



NOS VAMOS DE VIAJE

COLOMBIA



COLOMBIA SE AFIANZA COMO DESTINO TURÍSTICO EN EUROPA

La Semana Virtual de Colombia en Europa logra un 85% más de citas de negocios que el año pasado y unas expectativas de negocio un 103% más que en 2019.

Europa mantiene claro el interés por Colombia como destino vacacional y de reuniones. Así ha quedado patente durante la Semana Virtual de Colombia en Europa, un espacio académico y de negocios virtual organizado por ProColombia en el que del 19 al 23 de octubre se dieron cita algunos de los principales actores del sector a ambas orillas.

Y es que durante este evento virtual se lograron 465 citas de negocio (frente a las 251 de la edición anterior) en las que participaron 12 países (frente a los 9 de 2019) con 70 compradores y 54 exportadores colombianos, generando unas expectativas de negocio por valor de US\$ 1.855.174, superando la meta establecida de US\$1.500.000. El año pasado se alcanzaron unas expectativas de US\$909.999.

La semana arrancó con las intervenciones del Viceministro de Turismo de Colombia, Julián Guerrero, Gloria Guevara, CEO del World Travel & Tourism Council, Zurab Pololikashvili, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo y Flavia Santoro, presidenta de ProColombia. Santoro destacó la relevancia de la industria para el país: “El Gobierno de Colombia define el turismo como el nuevo petróleo del país y

seguimos siendo optimistas sobre el futuro del sector. En ProColombia trabajamos para lograr este objetivo promoviendo al país como un destino seguro, confiable, sostenible y de alta calidad. Colombia es una historia de éxito y queremos que los europeos la conozcan y la disfruten. Estamos listos para darles la bienvenida nuevamente”.

En el debate sobre el futuro de la industria del turismo desde la perspectiva de los turoperadores participaron el CEO de The Travel Corporation y el Director Nacional de Reino Unido e Irlanda en Air Europa y Presidente de LATA, moderado la Managing Director de Hills Balfour, y se centró en el impacto de la pandemia en los consumidores europeos, así como en la la reapertura gradual de los vuelos internacionales en Colombia. Cabe resaltar que el país sigue avanzando en su estrategia de reactivación del turismo internacional con la reapertura de los vuelos internacionales. La apertura se está dando por fases, la primera inició el 21 de septiembre con 7 países y 4 ciudades con conectividad internacional, y la segunda durante el mes de octubre ya contempla la totalidad de aeropuertos internacionales y nuevos vuelos a países que continúan abriendo sus fronteras.



El panel sobre el segmento MICE contó con la participación de Esfera/MPI, Asoeventos y Maritz Global y se subrayó que Colombia figura en el top 30 de la industria de reuniones según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, siendo sede en los últimos años de importantes eventos como La Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, el Foro Económico Mundial, One Young World o la Cumbre Mundial de Premios Nobel de Paz. Asimismo, se resaltó el fuerte posicionamiento en esta industria de ciudades como Bogotá, Cali, Cartagena, Medellín o Pereira.

En la charla de ForwardKeys sobre los últimos datos de reserva de vuelos se pudo ver por ejemplo que Colombia ha sido de los destinos de Latinoamérica más buscados en países como España, Reino Unido, Francia, Italia o Portugal en septiembre de 2020.

El panel de conectividad aérea contó con representantes de Lufthansa, Air France-KLM, Turkish Airlines, Avianca, OPAIN y Aerocivil y fue moderado por Gilberto Salcedo, vicepresidente de turismo de ProColombia. En él se resaltó el gran esfuerzo en bioseguridad que está realizando el Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá, que incluso ha creado un laboratorio dentro del aeropuerto donde se realizan pruebas de anticuerpos, PCR y se está en proceso de homologación de una PCR rápida. Así como la importancia de generalizar el check-mig diligenciado previo para acortar tiempos. Las aerolíneas destacaron la importancia del país como destino y como hub para conectar la región, las buenas perspectivas del mercado que ha ido incrementando sus viajes de negocios, turismo, étnico o de congresos y en general el enorme potencial de Colombia en el mundo y con Europa en particular. Durante la semana también se tuvo la oportunidad de viajar virtualmente a destinos como Medellín, el Paisaje Cultural Cafetero, el departamento del Atlántico y la isla de San Andrés o profundizar en casos de éxito innovadores y sostenibles como el de la cerveza y whisky a base de quinoa o las clases de experiencia culinaria en Medellín. Así como el estudio de casos de éxito a través de la venta cruzada donde mostrar el destino a través del café y la panela, para finalizar con el gran espectáculo de salsa de Delirio.

Desde agosto 2018 a agosto 2020, 34 nuevas rutas llegaron a Colombia. Europa es una de las prioridades. El 20% de las llegadas al país vienen de este mercado que a febrero de este año contaba con 96 frecuencias y 26.500 sillas semanales disponibles.

Colombia está lista para recibir a los viajeros como siempre y sentirles como nunca promoviendo un turismo sostenible, bioseguro e inolvidable.

Para más información sobre el destino visite

www.colombia.travel

UN TURISMO PARA LOS PRÓXIMOS 100 AÑOS




Flavia Santoro, Presidenta de ProColombia.

Como país le apostamos a un turismo sostenible que proteja el medio ambiente, las comunidades y el patrimonio cultural, entre otros activos. En nuestra labor de promocionar esta industria a nivel internacional, buscamos atraer a un turista de alto nivel cuyos valores fomenten el desarrollo y la conservación de nuestros destinos.

“Turismo y desarrollo rural” es el lema seleccionado este año para celebrar esta importante fecha, un tema apropiado pues como resultado de la coyuntura, vemos cómo cada vez más para el turista es indispensable escoger un destino comprometido con proteger los ecosistemas, los recursos naturales, los bienes y las tradiciones culturales, así como generar el desarrollo social y económico de las comunidades.

Colombia desde hace un tiempo viene encaminando su política de turismo hacia la sostenibilidad, lo que se convierte ahora en un requisito indispensable para consolidar al sector. Es así como el Gobierno Nacional adelanta dos acciones claves, primero radicar ante el Congreso de la República la modificación de la Ley General de Turismo para sentar sus bases en la sostenibilidad y, segundo, desarrollar la Política de Turismo Sostenible.

Esta última responde a la necesidad de crear mecanismos de conservación, protección y aprovechamiento de los atractivos turísticos, además de fortalecer la formalización, la competitividad del sector y los actores de la cadena de valor en seis etapas: información, gobernanza, inversión e innovación, oferta, demanda responsable y posicionamiento.



Queremos ser un país vanguardista en la búsqueda de implementar prácticas turísticas responsables y por eso estamos liderando iniciativas en escenarios internacionales como ser miembros fundadores de la Coalición para el Futuro del Turismo (The Future of Tourism Coalition), creada por organizaciones internacionales como Green Destinations, Tourism Cares y The Travel Foundation.

Además, hacemos parte del Sustainability Council de Virtuoso, red internacional líder de agencias de viajes especializadas en el segmento de lujo. Somos uno de los pocos países de la región en este consejo en donde intercambiamos experiencias, conocimientos y buenas prácticas en sostenibilidad.

Nuestro compromiso también está en productos como sol y playa. El año pasado las playas de Jhonny Cay en San Andrés, Azul en La Boquilla (Cartagena), Bello Horizonte en Santa Marta y Magüipi en Buenaventura, obtuvieron la certificación internacional Blue Flag, lo que indica que cumplen con una serie de estrictos criterios ambientales, de seguridad y de accesibilidad, el cual es entregado por la Fundación de Educación Ambiental (FEE, por sus siglas en inglés).

Queremos motivar a más playas para que se certifiquen, por eso elaboramos un brochure que explica de manera fácil y con detalle cómo obtener este sello de alta calidad sostenible que pronto se encontrará en la página de Colombia.travel. Este trabajo lo hacemos junto con Acodal, la Asociación Colombiana de Ingeniería Sanitaria y Ambiental, ente certificador del sello Blue Flag en Colombia. Además, firmamos convenios con organizaciones como la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) con su programa “Riqueza Natural” para promover la conservación de la biodiversidad en el país y también con Parques Nacionales Naturales de Colombia con fines de conservación del patrimonio natural y cultural del país.

Todas estas iniciativas y proyectos también las ponemos al servicio y conocimiento de nuestros empresarios a través del Programa de Formación Exportadora en Turismo, en el que ya tenemos más de 18.500 asistentes. Con este proyecto los preparamos y capacitamos para que asuman estas responsabilidades que garanticen su oferta turística en el futuro.

Para el plan de reactivación de la industria, planteamos cuatro ejes fundamentales de acciones entre las que se encuentra focalizar la estrategia en promocionar un turismo sostenible y de alta calidad, además de facilitar el retorno de la conectividad aérea; brindar herramientas a los empresarios para prepararse ante las nuevas tendencias; y promover alianzas interinstitucionales e intrarregionales en Colombia y en Latinoamérica.

Es así como de cara al futuro tenemos una labor grandiosa de convertirnos en un ejemplo mundial. Me gusta citar a Costas Christ, experto en turismo sostenible a nivel internacional, quien dijo: “Colombia no es un seguidor, es un líder”, al referirse a que muy pocos países tienen una política de sostenibilidad en turismo, y esto, sumado a nuestro potencial como país megadiverso, con una gran herencia cultural y la calidez de nuestra gente, nos convierten en un destino competitivo y a la cabeza en la tarea de fomentar un turismo responsable a nivel global.

Queremos un turismo de calidad, que genere ingresos, que se lleve a cabo de manera adecuada, y que sea amigable para los destinos y las comunidades. Queremos un turismo para los próximos 100 años.