

PROCESO DE ACTUALIZACIÓN DEL PLAN REGIONAL Y AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE RISARALDA

Relatorías de las Mesas Sectoriales para la actualización del Plan Regional



Mayo y Junio de 2022

Este documento fue elaborado por Natalia García Zapata Directora Ejecutiva CRCI en colaboración con el equipo de trabajo de la Comisión Regional de Competitividad de Risaralda

Introducción

El panorama de nuestro departamento es muy similar al de las demás regiones en el país, esto debido a que cada uno enfrenta dificultades en la búsqueda de procesos que les garanticen ser cada día más competitivos, tratando que los sectores económicos generen un mayor empleo y que las tasas de crecimiento se incrementen año tras año. Todo esto, con la intención de disminuir los niveles de pobreza y desigualdad que le aquejan. Risaralda convive con procesos de globalización en los cuales, cada vez se tienen menos barreras y por lo tanto, el estar preparados para competir en este escenario es un imperativo para la región.

El Plan Regional de Competitividad del Departamento de Risaralda es una herramienta de articulación de voluntades de los actores alrededor de proyectos factibles y establecidos de común acuerdo como los de ALTO IMPACTO para lograr el desarrollo del departamento.

El resultado del documento “Plan Regional de Competitividad e Innovación” no se visualiza al momento de su presentación o aprobación por parte del Comité Ejecutivo, sino en el momento en que se establece como la bitácora que acompañará y orientará las ejecutorias de los actores en materia de competitividad del departamento. En este plan se definen los mecanismos de evaluación, que son instrumentos operativos que deben acompañarse de gestión que permita de una manera permanente realizar procesos de verificación a fin de monitorear los resultados y hacer gestión al respecto de los mismos.

En marco de la actualización del Plan Regional de Competitividad y Agenda departamental de competitividad e innovación de Risaralda, se estableció acorde a la metodología definida por el DNP de cierre de brechas, realizada a través de encuentros sectoriales de diálogo y de construcción conjunta de los factores críticos, principales retos al 2032, barreras para la internacionalización, con las cuales se

espera que el departamento defina el rumbo a seguir y mejore en los diferentes indicadores sociales, ambientales, económicos y productivos.

Hasta la fecha se han realizado 21 mesas sectoriales que han contado con una participación de 451 actores del sector público, sector privado, academia y sociedad civil, donde las prioridades han estado fijadas en el desarrollo del departamento con mejoras del Producto Interno Bruto - PIB, Línea de Pobreza – Tasa de desempleo – e índice de desempeño ambiental.

Así pues, la CRC se constituye en el espacio que por naturaleza y desde su creación, se convierte en el ente articulador de los esfuerzos que se realizan desde distintas instituciones del departamento en aras de la competitividad risaraldense, constituyendo la institucionalidad del sistema y convirtiéndose en prenda de garantía desde el gobierno y las instituciones asociadas al proceso.

Para tal fin, se cuenta con un equipo humano interdisciplinario, el cual se dedicará por completo a esa formulación, a coordinar y liderar las mesas sectoriales, a la aplicación de la metodología de cierre de brechas definida por el DNP, a la agrupación de la información levantada en cada mesa y a la estructuración de los dos “2” documentos que servirán de guía de ruta para la competitividad y la innovación como lo son el Plan Regional de Competitividad e Innovación y la Agenda Departamental de Competitividad e Innovación.

Capítulo III Turismo

3.1 Definición de factores críticos.

3.1.1 Sostenibilidad

Tanto el turismo como los atractivos no cuentan con una base sólida en sostenibilidad, las áreas turísticas no son coherentes con los usos y regulaciones de los planes de ordenamiento territorial, existe una carencia de regulación y una carencia de cumplimiento de la regulación existente, así mismo se evidencia una falta de inversión en procesos de sostenibilidad del turismo de naturaleza.

3.1.2 Informalidad – mano de obra

Existe una mano de obra de baja calificación, que un su mayoría funciona dentro de la Informalidad sin prestaciones de ley, esto se evidencia en la ausencia de productos y servicios diferenciales de calidad, generando una mala imagen para el turismo internacional, existe ausencia de guías turísticos certificado desde la academia, el Bilingüismo es otra brecha existente en el sector turismo, todo lo anterior lleva a problemas de alta rotación. En lo anterior también influye la baja apropiación social del patrimonio (natural, cultural)

3.1.3 Promoción del destino

Existe condiciones de oferta, falta acompañamiento y organización no solo en el turismo clásico. Para ello se requiere de propuestas comerciales asertivas para mercado internacional, con propuestas de valor agregado y una completa información de las rutas turísticas empleando promoción visual en destinos poco reconocidos

3.1.4 Institucionalidad

Se evidencian ejercicios desarticulados, no hay una buena comunicación en los actores del sector, duplicidad de estrategias. Se hace necesario la construcción de un Plan Turístico Departamental, que establezca mecanismos de control y

seguimiento, teniendo en cuenta indicadores de sostenibilidad turística, buscando aumentar rubros presupuestales para presupuestos destinados al programa de turismo, en los cuales se asigne entre otros rubros los estudios de capacidad de carga y ubicación actividades de acuerdo a POT, PBOT, EOT.

3.1.5 Infraestructura

Falta y deficiente infraestructura turística no existe vías para dinamizar el turismo, lo cual afecta en conocer otros destinos, de igual manera existe poca infraestructura digital evidenciada en baja accesibilidad y Conectividad digital especialmente en municipios más alejados.

3.1.6 Costos

Relación costo-producto- calidad

3.1.7 Innovación

Se requiere Innovación para desarrollo de nuevas propuestas turísticas, así mismo falta apropiación tecnológica, Uso de herramientas digitales tanto para los turistas como para los prestadores de servicio.

3.1.8 Big data

Existe Ausencia de un observatorio de turismo, los turistas producen datos pero existe una Carencia en el registro global de los visitantes en el departamento, coherente con esta necesidad se requiere de inteligencia artificial para gestión, seguimiento y toma de decisiones, que permita segmentar y controlar cifras.

3.1.9 Articulación

- Desconexión entre oferta de servicios en municipios, existe un sesgo centrado en dos o tres destinos y atractivos específicos, así mismo se evidencia una falta de unificación de precios en servicios de turismo de naturaleza y una sentida ausencia de apropiación social, prestadoras y comunidad anfitriona

- Poca asociatividad y fortalecimiento gremial
- Baja integración de comunidades en el turismo y de esparcimiento (SOSTENIBILIDAD)

3.1.10 Social:

- Bajo posicionamiento de la región a través del consumo de café de especialidad
- Pocos mercados enfocados al turismo
- Baja estrategia de comercialización
- No existe una vocación turística como departamento

3.1.11 Educación:

- Falta de mano de obra calificada
- Baja disponibilidad de personal de cocina y capacitado

3.2 RETOS 2032

3.2.1 Mano de obra

- Diseñar estrategias de formación- Construir un plan donde estén identificados todos los actores del territorio donde se identifique el sector y sus necesidades para construir con la academia una formación completa- Capacitación en habilidades blandas. Una mejor atención al turista, amplio conocimiento del territorio.
- Asociatividad cooperación empresarial en el sector turístico- Trabajo en conjunto alianzas para así poder desligarse del sector público. Con estas alianzas se pueden dar muchas soluciones a las problemáticas del sector
- Creación de un observatorio turístico-ya que no se tiene datos actuales del sector
- Apuesta a la construcción del producto de turismo gastronómico del PCC y fortalecimiento técnico y comercial a P.S.T gastronómicos

- Mejorar y capacitar el recurso humano
- Mejorar la oferta gastronómica
- Incentivar la formalización
- Fortalecimiento de procesos formales educativos en turismo y sostenibilidad (posgrados y pregrados)
- Mejorar y capacitar el recurso humano (Bilingüismo)
- Formación, capacitación e idiomas

3.2.2 Institucional

- Identificar el nivel desarrollo turístico y vocación municipal-No todos los municipios deben ser turísticos, cuales cuentan con vocación, nivel de avance en líneas base, con la experiencia de un municipio que este en nivel alto transferir el conocimiento a otros
- Puesta en marcha mesas de trabajo- Continuar con estos espacios donde los actores expresan necesidades y soluciones, no solo se efectúen por la construcción de este documento.
- Regular la Oferta turística de la Región- crear normar y planificación en épocas de temporada alta para no colapsar y dar una mala imagen de región.
- Diseñar un plan de ordenamiento turístico, ya que donde hay un atractivo inmediatamente se transforma en sitio turístico sin normas.
- Formación y/o actualización de planes de desarrollo turístico (municipal, ZDT, departamento)
- Promover integración y encadenamiento bajo criterios de comercio justo y economía circular
- Articular el sector turístico con el sector educación
- Trabajar articuladamente en los criterios, guías, lineamientos de un turismo sostenible para Risaralda
- Concertar y ejecutar las intervenciones dirigidas a la prevención y minimización de riesgos; gestión integral del riesgo
- Estudios de capacidad de carga, realizados.
- Formalización y legalización

- Desarrollo propuestas tomando la sostenibilidad como la base
- Oferta turística articulada y comunicada
- Sostenibilidad turística, conectividad en el sector
- Mayor presupuesto para los programas de turismo
- Trabajar de manera continua con grupos de investigación como articulador en procesos turísticos
- Implementar el bilingüismo para generar marca de destino turístico
- Potencializar el clúster de turismo como iniciativa de articulación

3.2.3 Social

- Que los Risaraldense conozca la oferta de la región y se convierta en embajador del territorio y no tenga que ofrecer otros destinos departamentos aledaños
- Procesos de apropiación social del patrimonio natural y cultural con las comunidades anfitrionas
- Mejorar la oferta del turismo receptivo

3.2.4 Big Data

- Planificación turística-Conocer las cifras, indicadores, metas, riesgos de las zonas turísticas
- Aplicar analítica de datos-con esta información se pueden tomar decisiones.
- Construcción de sistema para el seguimiento del turismo en el territorio e identificación de variables naturales y culturales para medición
- Observatorio turístico en funcionamiento
- Sistema de información para la toma de decisiones

3.2.5 Promoción del destino

- Dar continuidad a procesos de impacto que han funcionado-Así pasen los gobiernos seguir con la identidad de marca ya que al cambio de gobiernos se toman otras iniciativas que desgastan al privado en la promoción de la oferta.

- Destacar a través de la publicidad por diferentes medios para atraer mercado a nuevas rutas.
- Adquirir herramientas que nos posicionen como (DTI)
- Atraer turismo extranjero
- Apertura a nuevos mercados con un producto turístico diferenciado y sostenible
- Promoción y posicionamiento de marca: “Risaralda un destino lleno de vida”.
- Estrategia unificada de promoción turística de destino Risaralda
- Dar visibilidad a las poblaciones de los territorios como tesoro del departamento

3.2.6 Sostenibilidad

- Incorporación de criterios de sostenibilidad en el diseño y operación de actividades turísticas
- Fomentar un turismo más sostenible, disminuir residuos y aumentar inversión en (ECC) estudios de capacidad de carga.
- Incorporar e implementar acciones de sostenibilidad ambiental en la actividad turística
- Atractivos y experiencias con manuales de administración, operación y sostenibilidad
- Uso de suelos regulados y sus planes de manejo
- Sostenibilidad del destino

3.2.7 Infraestructura

- Desarrollo de productos de alto valor y gasto
- Fortalecimiento de procesos de formación en competencias para P.S.T (cursos, talleres, foros, diplomados)
- Mejoramiento de las condiciones de accesibilidad: física y comunicación para personas en condición de discapacidad
- Mejorar la accesibilidad turística
- Mejorar la infraestructura vial a municipios

- Vías terciarias en buen estado

3.2.8 Innovación

- Capacitar a las poblaciones en apropiación de tecnologías y su aplicación en el quehacer diario
- Contar con un City Tour para Risaralda
- Fomentar la vocación turística
- Ser la principal región de mayor consumo de café especial

3.2.9 Internacionalización

- Obtener las certificaciones internacionales requeridas y necesarias
- Fortalecer convenio entre el gobierno y el sector turismo

3.3. Identificación de apuestas del sector Turismo al 2032

- Acciones reales de impacto por el clima, que vinculen a las comunidades locales (sostenibilidad)-Vincular las comunidades locales es un valor agregado para los turistas extranjeros ya que son conocedores del territorio y ayudan a la conservación de las áreas -Empoderamiento de las comunidades locales-sean prestadores de los servicios turísticos
- Turismo científico de naturaleza-Como promover el turismo científico donde el turista aporte con las experiencias de visita insumos-fotos-textos que nutran los documentos del lugar visitado
- Dar a conocer la oferta del territorio ya que en las ferias de turismo cada ente expone y oferta lo suyo no la capacidad de la región.
- Lograr el compromiso de la administración municipal para incluir el turismo en los POT y Planes desarrollo.
- Los sectores identificados como anclas (T. Naturaleza, T Reuniones, T bienestar, T. cultural) puedan jalonar otros sectores del turismo que son poco conocidos.

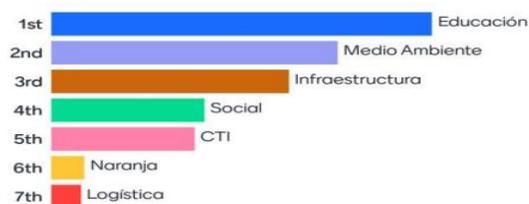
- Crear y solidificar una asociación del sector turístico del departamento con el cual se puedan dar soluciones en conjunto a problemáticas de región, unir la oferta turística de la región por medio de la asociación
- Identificar cual es la mesa de trabajo que articula el turismo de la región, ya que hay muchos espacios de trabajo donde se duplican las acciones y no se saca un producto consensado
- Sensibilización constante a los gobernantes que toman decisiones- donde se respeten los compromisos de mesas de trabajo-hacer seguimiento a las tareas y avances en los procesos
- Integrar las cadenas productivas locales a la oferta de los demás municipios así se fortalecería la cadena de valor turística del territorio.
- Uso de TICS para mejorar la competitividad turística
- Encadenamiento productivo en el sector turismo, bajo criterios de comercio
- Desarrollo de inteligencia artificial para el sector- toma de decisiones
- Actualización de los planes municipales de desarrollo turísticos con criterios de sostenibilidad
- Observatorio de turismo sostenible del departamento de Risaralda- gestión de información turística
- Centro de información turística, datos reales, decisiones inteligentes
- Agroturismo, naturaleza y cultura; turismo en dos ruedas, convenciones, incentivos, bodas, salud
- Una apuesta desde la política pública para la destinación de recursos para turismo
- Fortalecer el mercado digital para la promoción del destino
- Inclusión de variables turísticas en procesos de planificación del territorio a nivel municipal, departamental y de región.
- Fortalecimiento de la ruta turística centro occidente fase II (Actualizar línea base, Fortalecimiento PS.T y otros actores de la cadena)
- Procesos de apropiación social del patrimonio natural y cultural en el PCC (Educación)
- Mejorar la comunicación del destino a nivel nacional e internacional

- Agenda turística para Risaralda 2032, diversificada, diferenciada y sostenibilidad
- Turismo justo, equitativo y sostenible
- Turismo comunitario y sostenible de naturaleza
- Promover la oferta turística de la región en el extranjero
- Formación en educación formal (posgrados y pregrados) y educación continua (diplomados, cursos, talleres)
- Capacidad de carga
- Posicionamiento de marca
- Formación en segundo idioma
- Observatorio en funcionamiento para la toma de decisiones
- Actualización y planificación territorial (POT, PBOT, Uso de suelos, PS Turismo)
- Observatorio de turismo y estadísticas de impacto en el departamento
- Formación: (Técnica, Segundo idioma)
- Creación de destinos con estudios técnicos previos (Estudios de capacidad de carga, PMT y PST)
- Destino sostenible, confiable y bioseguros (Ética, gobernanza)
- Capacitación y formalización
- Promover oferta turística del país en el exterior

3.4. Identificación de sectores transversales que más contribuyen para afrontar los retos del sector

¿Cuáles son los sectores transversales que más contribuirían para afrontar los retos del sector ?
(Establezca el orden de prioridad)

Mentimeter



Este documento fue elaborado por Natalia Garcia Zapata Directora Ejecutiva CRCI en colaboración con el equipo de trabajo de la Comisión Regional de Competitividad de Risaralda

3.5. Identificación de nuevos actores sectoriales

¿Qué otros actores del sector son importantes identificar?		
<ul style="list-style-type: none"> • Empresarios • Grupos de investigación • FECOMAR • Parques Nacional • Unisarc • AMCO • Asoturismo • Acotur • Parques Nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Inversionistas • Policía de Turismo • Comunidad • Nodo regional economía naranja • AMCO • SENA • Escuela de Aviación Pacífico 	<ul style="list-style-type: none"> • Areas Protegidas de Risaralda • CARDER • Alcaldías municipios • FECOMAR • Yarumo Blanco • ProRisaralda

3.6. Identificación de información sectorial

¿Qué otros insumos de información se pueden considerar?		
<ul style="list-style-type: none"> • Planes de Manejo de Areas Protegida • Estudio de impacto del turismo procolombia • Información de Ocupación Hotelera • Política de turismo sostenible • Agencia de turismo CARDER 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan regional de Negocios Verdes • POT • Ley de turismo de Colombia • CONPES SNAP • Índice de competitividad turística del departamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Agenda de Turismo CARDER • Ruta Turística de Centro occidente • Manual de turismo sostenible FONTUR

3.6 Programas, proyectos e iniciativas PPIs

- Recopilar la historia del territorio
- Generar sentido de pertenencia hacia el departamento
- Emplear un punto de información como territorio unificado

Este documento fue elaborado por Natalia Garcia Zapata Directora Ejecutiva CRCI en colaboración con el equipo de trabajo de la Comisión Regional de Competitividad de Risaralda

- Desarrollar una plataforma de oferta de servicios turísticos que facilite la información
- Crear mesas técnicas de turismo regional
- Implementar un pasaporte del café Colombia
- Implementar el proyecto de turismo científico de naturaleza apoyado en TIC en áreas protegidas de Risaralda
- Fortalecer la red vial (2° y 3°) conectada, eficiente y sostenible; articulada a las rutas turísticas
- Fortalecer el clúster IREC
- Proyecto Arboretum-torre con diferentes opciones de propuestas desarrollo económico y turístico

3.7 Retos/apuestas a los que le aporta.

- Fortalecer un plan de mercadeo que le de identidad al destino ¿somos café? ¿Naturaleza? ¿Pueblos con encanto? ¿Salud? ¿Avistamiento?
- Implementar indicadores de validación de calidad turística
- Institucionalizar eventos y congresos en el departamento
- Asociar a la comunidad identificada y articularla al proceso
- Desarrollar Sostenibilidad, innovación, datos y conocimiento en el departamento

3.8 Actores participantes en las mesas:

Gremios prestadores, Operadores, Empresas de transporte, UTP, CARDER, Alcaldía, Fecomar, Sirap, Alcaldía de Dosquebradas, Procolombia, Gobernación de Risaralda, Cotelco Risaralda, Entre ríos tour, Comfamiliar Risaralda, Cámara de Comercio de Dosquebradas, Cámara de Comercio de Pereira, Agencia de Promoción, Invest in Pereira, Convention Bureau.

3.9 Ruta de articulación entre las instituciones y las empresas para la gestión de los PPIs

- Emplear una red de destino turístico inteligente o emergente hacia un turismo sostenible
- Generar un representante por sector bajo un directorio organizacional
- Compartir conocimiento entre gobierno y empresas turísticas
- Acceder a la Comisión Regional de Competitividad para gestionar recursos públicos para la inversión en proyectos de infraestructura: regalías, transferencias y fontur
- Fortalecer la continuidad de procesos anteriores: producto, web, mapeo de actores, cifras, estrategias y mercados

3.10 Barreras de acceso para la internacionalización:

- Baja formación en Idiomas
- Bajas habilidades en Barismo y catación de café
- Intercambio de experiencias

3.11 Proposiciones para el acompañamiento de la CEPAL:

- Falta de una curaduría para el sector
- Línea base del sector
- Línea base:
- Prestadores RNT, redes/gremios, clúster/asociaciones, portafolios/paginas, web institucional
- Categorización y Evaluación:
- Producto, servicio, mercado
- Priorización, apuesta por fases



Este documento fue elaborado por Natalia García Zapata Directora Ejecutiva CRCI en colaboración con el equipo de trabajo de la Comisión Regional de Competitividad de Risaralda

3.14 Intervención: Geraldin Velásquez Vega - Gestora Territorial Paisaje Cultural Cafetero en Viceministerio de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Colombia recibió a 2.1 millones de visitantes no residentes al país en el 2021, representando un 47% más que en 2019 y más de 52% que el 2020, cifra que aumento en lo que lleva el presente año, pues solo en el mes de febrero entraron al país 2.6 millones por tráfico aéreo y contando con un 51.2% en ocupación hotelera durante el mismo periodo, paralelamente de incremento en 78.8% los visitantes a parques nacionales naturales frente a 2021. El turismo aportó 38.9 billones al Producto Interno Bruto durante el 2021. Para el 2022 se estima que Colombia reciba alrededor de 2.7 millones de visitantes no residentes en el país y que este aporte cerca de 48 billones al Producto Interno Bruto al cierre de diciembre del presente año. En cuanto a materia de conectividad Colombia cuenta con 76 rutas aéreas, esperando agregar 10 nuevas rutas este año.



Desde el Ministerio de comercio, industria y turismo se está prospectando el plan sectorial de turismo 2022-2026, buscando solución a la debilidad en la generación de capacidades para la consolidación de un desarrollo sostenible y responsable en el país y que permita la innovación de las practicas gubernamentales,

Este documento fue elaborado por Natalia Garcia Zapata Directora Ejecutiva CRCI en colaboración con el equipo de trabajo de la Comisión Regional de Competitividad de Risaralda

empresariales, de las comunidades y los territorios, disminuyendo las oportunidades para la creación de valor social y económica para la oferta turística. Para la problemática anterior se manejan siete ejes, cada una con su problemática y sus causas.

- **Innovación:**

Problema: limitada aplicación y desarrollo de factores de innovación tecnológica, no tecnológica y social.

Causas: Transformación digital, Innovación social, Soluciones inteligentes y basadas en la naturaleza, Reactivación post COVID-19 e Información pertinente.

- **Sostenibilidad ambiental:**

Problema: Deficiente sostenibilidad ambiental de las actividades y servicios turísticos en Colombia, que afecta la integridad del capital natural, las condiciones de vida de las comunidades locales, la productividad de los emprendimientos y negocios turísticos, la competitividad de los destinos, y la sofisticación de la demanda del sector.

Causas: Acción por el clima, Economía circular y Crecimiento ecológico

- **Turismo responsable y ético:**

Problema: Insuficiente aplicación de principios y herramientas de responsabilidad, acceso universal y ética al desarrollo turístico.

Causas: Accesibilidad, Enfoque diferencial, Trabajo decente, Comercio justo y Turismo social.

- **Gobernanza y finanzas:**

Problema: Debilidad de los actores, instrumentos y esquemas de participación en el sector turismo. Escaso presupuesto destinado al desarrollo turístico.

Causas: Descentralización, Cooperación público-privada, Modelo de gestión territorial y gestión del riesgo en turismo + seguridad turística + higiene y salubridad + recuperación post covid.

- **Impulso a la demanda turística:**

Problema: Reducción y pérdida de los segmentos tradicionales de la demanda de viajeros a nivel nacional e internacional.

Causas: Mercadeo y Promoción

- **Desarrollo de la oferta turística:**

Problema: Limitado desarrollo de productos y actividades turísticas que generen beneficios a los destinos y posicionamiento efectivo del país.

Causas: Destinos y productos, Desarrollo empresarial, Desarrollo del talento humano, Infraestructura e inversión, Calidad y Facilitación.

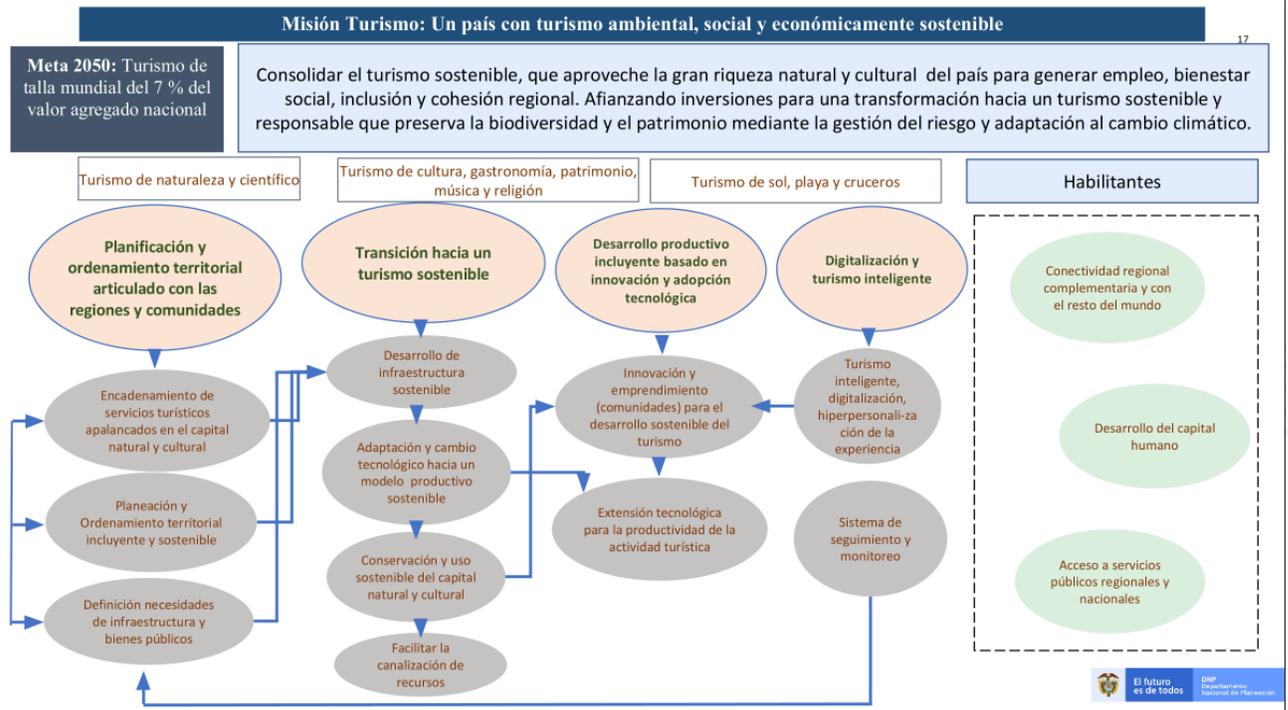
- **Internacionalización:**

Problema: Debilidad de las conexiones de los mercados, de las empresas, instituciones y personas que hacen parte del turismo colombiano con las fuentes de conocimiento, inversión y tecnología a nivel mundial.

Causas: Unidos por Colombia, Productividad para la internacionalización, Cadenas globales y regionales, Turismo de exportación y adaptación estratégica.

Aparte del plan sectorial de turismo 2022-2026, desde el ministerio también se habla de Visión Colombia 2050, la cual se traduce en una Misión de Turismo Sostenible: Un país con turismo ambiental, social y económicamente sostenible, la cual tiene como meta al 2050 generar un turismo de talla mundial del 7% del valor agregado nacional consolidando el turismo sostenible y aprovechando la gran riqueza natural y cultural del país generando empleo, bienestar social, inclusión y cohesión regional. Afianzando inversiones para una transformación hacia un turismo sostenible y

responsable que preserva la biodiversidad y el patrimonio mediante la gestión del riesgo y adaptación al cambio climático.



Este documento fue elaborado por Natalia García Zapata Directora Ejecutiva CRCI en colaboración con el equipo de trabajo de la Comisión Regional de Competitividad de Risaralda