Apoyar y ampliar el mercado de buceo y otras actividades turísticas náuticas

Para lograr estos objetivos y para que el kitesurf sea el motor del cambio en el modelo de turismo de San Andrés, se propone un enfoque trifásico que crea beneficios sociales y desarrollo empresarial y mejora la educación en conservación entre los visitantes y las comunidades locales.

EL PRODUCTO

El producto propuesto es preparar San Andrés para albergar un festival internacional de kitesurf para permitir a la isla reposicionar el tipo de turismo que ofrece al mercado internacional. Las actividades iniciales garantizarían que el sector esté plenamente preparado para acoger el festival y beneficiarse de su impacto a largo plazo.

EL CRONOGRAMA Y PLAN

<u>CRONOGRAMA</u>	<u>ACCIÓN</u>
Meses 1-3	Presentar una propuesta de Proyecto para desarrollar y entregar las recomendaciones de este reporte, incluyendo el festival para potencializar la financiación de organizaciones, incluyendo, sin limitación, la financiación por parte de ministerios en Colombia, el gobierno local, agencias internacionales de desarrollo y patrocinadores comerciales.
Meses 4-6	Asegurar la financiación para el desarrollo del festival y de programas iniciales asociados al festival, según se detalla más adelante.
Meses 6-12	Estrategia antes del festival Las cuestiones más amplias que deben abordarse para apoyar plenamente el desarrollo del sector del turismo náutico incluyen la falta de cohesión social y visión unida para la isla, lo que está afectando su capacidad para crear un enfoque bien coordinado

PLAN DE TRABAJO Y ACCIÓN CON CRONOGRAMA DE SEQUIMIENTO

hacia el destino y presentar un fuerte mensaje a los inversionistas y visitantes.

Para abordar estas cuestiones, se recomienda que se lleve a cabo una Estrategia. Esto implicaría a las partes interesadas de toda la isla y de todos los sectores a reunirse para identificar una historia compartida de San Andrés, una visión unificada para la isla, de la que todos podrían beneficiarse y usar para promover sus propios negocios.

Esta narrativa o "historia de lugar compartido" sería la base de la estrategia y el desarrollo del sector del turismo para garantizar que todas las decisiones sean adecuadas con la visión general de la isla.

El proceso de participación implicado en la identificación de la narrativa del lugar reuniría a los interesados con una visión común como embajadores de la isla, creando un enfoque más cohesivo de la gestión de los destinos que se ha logrado en el pasado.

PROGRAMAS Y ACTIVIDADES

La acción inmediata es que realice un Estudio de Factibilidad detallado para crear un festival internacional de kite surfing en San Andrés que se estructurará de una manera que cumpla con los objetivos.

De la investigación y la participación de los interesados emprendidos para este estudio, se espera que las recomendaciones iniciales del estudio de factibilidad sean:

A) Establecer un "Grupo Directivo de Turismo Náutico" para supervisar el desarrollo del sector.

Este grupo directivo debería incluir, entre otros, representantes del kitesurf, buceo, excursiones en bote, pesca, empresas de jetski junto con proveedores de alojamiento, operadores turísticos, Coralina, Fontur y la Secretaría de Turismo. Debería dirigirse principalmente al sector privado, con el apoyo de los organismos pertinentes del sector público. Será importante que todas las partes interesadas en el turismo náutico estén involucradas para que las decisiones como la zonificación de playas y aguas se acuerden colectivamente.

B) Creación de Capacidades: Desarrollar Esquema de Kite Surf para Adolescentes de Comunidades Locales

PLAN DE TRABAJO Y ACCIÓN CON CRONOGRAMA DE SEQUIMIENTO

Trabajar con las comunidades locales y los empresarios del kitesurf existentes, como Chamey Nautica y JordyPro, para enseñar a los jóvenes locales a practicar el kitesurf con el fin de que puedan participar en el sector y convertirse en futuros profesores.

Esto es importante tanto para asegurar que el kitesurf esté plenamente arraigado en San Andrés y que los residentes y empresarios locales puedan beneficiarse de su desarrollo.

También será necesario desarrollar la capacidad local suficiente y la experiencia del kitesurfing para permitir que los empresarios actuales del kitesurfing se expandan y así generar nuevos negocios en respuesta al crecimiento en el sector.

Actualmente, Coralina trabaja en colaboración con la comunidad local y empresas locales de buceo para aumentar la capacidad en el sector de buceo y podría asesorar sobre la implementación de este programa de capacitación.

C) Plan de Formación Empresarial

Establecer un Plan de Formación Empresarial como se recomienda en la Sección 2 de este estudio, para asegurar que las empresas locales estén listas para participar plenamente y beneficiarse del desarrollo del sector.

Este programa deberá incorporar a los interesados de todo el sector turístico, incluidos los proveedores de alojamiento, los proveedores de alimentos y bebidas, las organizaciones artesanales, las excursiones de senderismo y paseos, así como otros participantes en el sector del turismo náutico, es decir, operadores de buceo, Pesca deportiva, barcos charter, etc.

D) Obtener Afiliación a la Asociación Internacional de Kiteboarding

La afiliación a la IKA ayudaría a posicionar a San Andrés como un destino de kitesurf internacionalmente reconocido. Las organizaciones también pueden proporcionar apoyo técnico y de marketing.

Chamey Nautica está considerando actualmente la afiliación con el IKA. Si tienen éxito, sería el primer negocio reconocido por IKA en Colombia. Sin embargo, para lograr la certificación de su personal tendrán que ser entrenados y certificados.

Para que San Andrés pueda competir como destino de kitesurf en el

mercado internacional es necesario que tenga por lo menos una escuela de kitesurf internacionalmente reconocida que ofrezca clases de alta calidad, esté dirigida profesionalmente y esté bien equipada.

E) Programa de Capacitación en Marketing Digital para Organizaciones de Destino, Empresarios

Las habilidades de marketing digital deben ser mejoradas en cuatro niveles:

- Marketing de destino de San Andrés por Fontur y Secretaría de Turismo
- Marketing sectorial de San Andrés como destino de kitesurf
- Comercialización de las partes interesadas por las empresas locales y las organizaciones pertinentes
- Los residentes locales y las comunidades para compartir sus experiencias de kite surf

Las habilidades técnicas de estas partes interesadas necesitan ser mejoradas, sin embargo, para que sean plenamente efectivas, las actividades de comunicación deben estar respaldadas por una historia y una narrativa del lugar coherente y debe ser compartida por todas las partes interesadas.

Meses 12- 24

La actividad principal de la Fase 2 será:

- Organización de un festival internacional de kitesurfing que incorpore una amplia gama de interesados locales.

El estudio de factibilidad encargado en la Fase 1 identificará el alcance y el plan de acción detallado para el festival que necesitaría incluir:

I) Enlaces con Operadores Turísticos Internacionales

Establecer vínculos con operadores turísticos internacionales y ofrecer Fam Trip a fin de que estos operadores puedan conectarse con los proveedores locales de alojamiento y actividades para desarrollar paquetes vacacionales alrededor del festival.

En el primer año del festival, los operadores turísticos de gama baja

a media, como Sportif (<http://www.sportif.travel>), deben ser seleccionados. En los primeros años del festival el mercado internacional objetivo será Millennials los cuales estarán buscando principalmente opciones de alojamiento rentables.

II) Atraer el Patrocinio

Atraer el patrocinio para el festival de las grandes marcas que apoyan el kitesurf internacional. Esto ayudará a financiar el festival, pero también elevará el perfil para el evento y la isla.

lii) Establecimiento de un fondo de conservación

Será necesario establecer un Fondo de Conservación de San Andrés en conjunto con Coralina para asegurar que la protección de la biosfera y el ambiente marino y natural permanezcan a la vanguardia de los objetivos del festival y que el festival pueda financiar directamente proyectos de conservación. Esto se ha logrado con éxito en Bonaire a través del festival Kitemanera (<http://www.kitemanera.com>).

Meses 24-36

En la Fase 3 la prioridad será asegurar que San Andrés capitaliza las actividades de capacitación y desarrollo de la Fase 1 y el valor promocional del festival. El enfoque tendrá que estar en la creación de:

I) Un festival anual sostenible que atrae a surfistas internacionales de alto perfil y posiciona a San Andrés como un destino capaz de albergar grandes competencias internacionales.

II) Certificado internacional, la escuela de alta calidad de kitesurf está en funcionamiento para proporcionar a los huéspedes internacionales de alto valor con la matrícula adecuada.

III) Alojamiento de alta calidad (por ejemplo, el Hotel 100% fun en Tarifa, España) que atiende a una mezcla de presupuestos incluyendo el viajero internacional de gama alta.

IV) Enlaces con operadores turísticos internacionales de alto nivel que traen clientes de alto valor que quieren practicar kitesurf pero tienden a ser mayores y quieren viajar con sus familias. Estos clientes pueden ser principiantes, buscando clases de buena calidad, o kitesurfistas experimentados, buscando el próximo

PLAN DE TRABAJO Y ACCIÓN CON CRONOGRAMA DE SEQUIMIENTO

destino de moda.

Estos operadores turísticos construirán paquetes que venden alojamientos de alta calidad, visitas guiadas, actividades familiares y viajes. Además de un alojamiento adecuado, se requerirá un manejo de tierra en San Andrés, actividades culturales adicionales y se esperan viajes Familiares que deberán organizarse para visitar San Andrés.

(Por ejemplo, Planeta Viajes
(<http://www.planetkitesurfholidays.com>).

PLAN DE TRABAJO Y ACCIÓN CON CRONOGRAMA DE SEQUIMIENTO

PROVIDENCIA

EL OBJETIVO

El objetivo es crear una actividad y un evento de nicho que:

- Genere una escala adecuada para la oferta turística de Providencia
- Cree oportunidades para que los visitantes se involucren con la gente local, participando en un deporte tradicional y aprendiendo habilidades locales, asegurando que sea una experiencia participativa y no voyeurista
- Se orienta hacia la comunidad internacional de yates
- Atraiga visitantes adicionales de agosto a noviembre para tratar temas de estacionalidad
- Impulsar la calidad del alojamiento y otros servicios e instalaciones debido a las altas expectativas del mercado objetivo
- Fomentar el respeto por las tradiciones locales entre la administración local, las comunidades y los mercados nacionales e internacionales
- Generar clientes de buceo adicionales, ya que los yates tienen cierta propensión a participar en otros deportes acuáticos
- Generar la demanda de una economía nocturna basada en la comida, bebida, música y baile local
- Crear la disponibilidad de Catboat tours para otros visitantes
- Crear oportunidades de trabajo para la gente local basadas en habilidades tradicionales
- Aumentar el potencial de venta al por menor de productos locales como el modelo Catboats como souvenirs y para otros productos locales como las esculturas de vasijas recicladas.
- Aumenta el perfil de Providencia a través de la cobertura de marketing social y de medios sociales de un evento único.

EL PRODUCTO

8-10 "Catboats", cada uno representando una comunidad diferente, correría dos veces al mes de agosto a noviembre. Cada equipo de ocho hombres incluiría uno o dos visitantes internacionales. Los visitantes practicarían 4-5 veces con sus equipos locales durante la semana anterior a la carrera. Después de la carrera se organizarán actividades sociales con la tripulación y los visitantes, por ejemplo después de una carrera por la mañana podría haber un almuerzo de barbacoa en la playa y luego cenar y salir por la noche a un lugar de música local. También habrán carreras durante el festival de Providencia en junio.

Se organizarán actividades náuticas y culturales adicionales para los visitantes, junto con cenas en diferentes restaurantes locales.

PLAN DE TRABAJO Y ACCIÓN CON CRONOGRAMA DE SEQUIMIENTO

EL CRONOGRAMA Y PLAN

<u>CRONOGRAMA</u>	<u>ACCIÓN</u>
Meses 1-6	<p data-bbox="492 378 588 410">Fase 1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="541 421 1404 570">• Establecer una empresa privada que maneje y administre el turismo de los <i>Catboats</i>. Puede ser incorporada como una Empresa B para asegurar el objeto social, y garantizar transparencia mientras retiene el foco comercial. <li data-bbox="541 580 1404 768">• Presentar una propuesta de Proyecto para desarrollar y entregar las recomendaciones a potenciales organizaciones de financiamiento, incluyendo, sin limitaciones, ministerios en Colombia, el gobierno local, agencias internacionales de desarrollo y patrocinadores comerciales. <li data-bbox="541 778 1404 883">• Garantizar el financiamiento para desarrollar al negocio del <i>Catboat</i> y los programas iniciales asociados que se describen más adelante. <li data-bbox="541 893 1404 1081">• Establecer un grupo de asesores para las carreras de Catboat en representación de los miembros de las comunidades locales, la Secretaría de Turismo, Coralina, el comité de Geoturismo, los operadores turísticos locales, alojamiento y proveedores de actividades <li data-bbox="541 1091 1328 1123">• Auditoría del número y condición actual de los Catboats <li data-bbox="541 1134 1207 1166">• Construcción y mantenimiento de los Catboats <li data-bbox="541 1176 1404 1251">• Construir un modelo de Catboat para dar a cada visitante participante <li data-bbox="541 1261 1339 1293">• Decidir qué operadores turísticos coordinarán el paquete <li data-bbox="541 1304 1404 1442">• Ponerse en contacto con los proveedores de alojamiento, proveedores de actividades, restaurantes para establecer qué alojamiento y actividades están listos para formar parte del paquete <li data-bbox="541 1453 1404 1557">• Preparar la descripción del paquete con todos los detalles de todas las tripulaciones comunitarias participantes, alojamiento y actividades ofrecidas <li data-bbox="541 1568 1404 1642">• Identificar las comunidades y los mercados de yates a ser dirigidos <li data-bbox="541 1653 1404 1727">• Concepto de prueba en el mercado objetivo para evaluar interés y precio aceptable <li data-bbox="541 1738 1404 1921">• Crear activos digitales para comercializar el paquete, por ejemplo, videos y fotografías de: <ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="678 1813 1004 1844">1. Catboats de carreras <li data-bbox="678 1855 1404 1921">2. Los miembros de la tripulación de la comunidad local dando la bienvenida a potenciales miembros

PLAN DE TRABAJO Y ACCIÓN CON CRONOGRAMA DE SEQUIMIENTO

		internacionales
		3. Historias de los pueblos locales, cómo diseñan, construyen, usan sus Catboats
		4. La gama de alojamiento disponible
		5. Otras actividades náuticas y culturales disponibles
		6. Historias de músicos locales, clips de su música y bares locales y lugares de música
		7. Crear sitio web o mejorar los sitios web de destino existentes
		• Preparar una estrategia de marketing con un plan de acción presupuestario.
Meses 6-12	Fase 2	<ul style="list-style-type: none"> • Paquetes de mercado para objetivos clave • Ejecutar las primeras carreras y entregar el paquete
Meses 12 +	Fase 3	<ul style="list-style-type: none"> • Basado en la popularidad de las carreras, y la fiabilidad del viento, ampliar el número de carreras a una (1) por semana. • Seguir desarrollando el concepto de "escuela viva de la vida local" y añadir actividades y servicios adicionales al paquete. • Establecer una asociación / junta / red de destino que incorpore representantes de organizaciones relevantes del sector público y privado para guiar el desarrollo a largo plazo del turismo en Providencia • Recopilar datos de ocupación regular • Mejora de las instalaciones de buceo • Establecer fondos semilla para apoyar el crecimiento de pequeñas empresas como SUP y yoga y, a más largo plazo, una inversión en vivo a bordo de barcos de buceo.



INFORME DE ENTREGABLE 1, 2, 3 y 4 Septiembre 29 2017

Entregable1:

Un (1) documento diagnóstico de San Andrés, Providencia y Santa Catalina (y todos los cayos e islotes): accesibilidad, atractivos, actividades, servicios directamente relacionados con la actividad turística, Servicios básicos de acuerdo con las fichas metodológicas que proporcionará FONTUR

Se entregó el documento diagnóstico con el inventario de atractivos y recursos turísticos de acuerdo con las fichas metodológicas de FONTUR. Lo cual se encuentra dividido en dos documentos, el primero que consta principalmente de información sobre la isla de San Andrés, fue suministrado por la Secretaria de Turismo Departamental, con fecha de actualización diciembre 2016.

1. Patrimonio cultural –patrimonio material (San Andrés)
2. Patrimonio cultural – patrimonio inmaterial (San Andrés y Providencia)
3. Grupos de especial interés (San Andrés y Providencia)
4. Sitios Naturales (San Andrés)
- 5.

La segunda sección de este documento comprende la isla de Providencia, y fue construcción propia a partir de visitas realizadas y recolección de información primaria.

1. Patrimonio cultural – Patrimonio material (Providencia)
2. Sitios naturales (Providencia)

Un (1) documento diagnóstico del mercado que contenga:

- a. *Análisis de la demanda (demanda actual y demanda potencial). La comparación entre mercados demandantes y flujos turísticos, identificando en los perfiles las cualidades, atributos y exigencias de los principales consumidores, tomando en consideración las cifras de arribo y movimientos internos de visitantes extranjeros y nacionales; analizar la demanda actual de la oferta náutica de las islas (identificación de las oportunidades de atracción de regatas y eventos deportivos).*
- b. *Análisis de la oferta turística (recursos y atractivos turísticos, planta turística, infraestructura turística, servicios básicos, actividades turísticas y proveedores turísticos locales) y un portafolio de la oferta actual del Archipiélago en turismo náutico que incluya los deportes que se practican, los prestadores de servicios náuticos y escuelas que los ofrecen, así como las temporadas y generalidades.*

El documento diagnóstico en su mayoría comprende información secundaria, a través de diferentes fuentes las cuales se encuentran en la bibliografía, adicionalmente con la colaboración de la Secretaría de Turismo Departamental se realizaron solicitudes de información a diferentes entidades con el fin de complementar aquella información secundaria que no se encontraba públicamente disponible, por ejemplo solicitudes a la DIMAR (San Andrés y Providencia), Cámara de Comercio entre otras. En algunos casos como la DIMAR de San Andrés, no se obtuvo respuesta oportuna a las solicitudes de información.

El documento comprende de manera detallada, en cuento a la oferta y la demanda, las características generales del turismo en el Archipiélago, comportamiento histórico de visitantes, perfil de los visitantes, accesibilidad del destino, descripción del mercado Laboral, identificación del turismo náutico en el archipiélago, demanda por Turismo Náutico en el Archipiélago, instalaciones náuticas en el Archipiélago, embarcaciones en el archipiélago, sitios de interés, cadena de Valor del Turismo Náutico y tendencias.

La sección de oferta de servicios turísticos, la cual se encuentra como parte de las características generales del turismo, se optó por utilizar información secundaria, sin embargo se anexó la caracterización de los prestadores de servicios turísticos, basado en una visita presencial realizada, y cuyos resultados se encuentran resumidos, pero también se encuentra diligenciado el formato suministrado por FONTUR para cada uno de ellos. La mayor dificultad fue la aceptación a la visita por parte de los prestadores turísticos, ya que existe un gran temor al suministrar la información. Se utilizó una carta de presentación de los encuestadores por parte de la Secretaria de Turismo Departamental, quien también apoyó divulgando esta recolección de información. Sin embargo, los establecimientos se negaron a suministrar información sobre todo en la categoría de viviendas turísticas, en otras instancias, no fue posible encontrar la dirección del establecimiento, en general, se logró recolectar información del 68% de los establecimientos y realizar la caracterización con base a esta información, con el fin de no generar diferencias entre los datos de información secundaria recopilada se anexo esta caracterización. Adicionalmente, para aquellos establecimientos que no recibieron la visita, se buscaron a través de otras fuentes, las cuales se encuentran citadas en cada una de las fichas de acuerdo a la disponibilidad de información.

En el componente de demanda por turismo náutico, fue necesario conocer las expectativas y la demanda de los visitantes antes de llegar al archipiélago, para lo cual se realizó una encuesta la cual fue previamente abalada por FONTUR y la secretaria departamental de turismo. Se planteó a las aerolíneas entregar la encuesta a sus clientes en los aeropuertos antes de tomar su vuelo para ser depositadas en buzones a su llegada al destino. Entre las dificultades presentadas se encuentra la baja colaboración por parte de las aerolíneas de ser parte de este proceso, pese a ser solicitado por medio del ente territorial, por otra parte, la respuesta de permiso para ubicar los buzones en el aeropuerto, ya que se solicitó a la OCCRE internamente con la Secretaria de Turismo Departamental, y no se obtuvo respuesta luego de un mes, por lo cual se optó por solicitar

el permiso directamente al aeropuerto – aerocivil, el cual tomo 2 semanas en dar una respuesta positiva. El índice de encuestas recolectadas fue del 11%.

- c. *Análisis de las inversiones públicas y privadas (identificar los proyectos de inversión general relevantes en la zona, diferenciándolos de aquellos relacionados al turismo. Posteriormente, dentro de este último grupo, reconocer los que son públicos y privados).*

Esta sección comprende un cuadro donde se identificaron los diferentes proyectos de inversión de turismo para el periodo de 2007 al 2017, relacionando la fuente donde se encontraron los valores y la información a detalle para cada inversión. Adicionalmente a las diferentes fuentes de información secundaria, se realizaron entrevistas personales con diferentes actores que han liderado algunas inversiones identificadas con el fin de obtener mayor información sobre las mismas. El inicio de esta sección se resume y describe la información compilada.

Un (1) documento diagnóstico del contexto económico, social y político que contenga: análisis de la población: estructura demográfica, componente y expresión cultural, tendencias de la población por edad, educación e ingresos, roles de hombres y mujeres en la sociedad, población vinculada a la actividad turística, mapa de actores del destino (es decir, disposición y articulación de los diferentes actores y grupos de interés), Fenómenos climáticos.

Un (1) análisis DOFA basado en el resultado de los diagnósticos anteriores y un (1) análisis DOFA específico para turismo náutico.

El documento comprende el marco Institucional y definición del turismo náutico de acuerdo al Ministerio de Comercio, Industria y turismo, antecedentes normativos del Sector Turismo, visión y política nacional del turismo y turismo náutico, políticas Regionales del Turismo y turismo náutico, Actores clave en el sector, caracterización Departamento Archipiélago (aspectos geográficos, físicos, ambientales, y socioeconómicos), y se adicionó el análisis DOFA del Sector Turismo y Turismo Náutico para el Archipiélago.

Entregable2:

Documento de Plan de Emprendimiento que integre:

1. *Un (1) documento con el plan de emprendimiento y fortalecimiento para el turismo náutico en el Archipiélago que contenga un apartado donde se integre un programa piloto de emprendimientos para el sector basado en la información recolectada en el objetivo específico 1.*

Nuestro enfoque, para desarrollar el plan, se basó en la metodología de School for Startups (S4S). Se realizó un programa piloto con 5 empresarios del sector náutico donde se analizaron los problemas y obstáculos que no permitían el crecimiento y los tipos de apoyo que necesitarían para crecer. Este análisis nos permitió desarrollar un plan para apoyar el emprendimiento y así generar crecimiento en el sector del turismo náutico dentro del Archipiélago.

Trabajamos con los siguientes emprendedores con más de 3 reuniones individuales presenciales utilizando la metodología de S4S:

- Blue Life Diving, propiedad de Fabian García
- Chamey's Nautica, propiedad de Chamey y Gustavo Raigosa Londoño
- Cooperativa de Lancheros Coonative Brothers, propiedad de Orlando Francis
- Paul's Diving, propiedad de Paul Howard
- Nuevo negocio propiedad de Raúl y Fabio Huffington en Old Providence

Como resultado de estas reuniones, generamos unas recomendaciones para desarrollar el programa para fortalecer el turismo náutico en las islas. Describimos su metodología y elementos, su estructura, tiempo y costos para ser desarrollado en un futuro cercano en el Archipiélago.

2. *Un (1) taller en el que se consulte con los actores locales sobre los instrumentos de medición adecuados para edir con eficacia: la calidad, la extensión y la peetración del sector de servicios náuticos.*
3. *Un (1) documento con los resultados de los sistemas de medición para el sector náutico de acuerdo a la presentación de informes de crecimiento a través de un festival de viento.*

El evento se realizó el 18 de mayo, donde se discutió directamente con los emprendedores y las instituciones públicas que asistieron, sus principales retos, preocupaciones, amenazas para finalmente definir qué indicadores se utilizarían para medir el progreso de las empresas que pertenecen al sector del turismo náutico en el Archipiélago. En este entregable se mencionan los 4 indicadores que se utilizarían para medir este progreso del turismo náutico en el Archipiélago.

Es importante resaltar que el proceso con estos emprendedores aún sigue en curso, y seguiremos apoyándolos siempre y cuando ellos estén en disposición de continuar. Es un proceso lento, pero que tendrá resultados extraordinarios si se realiza con disciplina. En general, encontramos a cada uno de estos emprendedores motivados por seguir la capacitación y dispuestos a aplicar lo aprendido en cada sesión dentro de sus empresas.

Entregable3:

Documento de diseño de producto que integre:

1. Dos (2) talleres con la comunidad, que cuente con la participación del sector público, privado y líderes comunitarios, del departamento de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, para presentar los posibles productos turísticos y evaluar cada una de las opciones.

Este Taller se realizó el 12 de mayo en San Andrés y el 16 de mayo en Providencia donde se Intentó llegar a un acuerdo de la visión que cada uno de los participantes tiene para su isla. Se identificaron las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con el desarrollo de un nuevo tipo de turismo. Se recibieron recomendaciones, y distintos puntos de vista.

2. Un (1) documento de conceptualización del producto

Este documento contiene el planteamiento de la temática principal del producto turístico enmarcado en las potencialidades y ventajas comparativas del departamento, así como las características y elementos básicos que debe tener para diferenciarlo de la oferta actual. En el mismo documento se hace la descripción sobre la identidad del producto, resaltando los atributos y características tangibles e intangibles que son susceptibles de valoración por el público objetivo identificado. El resultado describe la propuesta conceptual del producto turístico en función de la temática: Producto turístico Náutico. Se realizó una identificación y mapeo de los actores y elementos que intervienen y conforman el producto: Recursos turísticos, atractivos turísticos, planta turística, infraestructura, recurso humano (artesanos, músicos, guías, entre otros) y actividades complementarias basándonos en el diagnóstico que obtuvimos en el entregable 1. Se creó un diagnóstico que identificó las necesidades y mejoras a implementar, con una evaluación de la sostenibilidad ambiental y sociocultural. Se evaluó el nivel de alistamiento de los actores locales que forman parte del producto (gestores del recurso turístico, instituciones públicas y privadas y empresarios turísticos). En el mismo documento se determinaron las necesidades de intervención pública y privada como propuesta de mejoramiento e identificación de las fuentes de financiación para los proyectos propuestos.

Así mismo se realizó una evaluación en las 2 islas de los elementos que conforman el producto turístico para corroborar su disponibilidad para consumo, nivel de calidad, estado de conservación de los componentes de la oferta y las inversiones necesarias para la puesta en valor.

3. Un (1) Taller de validación con intermediarios y actores involucrados.

Este taller se realizó en San Andrés el 6 de junio con los emprendedores, y las instituciones públicas que asistieron para mostrar las opciones de producto turístico náutico. Este taller destacó el deseo y la visión, entre los actores de San Andrés, de ser reconocidos internacionalmente como una reserva de la biosfera. Se recibieron varias opiniones, sugerencias, y puntos de vista hasta llegar a un acuerdo para desarrollar un producto.

4. Un (1) diseño en digital del Brochure del Diseño de Producto elaborado.

Se realizó una Infografía (estilo brochure) de cada uno de los productos seleccionados para cada isla. Esta infografía representa visualmente la información resumida y de manera figurativa el concepto de cada uno de los productos, se adjunta de manera digital e impresa.

Entregable 4:

(1) Documento Implementación y socialización que integra:

Un (1) listado con nombres de integrantes del comité. Coordinación de la creación del comité de seguimiento para la gestión y el desarrollo, sus integrantes son actores públicos y privados que se encuentran ubicados en el ámbito del territorio donde se desarrolla el producto turístico. Estos actores fueron seleccionados por medio de los mismos representantes del

sector y aceptaron a participar activamente si el producto llega a ser desarrollado. Se realizaron 2 listados, uno para Providencia y el otro para San Andrés.

(2) Un (1) documento de gestión, plan de trabajo, con el objetivo de establecer la puesta en marcha del producto turístico priorizado.

(3) Generar un (1) cronograma de seguimiento y plan de acción con responsables y tiempos.

Se creó un plan de trabajo para San Andrés y otro para Providencia. Se establecieron los objetivos, se describió el producto y se generó un cronograma con sus respectivas actividades para ser desarrolladas con responsables y tiempos.

(4) Un (1) evento de socialización del producto turístico definitivo.

El evento se realizó en San Andrés el 5 de septiembre y en Providencia el 6 de septiembre, donde se presentó el producto final en detalle a los principales actores y a las distintas entidades públicas involucradas. Se recibió la idea de una manera muy positiva, con apoyo de todas las entidades y de todos los participantes. Fue un consenso donde nadie realizó críticas ni reformas, todos estuvieron de acuerdo y esperan a que este proyecto se desarrolle en un futuro.



INFORME DE ENTREGABLE 1, 2, 3 y 4 Septiembre 29 2017

Entregable1:

Un (1) documento diagnóstico de San Andrés, Providencia y Santa Catalina (y todos los cayos e islotes): accesibilidad, atractivos, actividades, servicios directamente relacionados con la actividad turística, Servicios básicos de acuerdo con las fichas metodológicas que proporcionará FONTUR

Se entregó el documento diagnóstico con el inventario de atractivos y recursos turísticos de acuerdo con las fichas metodológicas de FONTUR. Lo cual se encuentra dividido en dos documentos, el primero que consta principalmente de información sobre la isla de San Andrés, fue suministrado por la Secretaria de Turismo Departamental, con fecha de actualización diciembre 2016.

1. Patrimonio cultural –patrimonio material (San Andrés)
2. Patrimonio cultural – patrimonio inmaterial (San Andrés y Providencia)
3. Grupos de especial interés (San Andrés y Providencia)
4. Sitios Naturales (San Andrés)
- 5.

La segunda sección de este documento comprende la isla de Providencia, y fue construcción propia a partir de visitas realizadas y recolección de información primaria.

1. Patrimonio cultural – Patrimonio material (Providencia)
2. Sitios naturales (Providencia)

Un (1) documento diagnóstico del mercado que contenga:

- a. *Análisis de la demanda (demanda actual y demanda potencial). La comparación entre mercados demandantes y flujos turísticos, identificando en los perfiles las cualidades, atributos y exigencias de los principales consumidores, tomando en consideración las cifras de arribo y movimientos internos de visitantes extranjeros y nacionales; analizar la demanda actual de la oferta náutica de las islas (identificación de las oportunidades de atracción de regatas y eventos deportivos).*
- b. *Análisis de la oferta turística (recursos y atractivos turísticos, planta turística, infraestructura turística, servicios básicos, actividades turísticas y proveedores turísticos locales) y un portafolio de la oferta actual del Archipiélago en turismo náutico que incluya los deportes que se practican, los prestadores de servicios náuticos y escuelas que los ofrecen, así como las temporadas y generalidades.*

El documento diagnóstico en su mayoría comprende información secundaria, a través de diferentes fuentes las cuales se encuentran en la bibliografía, adicionalmente con la colaboración de la Secretaría de Turismo Departamental se realizaron solicitudes de información a diferentes entidades con el fin de complementar aquella información secundaria que no se encontraba públicamente disponible, por ejemplo solicitudes a la DIMAR (San Andrés y Providencia), Cámara de Comercio entre otras. En algunos casos como la DIMAR de San Andrés, no se obtuvo respuesta oportuna a las solicitudes de información.

El documento comprende de manera detallada, en cuento a la oferta y la demanda, las características generales del turismo en el Archipiélago, comportamiento histórico de visitantes, perfil de los visitantes, accesibilidad del destino, descripción del mercado Laboral, identificación del turismo náutico en el archipiélago, demanda por Turismo Náutico en el Archipiélago, instalaciones náuticas en el Archipiélago, embarcaciones en el archipiélago, sitios de interés, cadena de Valor del Turismo Náutico y tendencias.

La sección de oferta de servicios turísticos, la cual se encuentra como parte de las características generales del turismo, se optó por utilizar información secundaria, sin embargo se anexó la caracterización de los prestadores de servicios turísticos, basado en una visita presencial realizada, y cuyos resultados se encuentran resumidos, pero también se encuentra diligenciado el formato suministrado por FONTUR para cada uno de ellos. La mayor dificultad fue la aceptación a la visita por parte de los prestadores turísticos, ya que existe un gran temor al suministrar la información. Se utilizó una carta de presentación de los encuestadores por parte de la Secretaria de Turismo Departamental, quien también apoyó divulgando esta recolección de información. Sin embargo, los establecimientos se negaron a suministrar información sobre todo en la categoría de viviendas turísticas, en otras instancias, no fue posible encontrar la dirección del establecimiento, en general, se logró recolectar información del 68% de los establecimientos y realizar la caracterización con base a esta información, con el fin de no generar diferencias entre los datos de información secundaria recopilada se anexo esta caracterización. Adicionalmente, para aquellos establecimientos que no recibieron la visita, se buscaron a través de otras fuentes, las cuales se encuentran citadas en cada una de las fichas de acuerdo a la disponibilidad de información.

En el componente de demanda por turismo náutico, fue necesario conocer las expectativas y la demanda de los visitantes antes de llegar al archipiélago, para lo cual se realizó una encuesta la cual fue previamente abalada por FONTUR y la secretaria departamental de turismo. Se planteó a las aerolíneas entregar la encuesta a sus clientes en los aeropuertos antes de tomar su vuelo para ser depositadas en buzones a su llegada al destino. Entre las dificultades presentadas se encuentra la baja colaboración por parte de las aerolíneas de ser parte de este proceso, pese a ser solicitado por medio del ente territorial, por otra parte, la respuesta de permiso para ubicar los buzones en el aeropuerto, ya que se solicitó a la OCCRE internamente con la Secretaria de Turismo Departamental, y no se obtuvo respuesta luego de un mes, por lo cual se optó por solicitar

el permiso directamente al aeropuerto – aerocivil, el cual tomo 2 semanas en dar una respuesta positiva. El índice de encuestas recolectadas fue del 11%.

- c. *Análisis de las inversiones públicas y privadas (identificar los proyectos de inversión general relevantes en la zona, diferenciándolos de aquellos relacionados al turismo. Posteriormente, dentro de este último grupo, reconocer los que son públicos y privados).*

Esta sección comprende un cuadro donde se identificaron los diferentes proyectos de inversión de turismo para el periodo de 2007 al 2017, relacionando la fuente donde se encontraron los valores y la información a detalle para cada inversión. Adicionalmente a las diferentes fuentes de información secundaria, se realizaron entrevistas personales con diferentes actores que han liderado algunas inversiones identificadas con el fin de obtener mayor información sobre las mismas. El inicio de esta sección se resume y describe la información compilada.

Un (1) documento diagnóstico del contexto económico, social y político que contenga: análisis de la población: estructura demográfica, componente y expresión cultural, tendencias de la población por edad, educación e ingresos, roles de hombres y mujeres en la sociedad, población vinculada a la actividad turística, mapa de actores del destino (es decir, disposición y articulación de los diferentes actores y grupos de interés), Fenómenos climáticos.

Un (1) análisis DOFA basado en el resultado de los diagnósticos anteriores y un (1) análisis DOFA específico para turismo náutico.

El documento comprende el marco Institucional y definición del turismo náutico de acuerdo al Ministerio de Comercio, Industria y turismo, antecedentes normativos del Sector Turismo, visión y política nacional del turismo y turismo náutico, políticas Regionales del Turismo y turismo náutico, Actores clave en el sector, caracterización Departamento Archipiélago (aspectos geográficos, físicos, ambientales, y socioeconómicos), y se adicionó el análisis DOFA del Sector Turismo y Turismo Náutico para el Archipiélago.

Entregable2:

Documento de Plan de Emprendimiento que integre:

1. *Un (1) documento con el plan de emprendimiento y fortalecimiento para el turismo náutico en el Archipiélago que contenga un apartado donde se integre un programa piloto de emprendimientos para el sector basado en la información recolectada en el objetivo específico 1.*

Nuestro enfoque, para desarrollar el plan, se basó en la metodología de School for Startups (S4S). Se realizó un programa piloto con 5 empresarios del sector náutico donde se analizaron los problemas y obstáculos que no permitían el crecimiento y los tipos de apoyo que necesitarían para crecer. Este análisis nos permitió desarrollar un plan para apoyar el emprendimiento y así generar crecimiento en el sector del turismo náutico dentro del Archipiélago.

Trabajamos con los siguientes emprendedores con más de 3 reuniones individuales presenciales utilizando la metodología de S4S:

- Blue Life Diving, propiedad de Fabian García
- Chamey's Nautica, propiedad de Chamey y Gustavo Raigosa Londoño
- Cooperativa de Lancheros Coonative Brothers, propiedad de Orlando Francis
- Paul's Diving, propiedad de Paul Howard
- Nuevo negocio propiedad de Raúl y Fabio Huffington en Old Providence

Como resultado de estas reuniones, generamos unas recomendaciones para desarrollar el programa para fortalecer el turismo náutico en las islas. Describimos su metodología y elementos, su estructura, tiempo y costos para ser desarrollado en un futuro cercano en el Archipiélago.

2. *Un (1) taller en el que se consulte con los actores locales sobre los instrumentos de medición adecuados para medir con eficacia: la calidad, la extensión y la penetración del sector de servicios náuticos.*
3. *Un (1) documento con los resultados de los sistemas de medición para el sector náutico de acuerdo a la presentación de informes de crecimiento a través de un festival de viento.*

El evento se realizó el 18 de mayo, donde se discutió directamente con los emprendedores y las instituciones públicas que asistieron, sus principales retos, preocupaciones, amenazas para finalmente definir qué indicadores se utilizarían para medir el progreso de las empresas que pertenecen al sector del turismo náutico en el Archipiélago. En este entregable se mencionan los 4 indicadores que se utilizarían para medir este progreso del turismo náutico en el Archipiélago.

Es importante resaltar que el proceso con estos emprendedores aún sigue en curso, y seguiremos apoyándolos siempre y cuando ellos estén en disposición de continuar. Es un proceso lento, pero que tendrá resultados extraordinarios si se realiza con disciplina. En general, encontramos a cada uno de estos emprendedores motivados por seguir la capacitación y dispuestos a aplicar lo aprendido en cada sesión dentro de sus empresas.

Entregable3:

Documento de diseño de producto que integre:

1. Dos (2) talleres con la comunidad, que cuente con la participación del sector público, privado y líderes comunitarios, del departamento de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, para presentar los posibles productos turísticos y evaluar cada una de las opciones.

Este Taller se realizó el 12 de mayo en San Andrés y el 16 de mayo en Providencia donde se intentó llegar a un acuerdo de la visión que cada uno de los participantes tiene para su isla. Se identificaron las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con el desarrollo de un nuevo tipo de turismo. Se recibieron recomendaciones, y distintos puntos de vista.

2. Un (1) documento de conceptualización del producto

Este documento contiene el planteamiento de la temática principal del producto turístico enmarcado en las potencialidades y ventajas comparativas del departamento, así como las características y elementos básicos que debe tener para diferenciarlo de la oferta actual. En el mismo documento se hace la descripción sobre la identidad del producto, resaltando los atributos y características tangibles e intangibles que son susceptibles de valoración por el público objetivo identificado. El resultado describe la propuesta conceptual del producto turístico en función de la temática: Producto turístico Náutico. Se realizó una identificación y mapeo de los actores y elementos que intervienen y conforman el producto: Recursos turísticos, atractivos turísticos, planta turística, infraestructura, recurso humano (artesanos, músicos, guías, entre otros) y actividades complementarias basándonos en el diagnóstico que obtuvimos en el entregable 1. Se creó un diagnóstico que identificó las necesidades y mejoras a implementar, con una evaluación de la sostenibilidad ambiental y sociocultural. Se evaluó el nivel de alistamiento de los actores locales que forman parte del producto (gestores del recurso turístico, instituciones públicas y privadas y empresarios turísticos). En el mismo documento se determinaron las necesidades de intervención pública y privada como propuesta de mejoramiento e identificación de las fuentes de financiación para los proyectos propuestos.

Así mismo se realizó una evaluación en las 2 islas de los elementos que conforman el producto turístico para corroborar su disponibilidad para consumo, nivel de calidad, estado de conservación de los componentes de la oferta y las inversiones necesarias para la puesta en valor.

3. Un (1) Taller de validación con intermediarios y actores involucrados.

Este taller se realizó en San Andrés el 6 de junio con los emprendedores, y las instituciones públicas que asistieron para mostrar las opciones de producto turístico náutico. Este taller destacó el deseo y la visión, entre los actores de San Andrés, de ser reconocidos internacionalmente como una reserva de la biosfera. Se recibieron varias opiniones, sugerencias, y puntos de vista hasta llegar a un acuerdo para desarrollar un producto.

4. Un (1) diseño en digital del Brochure del Diseño de Producto elaborado.

Se realizó una Infografía (estilo brochure) de cada uno de los productos seleccionados para cada isla. Esta infografía representa visualmente la información resumida y de manera figurativa el concepto de cada uno de los productos, se adjunta de manera digital e impresa.

Entregable 4:

(1) Documento Implementación y socialización que integra:

Un (1) listado con nombres de integrantes del comité. Coordinación de la creación del comité de seguimiento para la gestión y el desarrollo, sus integrantes son actores públicos y privados que se encuentran ubicados en el ámbito del territorio donde se desarrolla el producto turístico. Estos actores fueron seleccionados por medio de los mismos representantes del

sector y aceptaron a participar activamente si el producto llega a ser desarrollado. Se realizaron 2 listados, uno para Providencia y el otro para San Andrés.

(2) Un (1) documento de gestión, plan de trabajo, con el objetivo de establecer la puesta en marcha del producto turístico priorizado.

(3) Generar un (1) cronograma de seguimiento y plan de acción con responsables y tiempos.

Se creó un plan de trabajo para San Andrés y otro para Providencia. Se establecieron los objetivos, se describió el producto y se generó un cronograma con sus respectivas actividades para ser desarrolladas con responsables y tiempos.

(4) Un (1) evento de socialización del producto turístico definitivo.

El evento se realizó en San Andrés el 5 de septiembre y en Providencia el 6 de septiembre, donde se presentó el producto final en detalle a los principales actores y a las distintas entidades públicas involucradas. Se recibió la idea de una manera muy positiva, con apoyo de todas las entidades y de todos los participantes. Fue un consenso donde nadie realizó críticas ni reformas, todos estuvieron de acuerdo y esperan a que este proyecto se desarrolle en un futuro.