

COLOMBIA PRODUCTIVA



Somos el aliado de la industria para ayudarla a producir más, con mejor calidad, mayor valor agregado y sofisticación.

LAS EMPRESAS SON EL MOTOR DE NUESTRAS ACCIONES.

La Calidad como estrategia para el incremento de la competitividad del sector Turismo en Colombia



Colombia Productiva en el sector comercio, industria y turismo



El progreso
es de todos

Mincomercio

Formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas en materia de comercio, industria y turismo en el país.

innpuls
Colombia

Promueve el emprendimiento y la innovación para aumentar la competitividad.

**EMPRESAS MÁS
INNOVADORAS**

**Colombia
Productiva**
PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA - PTP

Aliado para producir más, con mejor **calidad** y mayor valor agregado, y aprovechar los TLC.

**EMPRESAS MÁS
PRODUCTIVAS**



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Ayuda a las empresas a exportar, y atrae inversión extranjera y viajeros internacionales.

**EMPRESAS MÁS
EXPORTADORAS**



FIDUCOLDEX
Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S. A.

BANCOLDEX
PROMUEVE EL DESARROLLO EMPRESARIAL



Ofrecen instrumentos financieros para el crecimiento empresarial del aparato productivo.

**Colombia
Productiva**
PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA - PTP



¡Aquí hay una
oportunidad!



1500

MILLONES DE
POTENCIALES
CLIENTES



El progreso
es de todos

Mincomercio

Colombia Productiva trabaja con sectores con alto potencial competitivo



AGROINDUSTRIA

- Alimentos procesados
- Cacao y sus derivados
- Cafés especiales y derivados de café
- Frutas y sus derivados
- Piscicultura
- Lácteos
- Carne bovina



MANUFACTURAS

- Cosméticos y aseo
- Farmacéuticos
- Ind. de la construcción
- Ind. del movimiento
- Plásticos y pinturas
- Química básica
- Sistema moda



SERVICIOS

- Turismo
- BPO, KPO e ITO
- Software y TI

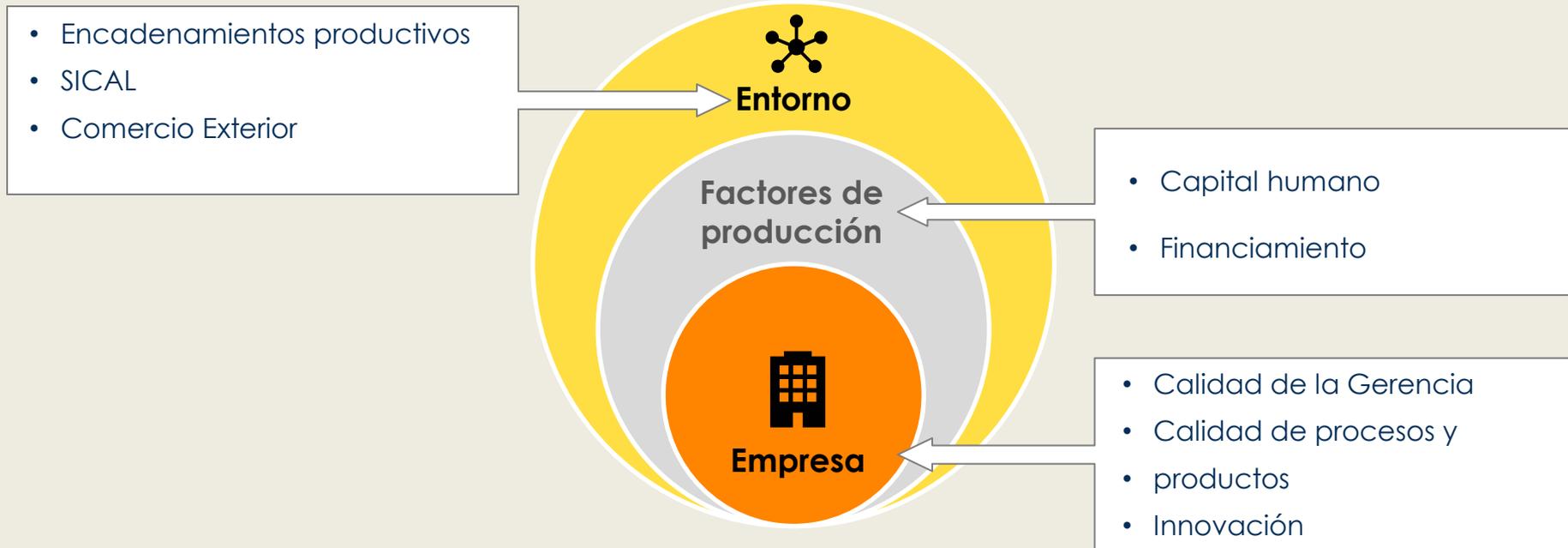


El progreso
es de todos

Mincomercio



DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD



Fuente: DNP



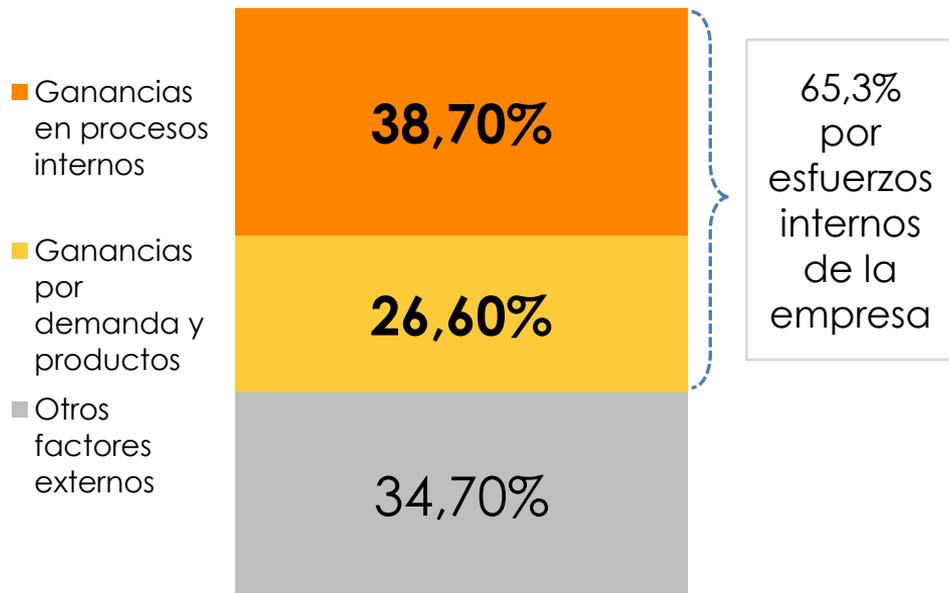
El progreso
es de todos

Mincomercio



La productividad crece por factores internos de las empresas

Factores que explican la **productividad** en las empresas



Fuente: Eslava y Haltiwanger (2016)

- ⚙ Colombia mantiene un bajo crecimiento de la productividad y, por lo tanto, una baja incidencia de la productividad en el crecimiento económico del país.
- ⚙ La política de desarrollo productivo debe atender estos dos frentes.
- ⚙ **82%** de las mejoras productivas de empresas de países en desarrollo provienen de asimilación de tecnologías y métodos existentes.

MCKinsey Global Institute.

La calidad es la base de la productividad



El desafío en Calidad y Productividad



PROCESO PRODUCTIVO

60%

No sabe cuántos días necesitan para producir un producto o servicio.

6 de cada 10



PERSONAL

65%

Tiene problemas de rotación de personal.

6 de cada 10



CONSUMO DE ENERGÍA

80%

Utiliza equipos de alto consumo de energía y no son eficientes energéticamente.

8 de cada 10



LOGÍSTICA

65%

No entrega a tiempo a sus clientes.

6 de cada 10



CALIDAD

65%

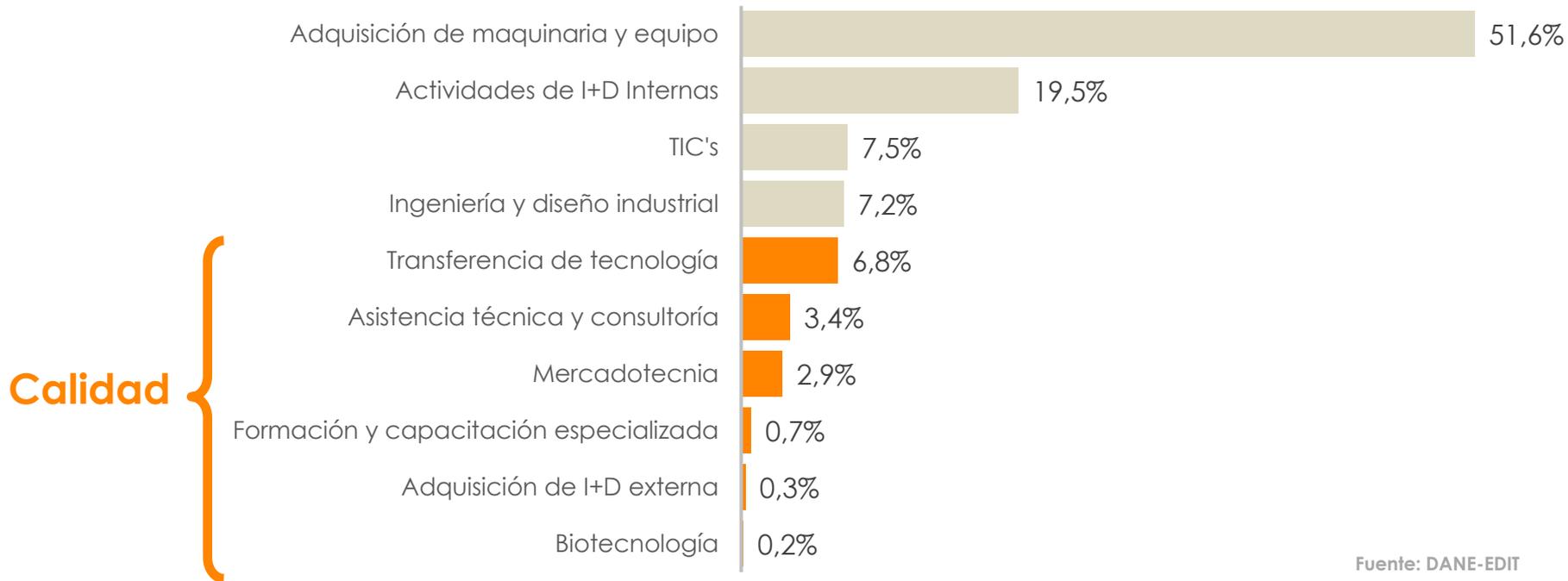
No tiene algún tipo de certificación de calidad.

6 de cada 10



Empresas mantienen bajos niveles de inversión en actividades estratégicas para el crecimiento de la productividad

Inversión de empresas en actividades científicas, tecnológicas y de innovación



El progreso
es de todos

Mincomercio



PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA - PTP

La Calidad base de la Productividad



**PROCESO PRODUCTIVO EN SERVICIOS, MANUFACTURA,
AGROINDUSTRIA**

✓ QUÉ ES CALIDAD?

- LO MÍNIMO QUE MERECE UN CLIENTE
- HACER LAS COSAS BIEN DE FORMA EFICIENTE



EL DESAFÍO:



✓ GENERAR CULTURA DE CALIDAD:

- Calidad si es obligatorio.
- Calidad es costoso.
- El cliente no lo pide.
- No exporto servicios ni está en los planes de la compañía.



¿Cuál es la situación actual en los sectores productivos?

¿Tamaños? ¿Certificaciones?



INDUSTRIA SIN ESTÁNDARES

80%

de las Mipymes,
aproximadamente, tiene cultura
de calidad limitada
a cumplimiento obligatorio



INDUSTRIA GLOBAL



ESTRATEGIAS EMPRESARIALES SIN IMPACTO

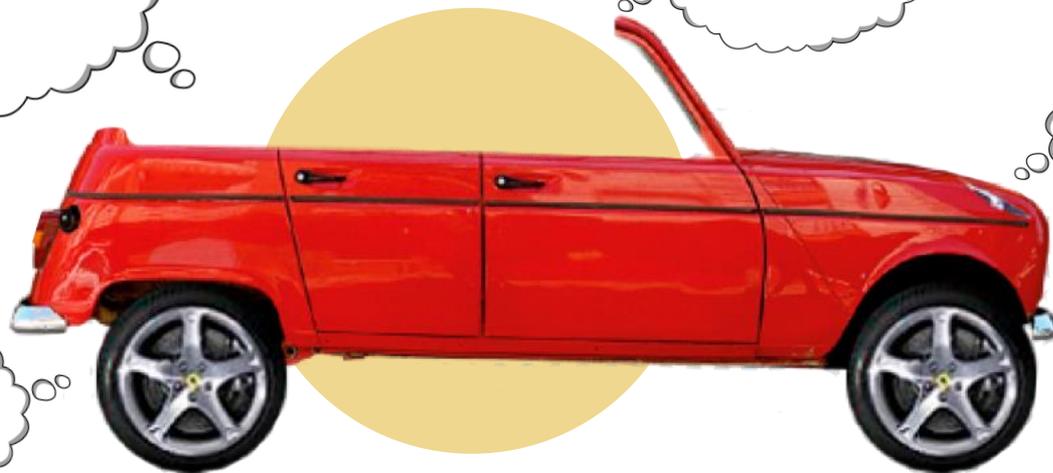


DESCAPOTADO

COLOR

LUCES

LLANTAS



TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA



Ferrari



SERVICIOS DE CONFIANZA



VOLUNTAD GERENCIAL



ADECUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA

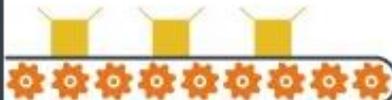
CAPITAL HUMANO



EVALUACIÓN DE CALIDAD

DESARROLLO PROVEEDORES

ADECUACIÓN TECNOLÓGICA



ADECUACIÓN DE PROCESOS

Implementación de estándares

EL DESAFÍO

Aumentar los estándares de calidad de las empresas colombianas para:

- ✓ El incremento de su productividad.
- ✓ Garantizar su sostenibilidad.
- ✓ Para la generación de más y mejores empleos.
- ✓ Protección del consumidor.
- ✓ Mejoramiento de la economía del país.
- ✓ El aprovechamiento del mercado global.





GESTIÓN DE CALIDAD

Eje Transversal

Estrategia



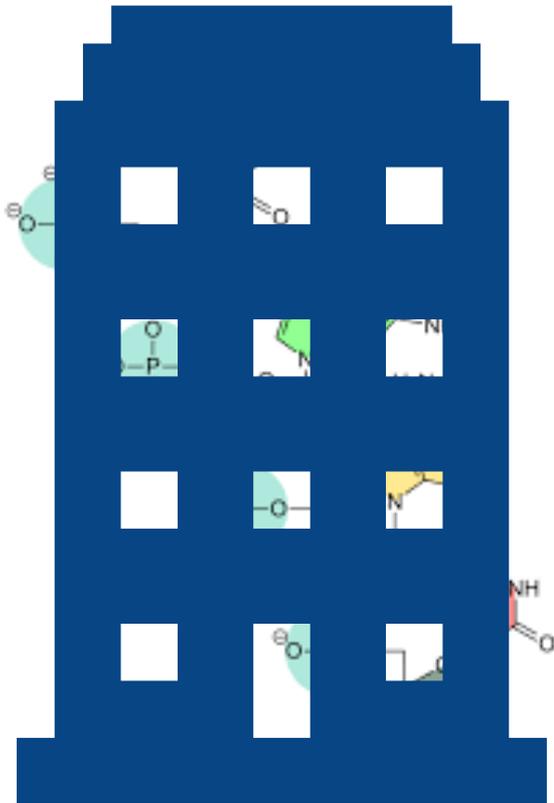


CALIDAD

Incorporar en el ADN de las empresas la cultura de calidad y que ésta como un pilar de su estrategia de competitividad les permita el incremento de su productividad.



Calidad: ADN de la Productividad Empresarial



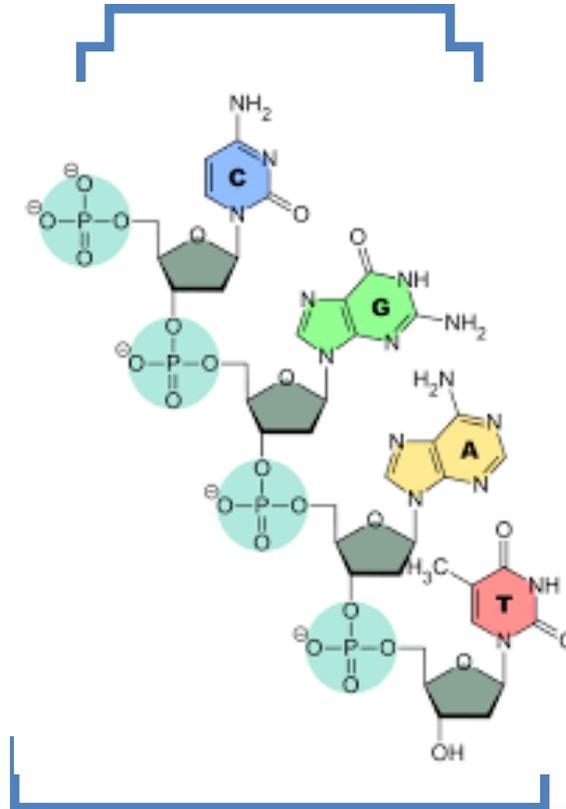
Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio

Calidad: ADN de la Productividad Empresarial



Calidad de Procesos

Un programa de:



El progreso es de todos

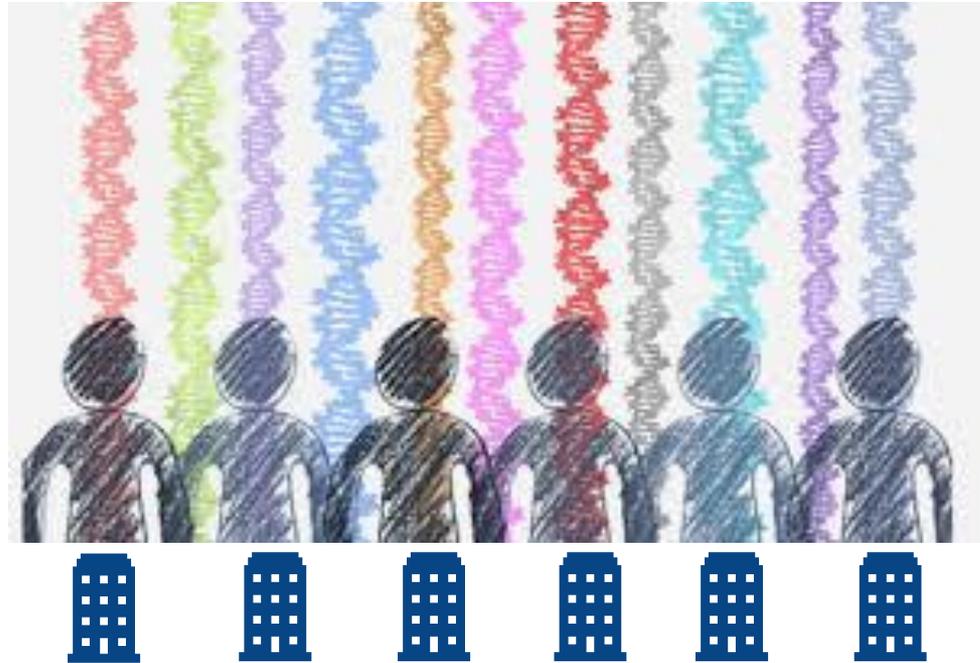
Mincomercio

En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:
• SENA
• BANCÓLDEX
• MINVIENDA
• MINTIC

Calidad: ADN de la Productividad Empresarial



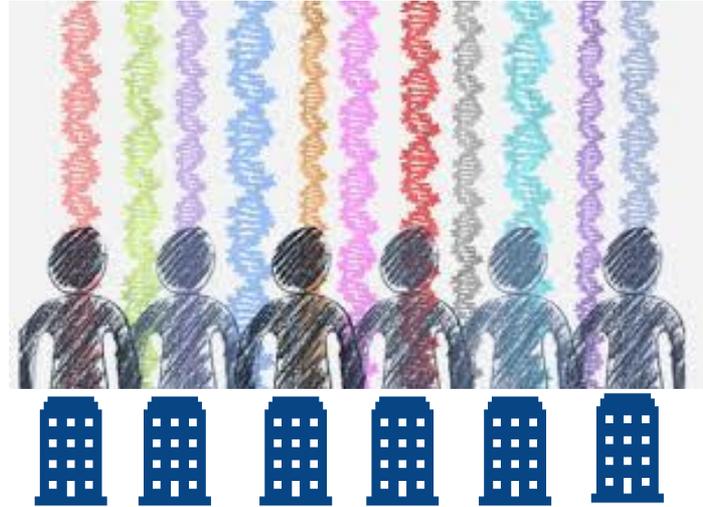
Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio

Calidad: ADN de la Productividad Empresarial



ISO **9001**

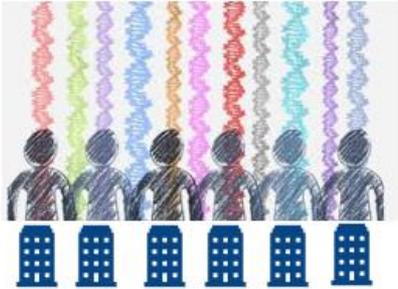
Un programa de:



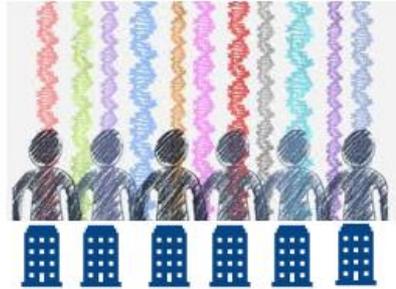
El progreso es de todos

Mincomercio

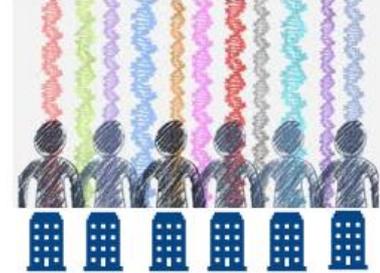
Calidad: ADN de la Productividad Empresarial



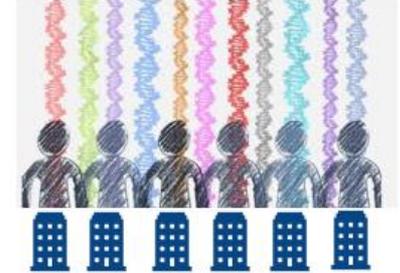
TURISMO CULTURAL



TURISMO DE NATURALEZA

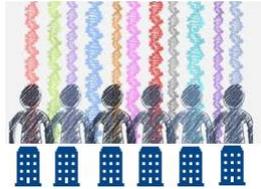


TURISMO MICE

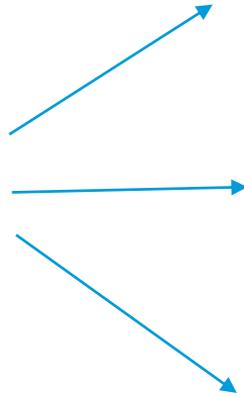


TURISMO DE BIENESTAR

Calidad: ADN de la Productividad Empresarial



**TURISMO DE
NATURALEZA**



ECOTURISMO



RURAL



AVENTURA

Un programa de:

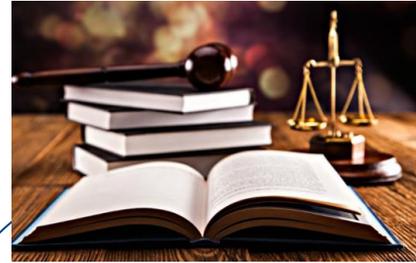
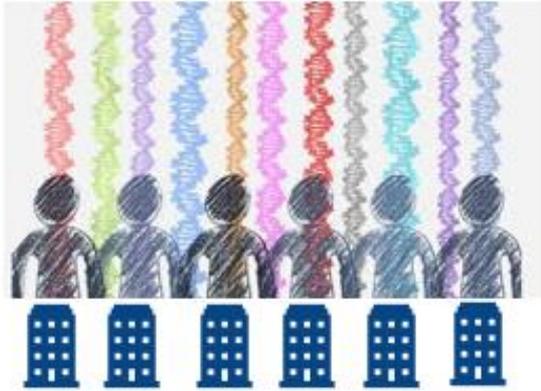


El progreso
es de todos

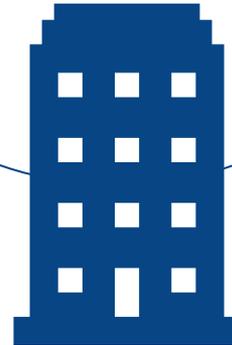
Mincomercio

**Colombia
Productiva**
PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO

Calidad: ADN de la Productividad Empresarial



Normas: QUE



CÓMO



Un programa de:

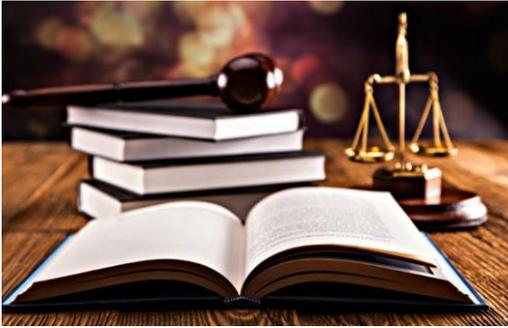


El progreso es de todos

Mincomercio

Colombia Productiva
PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO

Calidad: ADN de la Productividad Empresarial

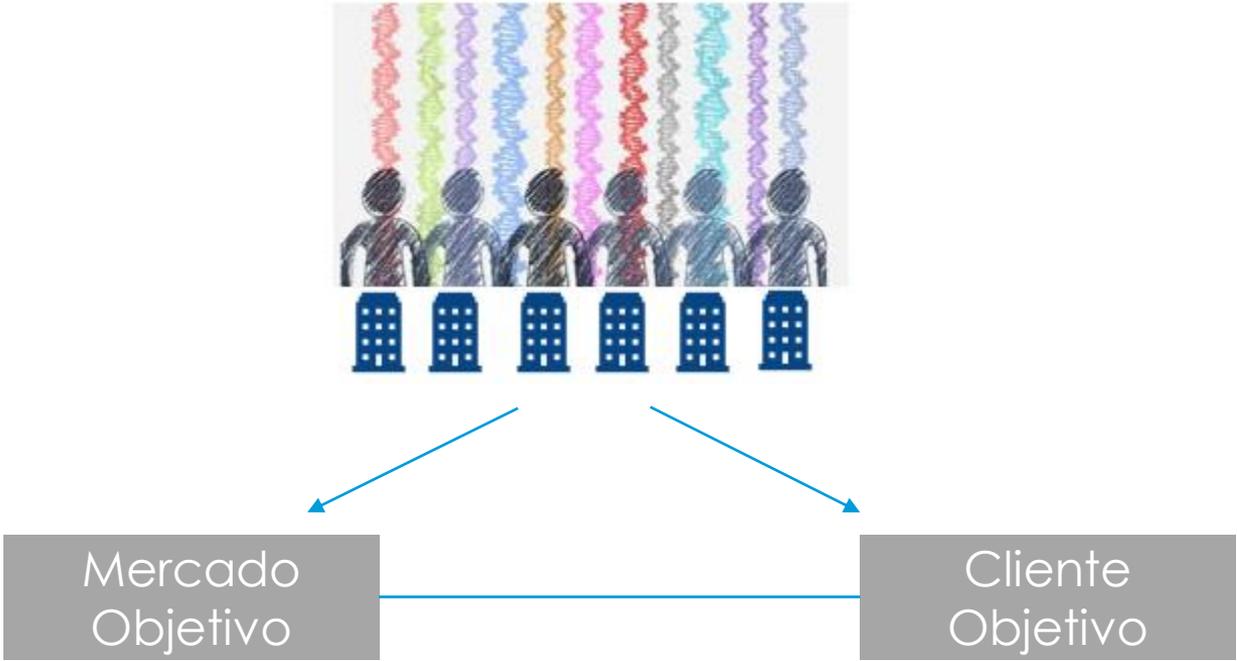


Normas



- Organizar los procesos de las empresas para la productividad: sistemas de gestión de calidad.
- Garantizar que los procesos cumplen una función especial: sostenibilidad.
- Garantizar seguridad y protección de la vida.

Calidad: ADN de la Productividad Empresarial



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio

Ciclo de vida subproductos turismo de naturaleza en el mundo



Volumen de mercado mundial:  Alto  Medio  Bajo



ECOTURISMO

- El Eco-turista tiende a ser culto, maduro y enfocado en el medioambiente, pero mantiene una conducta de compra con los criterios tradicionales (precio, confort, servicios, calidad, etc.)¹
- 64 millones de ecoturistas internacionales al año (OMT, 2007)

TURISMO DE AVENTURA

- El turismo de aventura tiene un fuerte crecimiento mundial, con dos grandes segmentos, donde la aventura suave representa mayor oportunidad de negocio²
- 23 millones de turistas de aventura anuales; 89 billones valor global del mercado (ATTA, 2009); un crecimiento anual del 15 – 20% (1994 – 2004) (OMT, 2005)

TURISMO RURAL

- El Turismo Rural presenta conceptos distintos en LATAM, con visitantes de diferentes niveles económicos y donde se valora la recuperación del mundo de “campo”.
- 4 millones de viajeros en España (2007) con un gasto medio por turista rural durante un fin de semana de 169€; crecimiento del sector del 10 – 15% entre 1996 – 2006³

VISIÓN DE MERCADO

Colombia tiene el potencial de diferenciar su posicionamiento de turismo de naturaleza mezclando sus elementos físicos



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio

VISIÓN DE MERCADO

...conjuntamente con sus elementos emocionales y posicionarla como un destino de naturaleza exótico, de calidad y sostenible



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio

✓ QUÉ ES CALIDAD?

- LO MÍNIMO QUE MERECE UN CLIENTE
- HACER LAS COSAS BIEN DE FORMA EFICIENTE





**El progreso
es de todos**

Mincomercio

CALIDAD TURÍSTICA

21 de Abril de 2020



1

¿Qué es la Calidad
Turística?



La Calidad Turística Según OMT:

“Es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural”

“

La calidad se gestiona; no es fruto de la casualidad. La calidad conseguida a través de la gestión, todavía entendida por muchos como un “valor añadido”, es una cuestión de competitividad, cuando no de supervivencia.”

————— Gestión de Calidad - UNWTO —————

En el ámbito del turismo, la calidad no consiste únicamente en producir “cero defectos” y cumplir los requisitos básicos, sino que, además, implica un plus de atención, innovación y excelencia.

No se trata simplemente de atender las expectativas del cliente, sino de ir más allá.

Gestión Calidad - UNWTO



2

PLANES Y POLÍTICAS



POLÍTICA DE CALIDAD TURÍSTICA

EJE TEMÁTICO 1
CALIDAD EN LOS
DESTINOS TURÍSTICOS

OBJETIVO GENERAL

Mejorar los niveles de calidad en la prestación de los servicios turísticos al generar una cultura de excelencia en los prestadores de servicios turísticos y destinos, como estrategia para posicionar a Colombia como un destino diferenciado, competitivo y sostenible

EJE TEMÁTICO 2:
CALIDAD EN LOS
PRESTADORES DE
SERVICIOS TURÍSTICOS

Normalización
para
prestadores y
destinos
turísticos

Certificación
para
prestadores de
servicios
turísticos y
destinos
turísticos

Generación de
incentivos para
promover la
calidad en el
sector.

Promoción
para generar
una cultura de
calidad
turística.

PLANES DEL ORDEN NACIONAL

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

El sector turismo contribuye a mejorar la competitividad de Colombia insertándose en el mercado internacional como destino innovador, diverso y de alto valor, bajo principios de sostenibilidad, responsabilidad y calidad.

PLAN SECTORIAL DE TURISMO

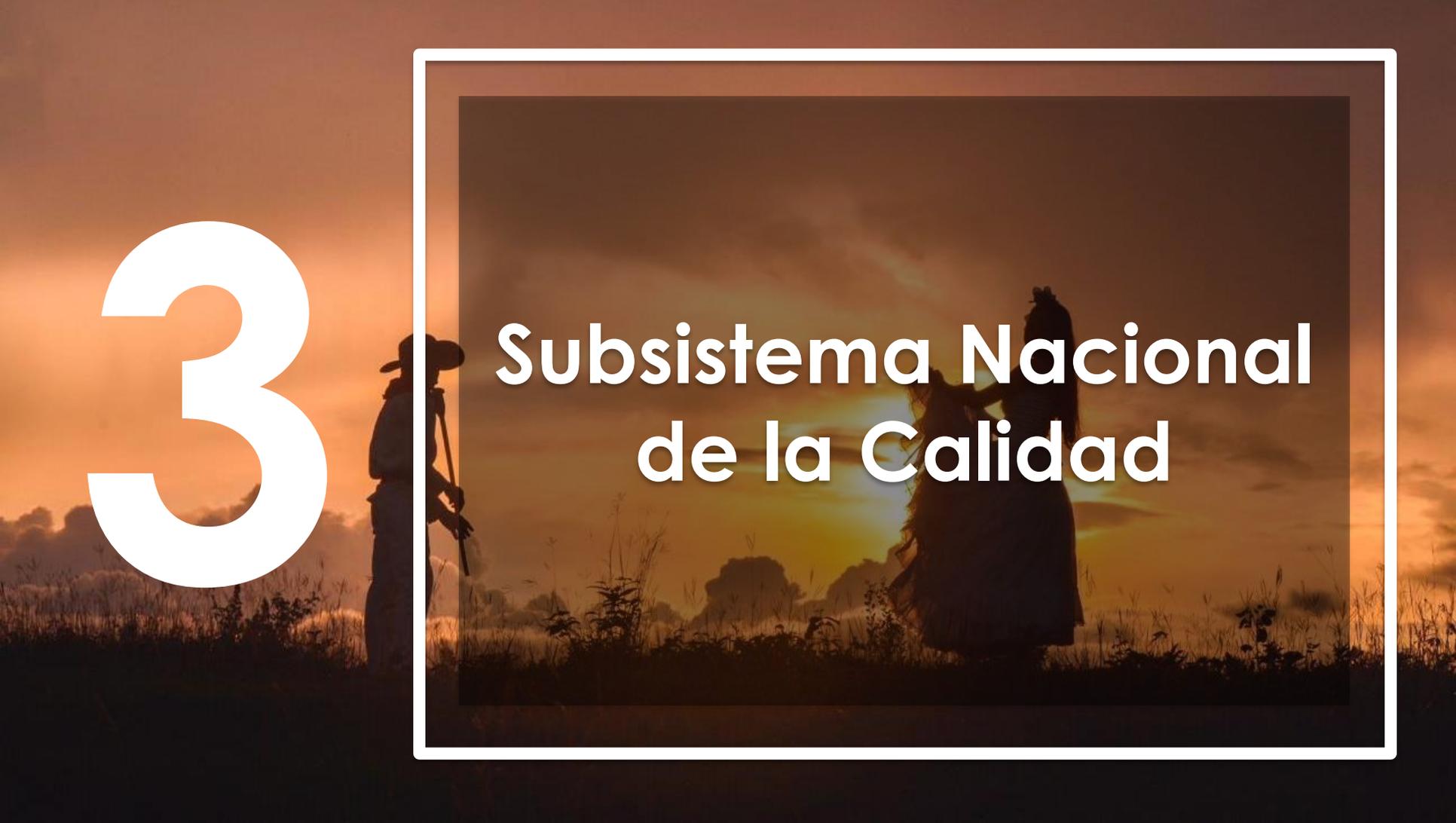
Actualizar la normalización técnica sectorial según las necesidades del sector, las realidades regionales y los estándares internacionales de calidad y sostenibilidad.

Promover los procesos de certificación en la NTS de destinos NTSTS 001-1 de manera articulada con Mincultura y MinAmbiente.

PLAN OPERATIVO

Implementar la Estrategia de Calidad Turística

3

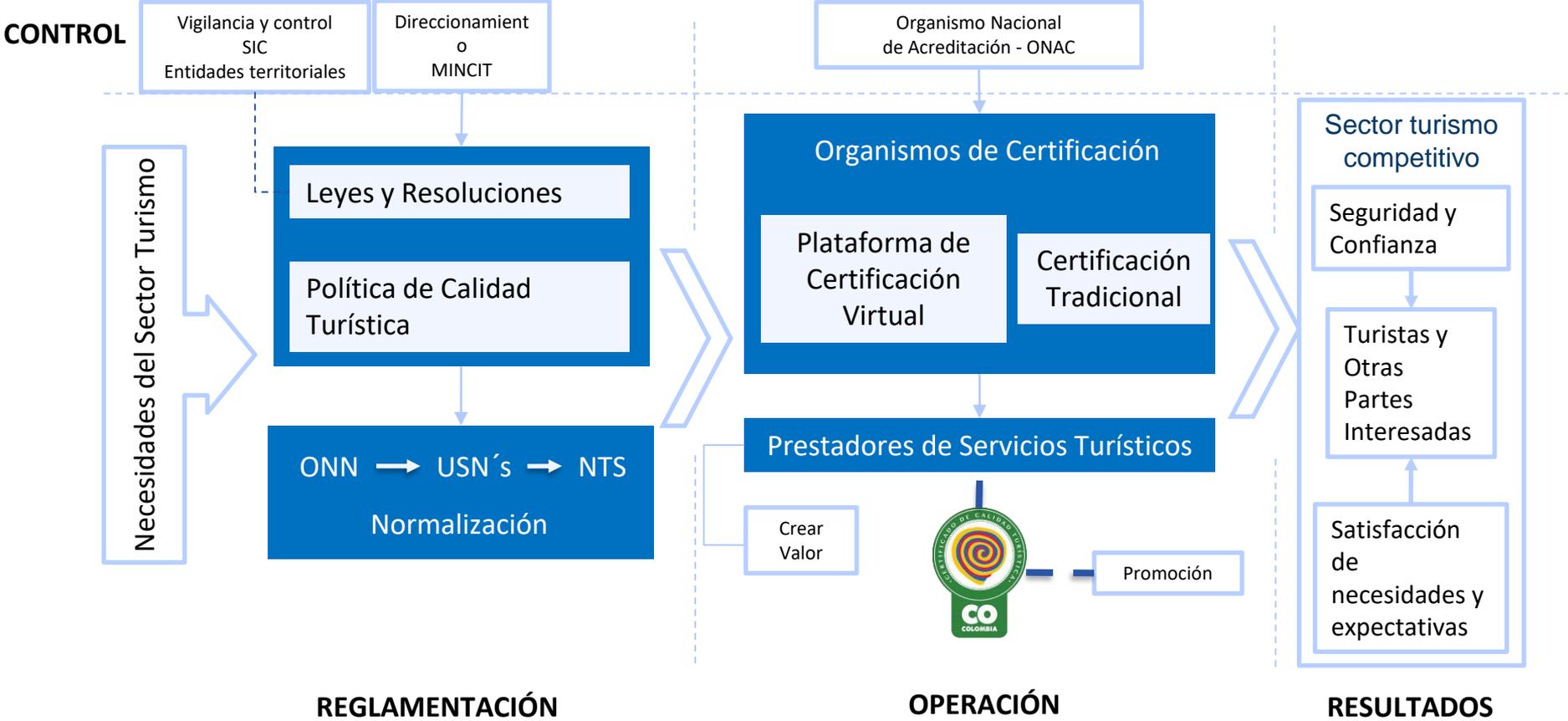
The background of the slide is a sunset scene with silhouettes of people in a field. On the left, a person stands with a long staff. In the center-right, two people are embracing. The sky is a mix of orange, yellow, and dark brown, with some clouds. The entire scene is framed by a white border.

Subsistema Nacional de la Calidad

ESQUEMA GENERAL DEL SUBSISTEMA NACIONAL DE LA CALIDAD (DNCA)



LA CALIDAD TURÍSTICA EN EL SUBSISTEMA NACIONAL DE CALIDAD





4

NORMALIZACIÓN



UNIDADES

SECTORIALES

DE

NORMALIZACIÓN

Turismo Sostenible
U. Externado

Alojamiento y hospedaje
Cotelco

Agencias de viajes
CPA

Guías de Turismo
CPG

Tiempo Compartido
Astiempo

Industria Gastronómica
Acodrés

Proceso de Normalización

Detección de la necesidad de normalización

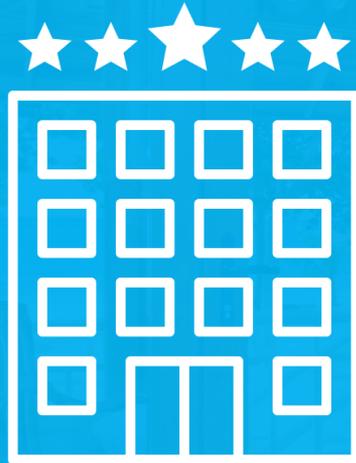
Norma Técnica Sectorial



Participan

Usuarios, MinCIT, ONN,
Expertos, Gremios,
Universidades y PST

¿QUÉ ÁREAS CUBREN LAS NTS? (ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE)



- Realización de actividades básicas para la prestación del servicio
- Prestación de servicio de recepción y reservas
- Atención del área de conserjería
- Manejo de valores e ingresos
- Categorización por estrellas de hoteles
- Posadas turísticas
- Alojamientos rurales
- Apartamentos turísticos
- Apartahoteles
- Recintos de campamento o camping
- Hostales requisitos de planta y servicio

¿QUÉ ÁREAS CUBREN LAS NTS? (TIEMPO COMPARTIDO)



- Requisitos del servicio de comercialización y gestión del servicio posventa.
- Guía para el cumplimiento de los requisitos de comercialización.

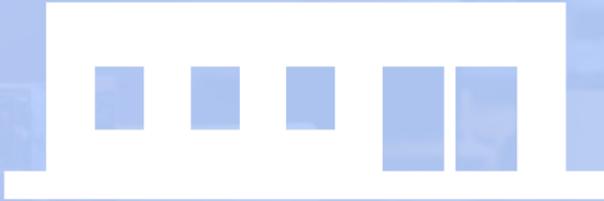


¿QUÉ ÁREAS CUBREN LAS NTS? (AGENCIAS DE VIAJES)



- Reservas en agencias de viajes
- Atención al cliente
- Infraestructura en agencias de viaje
- Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes
- Asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos
- Dirigir el área comercial en agencias de viajes
- Dirigir el área administrativa en agencias de viajes
- Dirigir el área financiera en agencias de viajes
- Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor
- Requisitos para la operación de actividades de rafting en turismo de aventura
- Operación de actividades de rapel en turismo de aventura
- Operación de actividades de espeleología recreativa en turismo de aventura
- Actividades de parapente en turismo de aventura
- Operación de congresos, ferias y convenciones
- Operación de actividades de cabalgata en turismo de aventura
- Operación de actividades de canyoning en turismo de aventura

¿QUÉ ÁREAS CUBREN LAS NTS? (GASTRONOMÍA)



- Preparación de alimentos.
- Servicio a los clientes.
- Control en el manejo de materia prima.
- Manejo de recursos.
- Coordinación de la producción.
- Infraestructura básica.
- Manipulación de alimentos.
- Categorización por tenedores.
- Seguridad industrial.
- Establecimientos de comida rápida.
- Buenas practicas en la prestación de servicios.

¿QUÉ ÁREAS CUBREN LAS NTS? (GUÍAS)



- Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos
- Recorridos guiados en museos
- Conducción de grupos en recorridos de alta montaña
- Conducción de pasajeros de cruceros
- Conducción de grupos en recorridos de cabalgata
- Prestación del servicio de guianza turística
- Conducción de la actividad de canyoning
- Prestación del servicio de guianza en una segunda lengua.

¿QUÉ ÁREAS CUBREN LAS NTS? (TURISMO SOSTENIBLE)



- Destinos Turísticos
- Playas Turísticas
- Sedes para Eventos

Requisitos de Sostenibilidad para:

- Alojamiento y Hospedaje
- Agencias de Viajes
- Gastronomía
- Transporte Terrestre
- OPC's
- Tiempo compartido



INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION



International
Organization for
Standardization

COMITÉ 228

- 11 Estándares de buceo
- 3 Estándares de turismo de salud: Talasoterapia, Spa y Balnearios médicos
- 1 Estandar para oficinas de información turística
- 1 Estandar para playas
- 1 Estandar para áreas protegidas
- 4 Estandares para turismo de aventura
- 3 Estandares para puertos de yates
- 1 Estandar para turismo industrial
- 1 Estandar para alquiler de barcos sin tripulación
- 1 Estandar para turismo sostenible

5

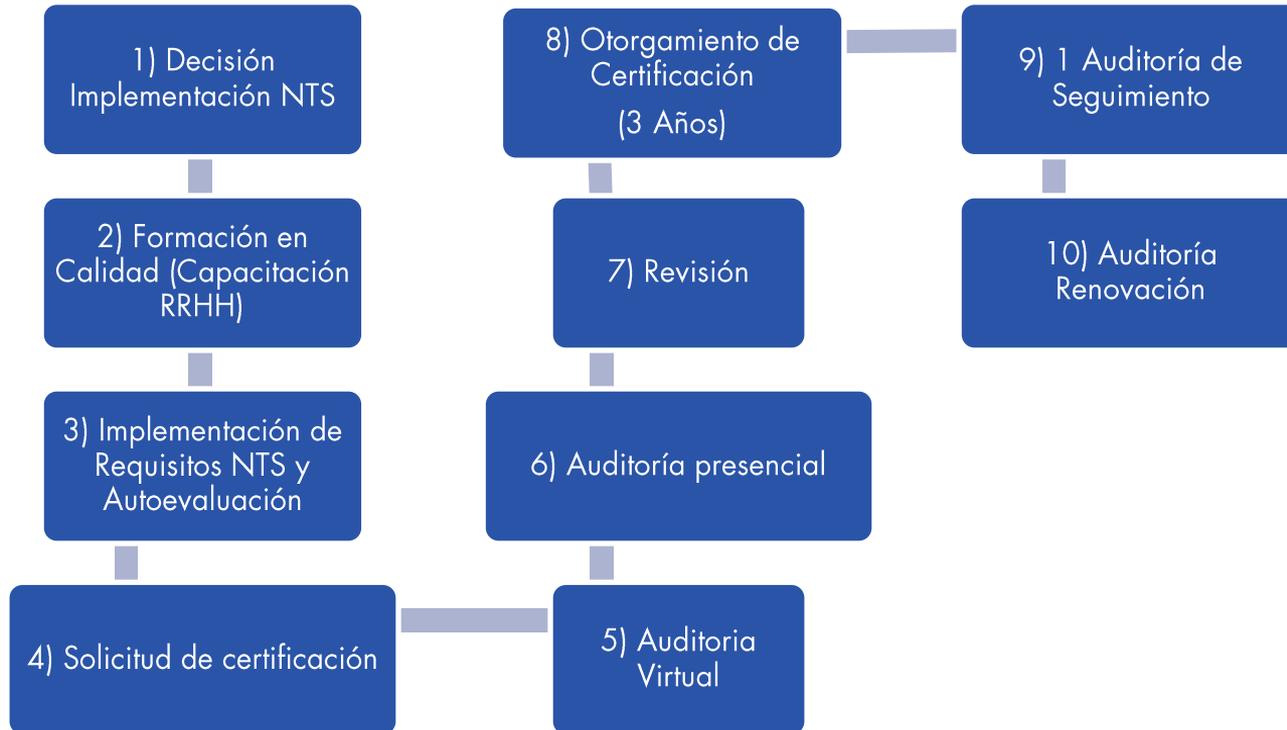
CERTIFICACIÓN



CERTIFICACIÓN TRADICIONAL



CERTIFICACIÓN VIRTUAL





Plataforma de Certificación

Usuarios: 48.810

Implementación

Se desarrollo una aplicación para la realización de la autoevaluación y la descarga de la declaración de primera parte para el RNT.

36.182 descargas

Agencias de viajes	9.108	25,45%
Alojamiento y hospedaje	23.348	65,24%
Industria gastronómica	1.649	4,61%
Transporte turístico	873	2,44%
OPC	716	2,00%
Tiempo Compartido	92	0,26%

Certificación

Por medio de la plataforma se han certificado 466 PST.

Alojamiento y hospedaje:	283
Agencias de viajes:	162
Industria gastronómica:	11
Transporte Turístico:	5
OPC:	5

Se estableció un nuevo esquema que:

- **Bajo 30%** los costos de la certificación.
- Incidió en que los Organismos de Certificación **bajaran los precios.**
- Propicio la aparición de **3 nuevos organismos de certificación** acreditados.
- Promociona la Marca de Calidad Turística

Asistencia Técnica

Se habilitó chat en línea donde se han atendido 2366 personas y publicación de material de apoyo.

Verificación

Se han verificado a 3232 PST.

- 10% con 100% de cumplimiento
- 10% con 0% de cumplimiento
- 80% con un grado parcial de cumplimiento.

Control de Certificados

Se desarrolló un modulo donde los organismos de certificación reportan las certificaciones emitidas por fuera de la plataforma.

Normalización

Sistematizar el proceso de consulta publica para hacerlo mas eficiente y lograr una mayor participación de PST

Medición

Para determinar los impactos de la implementación de las NTS de turismo sostenible y de las certificaciones

CERTIFICADOS X DESTINO

Bogotá	300
Antioquia	164
Valle del Cauca	77
Santander	73
Risaralda	66
Cundinamarca	55
Quindío	54
Bolívar	52
Caldas	38
Magdalena	29
Atlántico	27
Tolima	27
Amazonas	26
Boyacá	25
Huila	23
N. Santander	21
San Andrés	21
Nariño	19
Meta	19
La Guajira	11
Córdoba	11
Choco	10
Caquetá	10
Cauca	5
Casanare	5
Putumayo	4
Cesar	3
Arauca	2
Vichada	2
Sucre	2
Vaupés	0
Guaviare	0
Guainía	0



Certificados Por tipo de PST

Alojamiento	487
Restaurantes	14
Agencias de viaje	624
Transporte terrestre	62
Sedes para eventos	2
OPC	8



AV Operadoras Certificadas

Rafting	39
Rapel	8
Parapente	19
Espeleología	9
Canyoning	19
Cabalgata	8



Áreas Turísticas Sostenibles NTSTS001-2

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1. C.H. de Cartagena | 10. Filandia |
| 2. Parque Arví Medellín | 11. Salento |
| 3. Buga | 12. Santa Rosa de C |
| 4. Jardín | 13. Jericó |
| 5. Mompox | 14. Monguí |
| 6. Ciénaga | 15. Pijao |
| 7. Villa de Leyva | 16. Armenia |
| 8. Tatacoa | 17. La Candelaria, Bog |
| 9. Socorro | 18. Usiacurí |

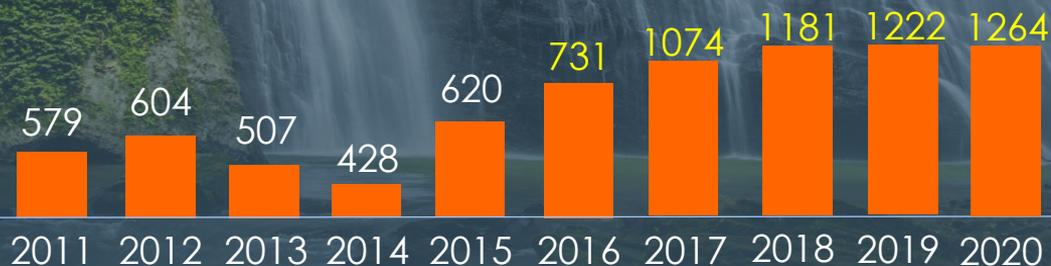
- | | |
|---------------------------|-------------|
| 19. Marsella | 25. Lorica |
| 20. Manizales | 26. Guaduas |
| 21. Plaza Mayor, Mde | |
| 22. La Macarena | |
| 23. Socorro | |
| 24. Santa Fe de Antioquia | |



Playas Certificadas

- Playa La Piscina (PNN Tayrona)
- Playa La Piscinita (PNN Tayrona)

Evolución de prestadores certificados



Cifras feb 2020

SGS

BUREAU VERITAS

COTECNA

ICONTEC



**GLOBAL
CERTIFIC.**

ICC

ACERT

TÜV RHEILAND

6

The background of the slide features a sunset scene with silhouettes of people in a field. On the left, a person stands with a long staff. On the right, two people are embracing. The sky is a mix of orange, yellow, and dark brown, with some clouds. The entire scene is framed by a white border.

PROMOCIÓN E INCENTIVOS

MARCA DE CERTIFICACIÓN DE CALIDAD TURÍSTICA



Su objetivo consiste en “promover la calidad de los servicios turísticos prestados a los usuarios, lo cual redundará en el reconocimiento y fortalecimiento de la industria turística”.

Esta certificación es creada por MinCIT, reconocida por la Superintendencia de Industria y Comercio y otorgada a empresas o destinos que cumplan con los requisitos establecidos de conformidad con el reglamento de uso.

CARACTERÍSTICAS DE LA MARCA



Marca de propiedad exclusiva del Ministerio de Comercio Industria y Turismo.



Es una herramienta comercial e informativa para diferenciar destinos y prestadores de servicios turísticos certificados en Calidad Turística.



Contribuye a la disciplina del mercado



La otorga el MinCIT, al prestador de servicios turísticos o destino que cumpla con la Norma Técnica Sectorial respectiva.

Características de la marca

7

TENDENCIAS Y SELLOS



Tendencias del Turismo Internacional



MOTIVACIONES Y FUENTES DE INSPIRACIÓN

[Los viajes como fuente de aprendizaje](#)

- En búsqueda de territorios inexplorados
- Experiencias recomendadas por expertos
- Viajes en pareja más emocionantes
- Viajeros/as solitarios/as
- Familias viajeras
- Cambios en la estructura del mercado laboral que afectan al turismo



NECESIDADES DE LOS TURISTAS

- Dependencia de la tecnología
 - FOMO– Fear of Missing Out
 - JOMO– Joy of Missing Out
- Personalización
- [Importancia del contenido](#)
- Fuera de los caminos más transitados
- Los Millennials se vuelven viajeros de negocios
- Cercano y personal (más humano)
- Slow Travel
- [Turismo Astronómico](#)
- Los niños con más peso específico en las decisiones de viaje
- Seguridad e Higiene



SOSTENIBILIDAD

- [Turismo con conciencia](#)
- Batalla contra el plástico
- Demanda de opciones de transporte más ecológicas en destino
- Demanda de zapatillas de deporte más sostenibles
- Control de los desechos producidos en restaurantes

Tendencias del Turismo Internacional



TECNOLÓGICAS

Inteligencia artificial y el machine learning

Facilidad de uso como elemento diferenciador

Datos vs contacto personal

Reservas con criptomonedas

[Crecimiento de ciudades inteligentes](#)



AEROPUERTOS Y AEROLINEAS

[Aeropuertos introducen controles biométricos](#)

Distanciamiento



ALOJAMIENTO

[Empresas de decoración que entran en el sector hotelero](#)

Viajes en grupo a casas vacacionales de lujo



PRODUCTO TURÍSTICO

[Naturaleza](#)
[Aventura](#)

Historia

Gastronomía

Eventos

TURISMO DE ALTO VALOR



Naturaleza



Cultura

GRAN VOCACIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA

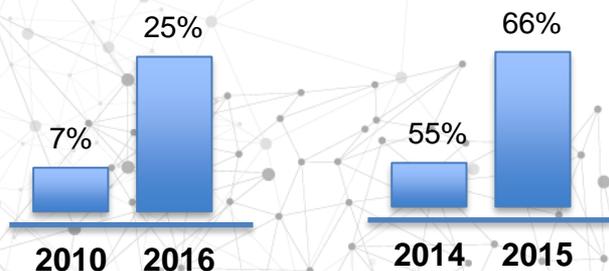


MICE: Reuniones



Salud y Bienestar

TURISMO ECOLÓGICO Y SOSTENIBLE: PERFILES Y TENDENCIAS



Cuota de mercado del turismo sostenible y el ecoturismo

Aumento de demanda de servicios turísticos sostenibles

Promedio de visita: 15,6 días

Gasto promedio: 1190 EU

- Las operaciones locales de ecoturismo que contratan localmente y están basadas localmente, pueden significar un retorno de hasta el 95% de las ganancias para la economía local.

- El 73% de los - Millennials y Generation Z - son más propensos a pagar más por la sostenibilidad, en comparación con el 51% de los Baby Boomers.

- El top 5 de las actividades desarrolladas por los ecoturistas españoles están relacionadas con: 1) Sol y Playa, 2) Canopy, 3) aguas termales, 4) la observación de fauna y flora, y 5) los paseos en bote.

- Las empresas turísticas “verdes” siguen recibiendo diferenciación en los principales motores de búsqueda y reserva de viajes en línea, incluyendo TripAdvisor con su programa GreenLeaders dirigido al alojamiento, Travelocity y Expedia.

- Los británicos y los australianos en particular no reservarán una estancia respetuosa con el medio ambiente debido a los gastos percibidos (30% y 30%, respectivamente), mientras que el 14% de los japoneses dicen que es porque no pueden confiar en que sea una propiedad ecológica.

- Los turistas están dispuestos a pagar más, en el 83% de los casos, en un hotel calificado como sostenible y pagarían entre uno y cinco dólares extra por persona por noche en un 30% de los casos, y entre 10 y 25 dólares en un 12% de los casos.

- A pesar de los altos costos involucrados en la implementación de medidas de sostenibilidad, las prácticas sostenibles reducen los costos operacionales, disminuyen los desechos y mejoran la productividad de los trabajadores, lo que en última instancia aumenta el margen de beneficio total de las empresas de viajes y turismo.

Los propietarios de empresas turísticas, incluyendo los servicios de alojamiento y los operadores de tours receptivos, que demuestren que están minimizando su huella ambiental y apoyando a los trabajadores, las culturas locales y las comunidades vecinas también pueden ser elegibles para usar el sello Rainforest Alliance Certified. Para confirmar que estas empresas cumplan los criterios de sostenibilidad reconocidos por el Global Sustainable Tourism Council se realizan auditorías por terceros y una certificación por parte de NEPCon.



TourCert asesora y acompaña a empresas y destinos turísticos en la implementación de prácticas comerciales sostenibles y exitosas a través de asesorías, seminarios y cursos de capacitación en línea, los mismos que proporcionan un conocimiento especializado sobre el Turismo Sostenible. TourCert certifica y otorga el sello TourCert para la sostenibilidad y la responsabilidad empresarial en el turismo.

Travelife Sustainability System es una iniciativa dedicada a promover prácticas sostenibles dentro de la industria de viajes y turismo. Travelife ofrece dos sistemas de sostenibilidad separados pero interrelacionados, dirigidos a empresas de viajes y alojamientos: el Sistema de sostenibilidad de Travelife para operadores turísticos y agencias de viajes y el Sistema de sostenibilidad de Travelife para hoteles y alojamientos.



El ISO/TC 228 es un comité técnico de la Organización Internacional para la Normalización (ISO), encargado de desarrollar normas internacionalmente aceptadas de terminología y especificaciones de los servicios ofrecidos por los proveedores de servicios turísticos, incluyendo actividades relacionadas, destinos turísticos y los requisitos de los equipos e instalaciones usadas por ellos para proveer a los compradores de turismo, proveedores y consumidores criterios para tomar decisiones informadas.



8

HERRAMIENTAS



- El 75% dice que mejoró sus niveles de satisfacción y lealtad del cliente
- El 75% dice que impulsó su desempeño operativo
- El 71% dice que ganó nuevos clientes y mantuvo a los existentes
- El 55% logró ahorros en los costos

Fuente: Investigación Internacional BSI Excellerator 2011

- GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL TURISTA
- INTELIGENCIA DE NEGOCIOS



9

**¿QUE VAMOS
HACER?**

Objetivo General:

Mejorar la calidad a través de la ejecución de acciones que conlleven a: aumentar los niveles de productividad, rentabilidad y la satisfacción de partes interesadas en la prestación de servicios turísticos fortaleciendo el equilibrio, entre lo económico, lo humano y lo natural.

Problemas en:

1

Normalización

- No se priorizan productos y servicios de alto valor
- No se ajustan a la realidad del mercado
- Percepción negativa “no sirven”

2

Asistencia técnica

- Pocas herramientas
- Capacidad operativa limitada
- Desarticulación entre entidades y MinCIT

3

Certificación

- Proceso costoso y dispendioso
- Desinterés en mantener la certificación o certificarse
- Pocos beneficios
- Irrelevante para el usuario final

4

Promoción y comercialización

- La oferta no conoce la marca
- No existe un canal de comercialización
- Deficiente promoción

5

Medición y control

- Falta medición del impacto
- Falta seguimiento a los procesos
- No hay objetivos orientados a la efectividad
- Las entidades de territoriales no ejercen control por falta de conocimiento técnico.

OBJETIVO 1: Actualizar las Normas Técnicas Sectoriales a Normas Técnicas Colombianas teniendo en cuenta referentes internacionales..

OBJETIVO 2: Capacitar a prestadores de servicios turísticos en implementación de metodologías para la mejora de la calidad, productividad y rentabilidad en la prestación de servicios turísticos y la satisfacción del turista.

OBJETIVO 3: Facilitar los procesos de certificación en calidad turística.

OBJETIVO 4: Promocionar la calidad turística como una herramienta que ayuda a posicionar y mejora la productividad de los prestadores de servicios turísticos.

OBJETIVO 5: Establecer los mecanismos de medición de eficacia y efectividad de la estrategia de calidad turística, así como su control.

Objetivos:

OBJETIVO 1: Actualizar las Normas Técnicas Sectoriales a Normas Técnicas Colombianas.

SITUACIÓN ACTUAL

- 6 NTS de Turismo sostenible cuya implementación es obligatoria y 7 normas de Agencias de Viajes cuya certificación es obligatoria.
- 67% de los PST no cumplen con la NTS de TS.
- Percepción negativa "no sirven", ya que no se ajustan a la realidad del mercado
- Amplia brecha entre el estándar nacional y los estándares internacionales.
- No se priorizan los temas de normalización de acuerdo con los segmentos de alto valor
- No se mide el impacto de las normas ni se tiene en cuenta aspectos como la productividad y rentabilidad de los PST.

ACCIONES

- Contratar asistencia técnica para la actualización de las NTS a NTC.
- Crear Reglamentos técnicos para turismo sostenible y turismo de aventura
- Ajustar reglamentación en temas relacionados con NTS
- Acordar programas de normalización con cada USN.
- Promover procesos de homologación de estándares NTC en materia de calidad y sostenibilidad.
- Priorización de estándares con gremios y difusión y sensibilización de PST y destinos

COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN

- Videos explicativos de las NTC
- Cartilla explicativa sobre los requisitos de las normas

TEMAS DE NORMALIZACIÓN IDENTIFICADOS

FORTALECIMIENTO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

TEMAS
PRIORIZADOS
Y LIDERADOS
POR MINCIT

Elaboración de las NTC de turismo sostenible para transporte, agencias de viajes, tiempo compartido, industria gastronómica y de calidad para transporte

Adopción ISO: SGS para establecimientos de alojamiento, OPC y SG Turismo de Aventura

Anular NTS TS de Turismo Sostenible

Anular NTS AV de Aventura y Transporte

ARTICULACIÓN
CON
NORMALIZACIÓN
SENA –
COMPETENCIAS
LABORALES

TEMAS LIDERADOS POR
UNIDADES SECTORIALES DE
NORMALIZACIÓN / MINCIT
SOLO PARTICIPA

Volver a guía técnica sectorial la norma de categorización y anula la norma de categorización

Elaborar borrador de anteproyecto para la guía Sistema Integrado de Gestión Hotelero. HSQ

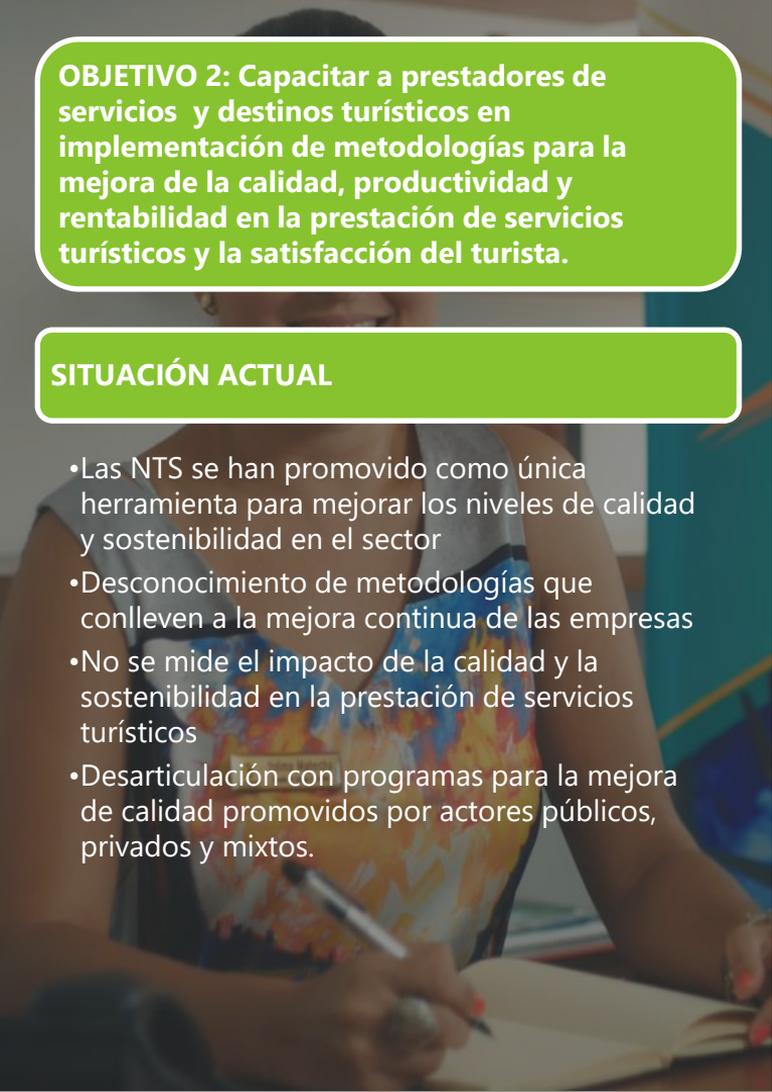
Norma de Glamping.

Anulación de normas de competencia laboral de alojamiento

PARTICIPACIÓN
COMITÉ ISO 228

Adopción ISO: Terminología Hotelera y Turismo accesible

Norma para Areas Ripareas



OBJETIVO 2: Capacitar a prestadores de servicios y destinos turísticos en implementación de metodologías para la mejora de la calidad, productividad y rentabilidad en la prestación de servicios turísticos y la satisfacción del turista.

SITUACIÓN ACTUAL

- Las NTS se han promovido como única herramienta para mejorar los niveles de calidad y sostenibilidad en el sector
- Desconocimiento de metodologías que conlleven a la mejora continua de las empresas
- No se mide el impacto de la calidad y la sostenibilidad en la prestación de servicios turísticos
- Desarticulación con programas para la mejora de calidad promovidos por actores públicos, privados y mixtos.

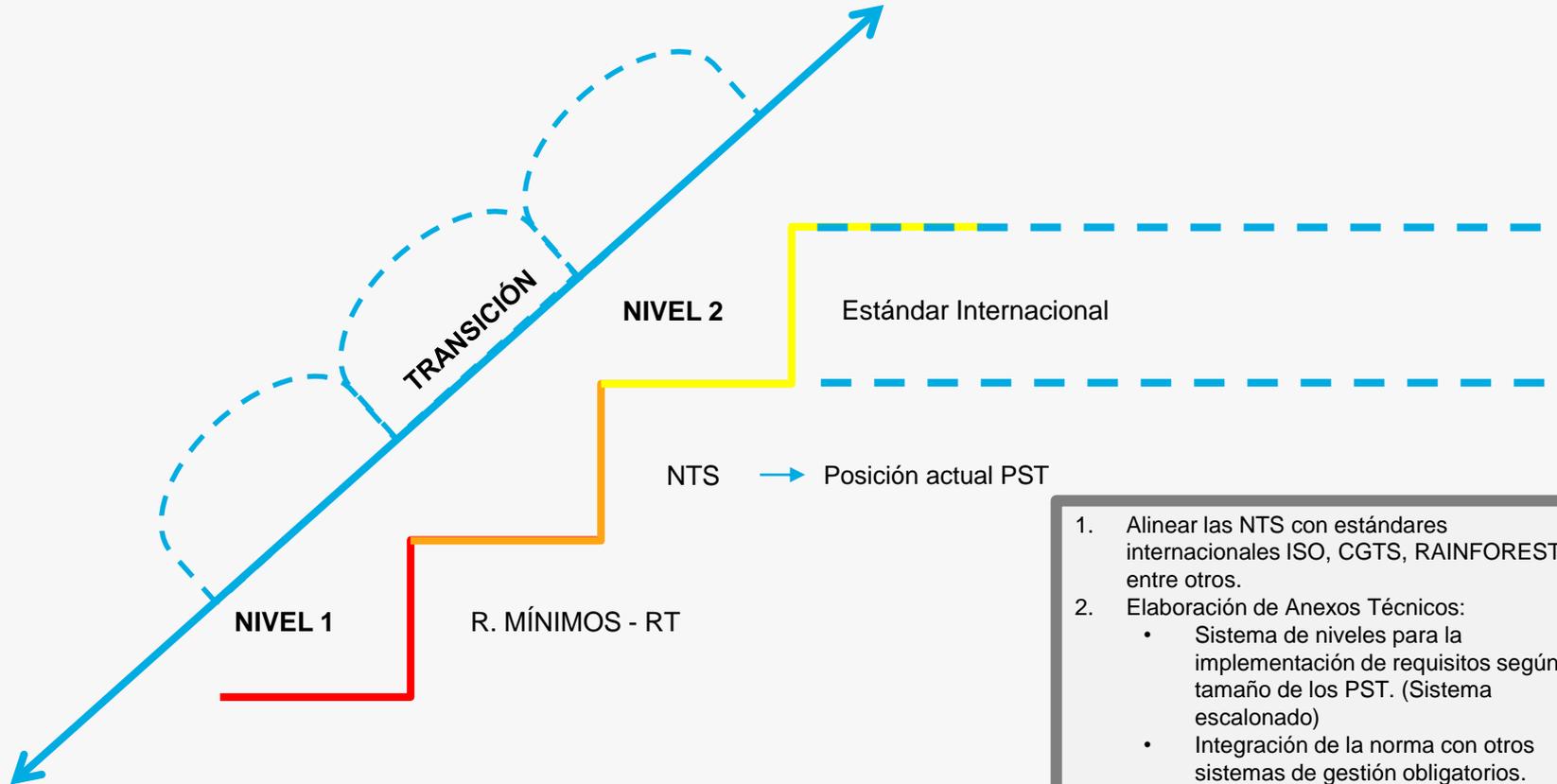
ACCIONES

- Presentar proyecto para implementar las normas NTC adoptadas y elaboración de guías técnicas para el cumplimiento de reglamentos técnicos.
- Establecer un sistema escalonado para el cumplimiento de estándares que incida en la mejora de la calidad de los destinos y en la prestación de servicios turísticos.
- Implementar estándares de calidad en playas turísticas en marco de los CLOPS
- Elaborar videos y guías explicativas y Guías de implementación de las NTC
- Implementación de "kaizen"
- Articulación con programas de Procolombia y Colombia Productiva.
- Articulación con gremios y entidades territoriales para brindar asistencia técnica.

COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN

- Convocatoria por medio de Mailling.
- Articulación con Corredores Turísticos en la elaboración de los planes de acción y Entidades territoriales.

PROPUESTA SISTEMA ESCALONADO PARA NTS



1. Alinear las NTS con estándares internacionales ISO, CGTS, RAINFOREST entre otros.
2. Elaboración de Anexos Técnicos:
 - Sistema de niveles para la implementación de requisitos según tamaño de los PST. (Sistema escalonado)
 - Integración de la norma con otros sistemas de gestión obligatorios.
 - Batería de indicadores para medir el impacto de la sostenibilidad

OBJETIVO 3: Facilitar los procesos de certificación en calidad turística.

SITUACIÓN ACTUAL

- Plataforma de certificación virtual de calidad turística sin administración, soporte y mesa de ayuda.
- Desarticulación entre los diferentes actores que hacen parte del subsistema nacional de la calidad que certifican las NTS de calidad turística
- Poca objetividad en las auditorias de certificación
- Procesos de certificación costosos y dispendiosos
- 40% de los PST sin asesoría previa a la certificación se certifican.
- Desinterés en mantener la certificación o certificarse
- Pocos beneficios derivados de la certificación
- Irrelevante para el usuario final

ACCIONES

- Establecer mesas de trabajo con actores del subsistema nacional de la calidad y del sector turismo.
- Certificar en normas internacionales de PST y destinos
- Articular con programa de calidad para exportar (CP)
- Promover certificación en las NTC, en normas de Competencia Laboral del SENA y estándares internacionales.
- Establecer esquema de transición de NTS a Reglamentos Técnicos y ajustar resoluciones que hablan de NTS.
- Establecer esquema de transición para Organismos de Certificación
- Promover la generación de incentivos para prestadores de servicios turísticos certificados en calidad y sostenibilidad.
- Migrar la plataforma de certificación virtual de calidad turística al MinCIT.

COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN

- Mesas de trabajo con partes interesadas.

OBJETIVO 4: Promocionar la calidad turística como una herramienta que ayuda a posicionar y mejora la productividad de los prestadores de servicios turísticos.

SITUACIÓN ACTUAL

- La demanda no conoce la marca de calidad turística
- Se confunde calidad con sostenibilidad
- No existe un canal de comercialización
- Deficiente promoción de los prestadores y destinos certificados
- Deficiente articulación entre prestadores y destinos certificados

ACCIONES

- Promover la articulación de la marca de Calidad Turística con el sello de “Productos y servicios sostenibles de las Américas” adelantado por ONAC Y ONN
- Reconocimiento de otros sellos internacionales de calidad o sostenibilidad.
- Hacer difusión de servicios certificados
- Crear distintivo “Si cumplo” de Buenas Practicas (RT) para el cumplimiento de los reglamentos técnicos.
- Estructuración de la Red de Calidad Turística.
- Rueda de negocios de servicios certificados.
- Campaña de promoción de calidad turística.
- Crear Plan de Marca de la marca de calidad turística

COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN

- Campaña de promoción
- Divulgación de piezas por medios digitales.

OBJETIVO 5: Establecer los mecanismos de medición de eficacia y efectividad de la estrategia de calidad turística, así como su control.

SITUACIÓN ACTUAL

- No existen indicadores que permitan medir impacto de la política de calidad.
- Falta seguimiento a los procesos de calidad
- No hay objetivos orientados a la efectividad en la Política de Calidad Turística
- Las entidades de territoriales no ejercen control por falta de conocimiento técnico.

ACCIONES

- Establecer indicadores para medir el impacto de las acciones de la estrategia de calidad turística, de la Política de Calidad Turística, de las NTC y RT.
- Crear cuadro de mando
- Realizar seguimiento a los proyectos relacionados con Calidad Turística
- Sensibilizar a prestadores de servicios turísticos para el cumplimiento de reglamentos técnicos.
- Capacitar a entidades territoriales sobre el control al cumplimiento de reglamentos técnicos en materia de turismo sostenible y turismo de aventura
- Realizar control a PST en el marco de brigadas de formalización

COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN

- Socialización con la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo de los indicadores para medir el impacto de las acciones de la estrategia y la política de calidad turística.
- Mailling a prestadores de servicios turísticos informando acerca de la nueva normatividad
- En los encuentros de autoridades de turismo generar espacio para socializar los cambios en cuanto al cumplimiento de NTS.

GRACIAS

Calle 28 N° 13A -15 / Bogotá, Colombia

Código Postal 110311 - Nit. 830115297-6

Conmutador (571) 6067676 – Línea Gratuita 01 8000 958283

Email: info@mincit.gov.co

www.mincit.gov.co

