CAF

Proyecto de Mejora del Sector Turismo en la Región Andina 2002-2004

DIAGNÓSTICO COMPETITIVO CLUSTERS

BOGOTÁ

MAZARS

Índice del documento

Diagnóstico

- **Indicadores cualitativos con visión nacional y regional**
  - Visión externa demanda
  - Visión interna oferta
  - Visión Mazars
- **Caracterización del destino**
- **Conclusiones sobre la situación competitiva del cluster**

Objetivo:
Propuestas de mejora con una perspectiva regional y local

Situación competitiva del cluster

Conclusiones sobre la situación competitiva del cluster:
visión local comparativa de gaps y ajustes

Caracterización del destino

Indicadores cualitativos con visión nacional y regional

Visión externa
Demanda

Visión Interna
Oferta

Visión
Mazars

Visión Externa
Demanda

Volumen de la muestra y error de muestreo

BOGOTÁ	Entrevistas realizadas	Peso de la muestra nacional
Turistas Nacionales	125	394
Turistas Internacionales	130	77

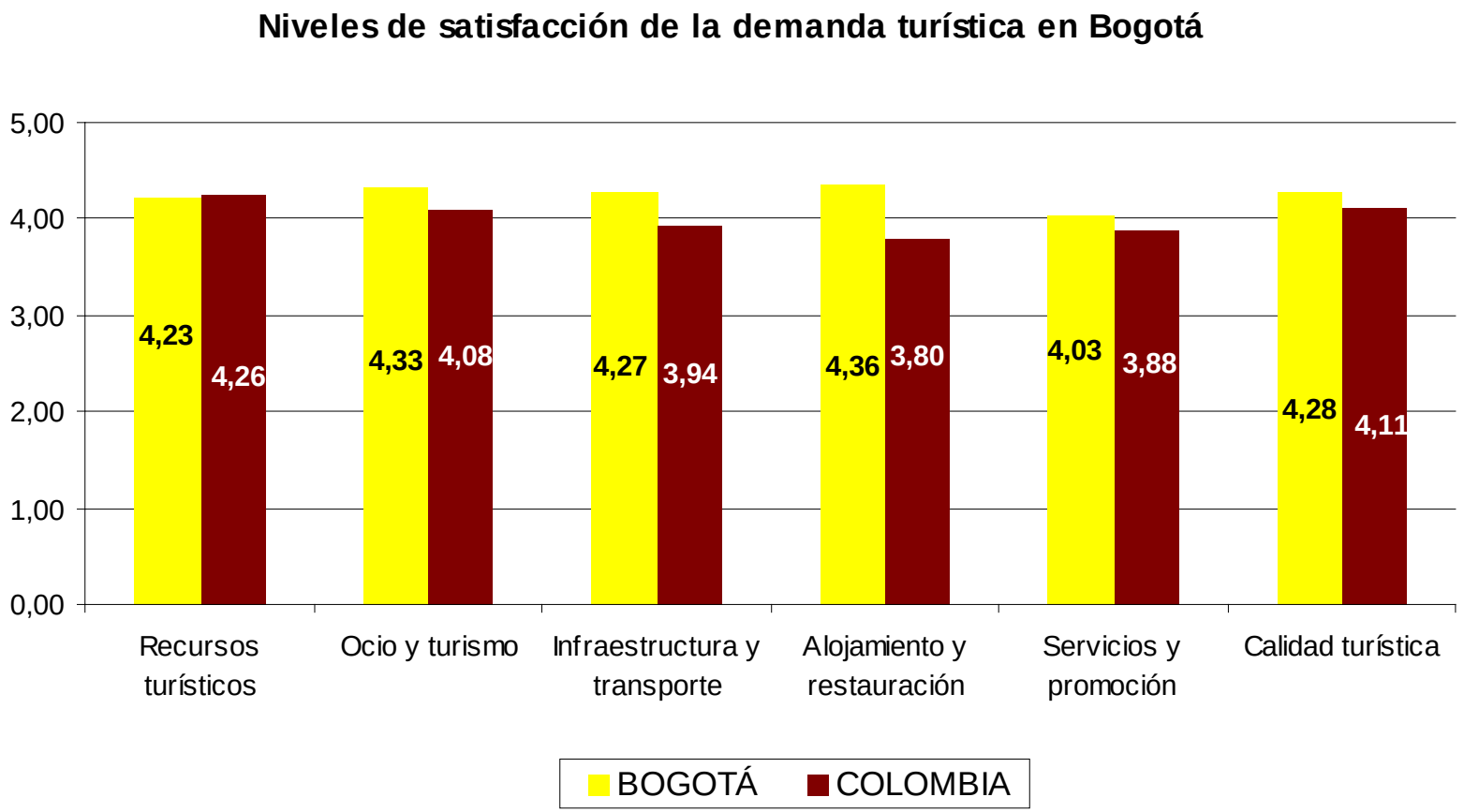
En abril de 2003, se realizaron
un total de 255 entrevistas a turistas en Bogotá
con un error de muestreo general de 7,6%

Relación criterios analizados

Visión Externa
Demanda

- Índices de satisfacción.
  - Recursos Turísticos
  - Oferta de ocio y comercio.
  - Infraestructura y transporte.
  - Alojamiento y restauración.
  - Servicios y promoción turística.
  - Calidad turística.
- Recomendación del destino
- Fidelización

Niveles de satisfacción de la demanda respecto a la oferta turístico de Bogotá



Indicadores cualitativos

Visión externa *Demanda*

Fortalezas

1. Amplia satisfacción de la demanda, especialmente internacional, con la oferta turística del destino, alcanzando valores superiores al promedio nacional.
2. La infraestructura turística es el elemento mejor valorado, especialmente la oferta hotelera y gastronómica de calidad.
3. Los espacios naturales, el paisaje y los elementos de agua del destino son los recursos turísticos mejor valorados por la demanda.
4. La oferta de ocio y comercial del destino se considera altamente satisfactoria.
5. Adecuación del sistema de transportes, especialmente aéreo.
6. La información turística del destino y las facilidades de compra de servicios son altamente satisfactorias.
7. La acogida de la población es muy valorada.
8. Excelente relación calidad / precio en restaurantes y alojamiento en general.
9. Aumento de la fidelización turística.

Debilidades

1. Los recursos turísticos del destino registran un nivel de satisfacción inferior al promedio nacional, especialmente por las condiciones climáticas locales.
2. Baja satisfacción de la infraestructura vial y transporte turístico del destino.
3. La oferta de servicios y la promoción turística del destino son el elemento peor valorado del conjunto, debido a la inadecuada promoción local.
4. La demanda internacional es el mercado más crítico en la valoración de la debilidad de los Centros de Congresos y Convenciones de la ciudad.
5. La percepción de inseguridad, las inadecuadas condiciones climáticas y las deficiencias en la atención turística son los principales puntos críticos en la relación con el cliente.

Relaciones actores

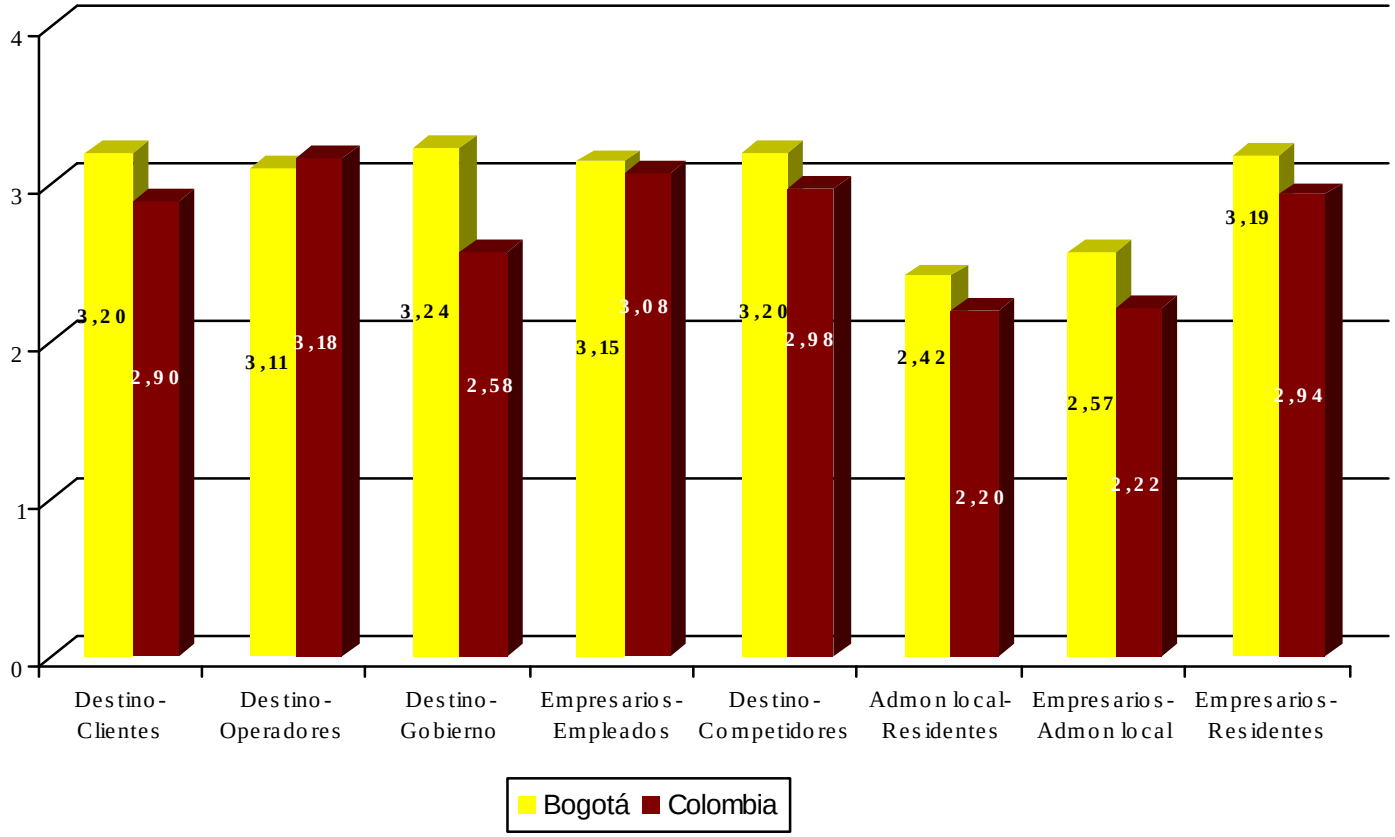
Visión Interna
Oferta

- Resultados de la relaciones por cluster.
  - Empresarios - Fuerza laboral.
  - Empresarios - Administración local.
  - Empresarios – Residentes.
  - Administración local – Residentes.
  - Destino - Administración (supra) regional y nacional.
  - Destino – Clientes.
  - Destinos - Operadores emisores.
  - Destino – Competidores.

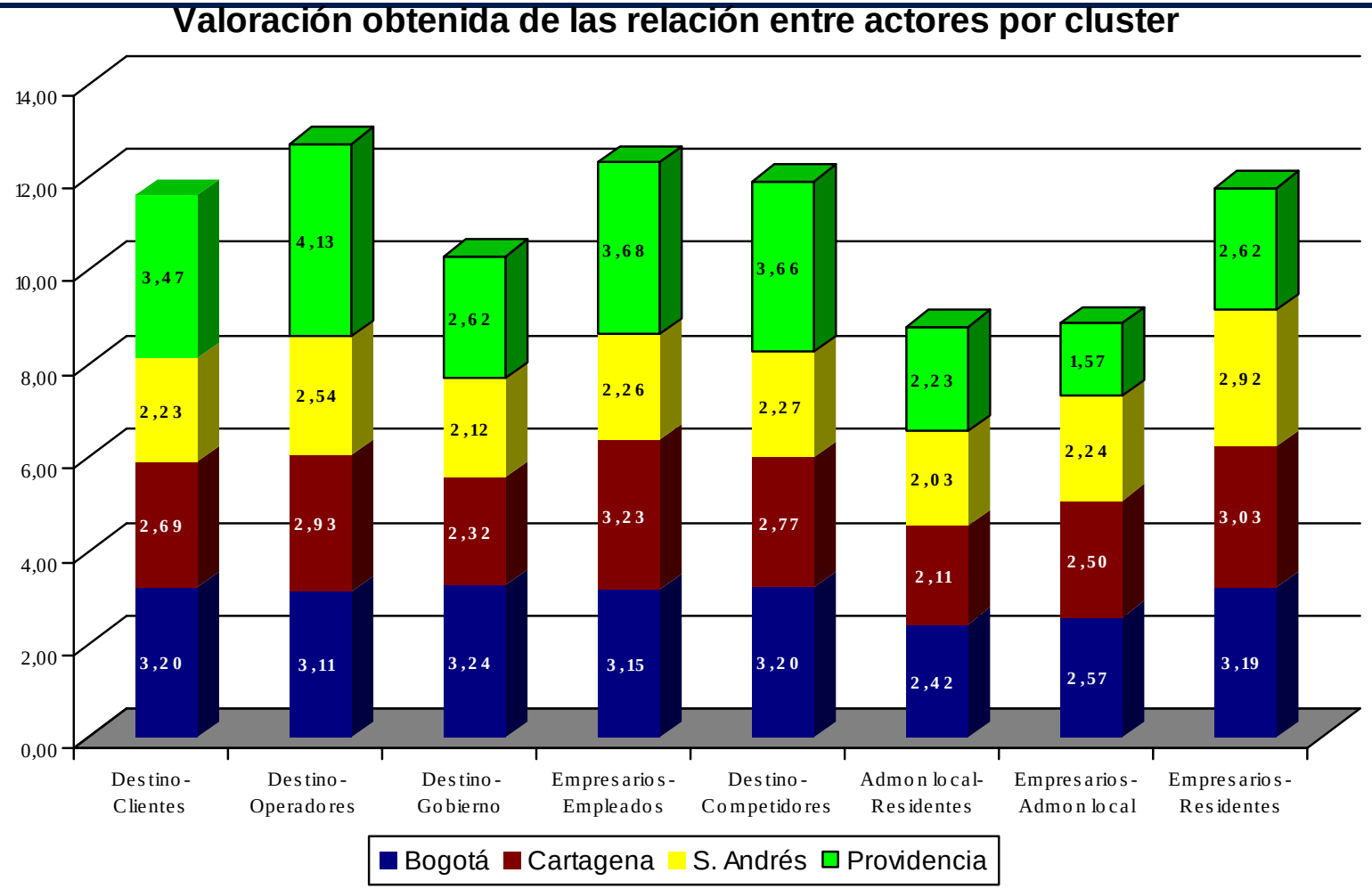
En Bogotá se mantuvieron un total de 11 entrevistas a actores turísticos públicos y privados.

Valoración por destinos de los resultados de las relaciones entre actores

Valoración de la fluidez en las relaciones entre actores registradas en el destino Bogotá



Valoración por destinos de los resultados de las relaciones entre actores



Relaciones actores

Fortalezas

- Satisfactoria fluidez entre actores turísticos locales, con valores superiores al promedio nacional en la mayoría de relaciones.
- Bogotá cuentan con mayores facilidades para la contratación local y una mayor cualificación de los empleados, lo que favorece la relación empresarios y fuerza laboral.
- Satisfactoria fluidez entre la Administración Local y residentes.
- Existencia de mecanismos de coordinación público-privada y mayor implicación administrativa en la comercialización del destino, con los FPT.

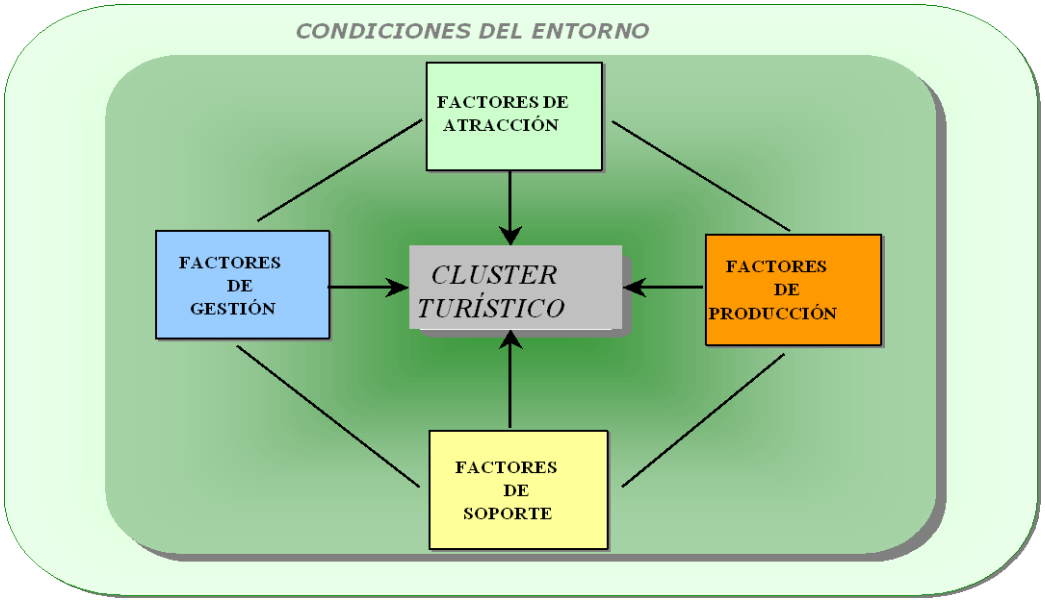
Debilidades

- La relación del destino con los operadores registra un nivel de fluidez inferior al promedio nacional, a pesar de la reciente creación del Convention Bureau de Bogotá y otras entidades locales.
- Escasa integración y coordinación entre empresarios turísticos.
- Insatisfactoria implicación de la administración local en el turismo, siendo la relación más crítica del conjunto en su relación con los residentes y con los empresarios.
- Ausencia de controles y sistemas de medición de impactos del sector turístico.
- Escasa identificación de la población con los atractivos locales.

Visión MAZARS

Relación factores competitividad

- Elementos estructurales de los cluster turísticos



Factores de Atracción

Fortalezas

1. Carácter distribuidor del destino.
2. Amplia oferta de negocios y centros de convenciones.
3. Atractiva oferta cultural y patrimonial del destino: iglesias, museos, teatros, galerías, exposiciones y un área de influencia con lugares de interés como Monserrate, el Parque Nacional Chingaza etc.
4. Ubicación geográfica privilegiada, cercano a los centros emisores y receptores turísticos: Atlántico, Caribe y Pacífico; y EEUU.
5. Satisfactoria relación calidad – precio de los recursos turísticos.

Debilidades

1. Insatisfactoria puesta en valor de los atractivos, con ausencia de señalización turística y precaria accesibilidad a los recursos.
2. Percepción de inseguridad del destino y existencia de zonas poco seguras.
3. Sub-utilización de importantes recursos y concentración argumental de la oferta.
4. Alto nivel de informalidad de los servicios turísticos.
5. Insuficiente dotación de policía turística y servicios de información del destino.
6. Comercialización individualizada de la oferta de servicios.
7. Escasez de transporte turístico especializado.

Factores de Soporte

Fortalezas

1. Creciente presencia de cadenas hoteleras internacionales (especialmente en las categorías de 4 y 5 estrellas).
2. Satisfactoria infraestructura turística del destino, con alojamiento y restaurantes de calidad.
3. Adecuación del sistema de transporte público del destino (no turístico), especialmente el sistema Milenario.
4. Satisfactoria relación calidad / precio.
5. Importancia del turismo de negocios y de congresos que representa el 80% del mercado.
6. Amplia oferta comercial y de ocio.
7. Amplio dinamismo empresarial y existencia de asociaciones empresariales turística como Cotelco, Asociación de Hoteleros de Bogotá, Convention Bureau, etc.
8. Mayor implicación y coordinación entre los sectores privados y públicos.
9. Carácter distribuidor del destino y adecuación de la infraestructura aérea.

Debilidades

1. Reducción de los márgenes turísticos debido al descenso de la demanda.
2. Escasos puntos de venta de la oferta turística local y en destino.
3. Ausencia de transporte turístico especializado, facilidades de traslados y tours, etc.
4. Baja diferenciación de los productos y servicios turísticos, fomentando la guerra de precios.
5. Elevado nivel de informalidad en el sector.
6. Existencia de zonas poco seguras.
7. Pérdida de vuelos y conexiones aéreas, lentitud en los controles de seguridad del aeropuerto.
8. Desencuentro entre empresarios turísticos locales.
9. Fragmentación de operadores turísticos.
10. Incremento de competencia en congresos desde Medellín y Cali.

Factores de Producción

Fortalezas

1. Presencia en aumento de centros de formación turística vinculados al SENA y Universidades, con formación en turismo.
2. Mayores facilidades para la contratación local debido a la profesionalización de los empleados turísticos.
3. Colaboración de los centros de formación turísticos para realizar estudios de investigación de mercado, diseño de campañas publicitarias, definición de la política turística local, etc.
4. Mayor sensibilización turística de los residentes.
5. Mejoramiento de la económica e inflación mantenida.
6. Impulso a la mejora tecnológica del sector con la creación del Centro de Investigación Tecnológica del sector turístico y del Centro de Marketing).
7. Presencia de entidades financieras internacionales.

Debilidades

1. Informalidad en la contratación turística e inadecuadas condiciones laborales.
2. Escasez de incentivos económicos y escasas medida de apoyo a la inversión turística local.
3. Limitada oferta de formación continua y de prácticas profesionales en empresas turísticas.
4. Escasa sensibilización empresarial hacia la formación de los empleados.
5. Escaso uso de las nuevas tecnologías.
6. Restricciones presupuestarias para el funcionamiento y desarrollo tecnológico.

Factores de Gestión

Fortalezas

1. Existencia de distintos planes de desarrollo turístico local y de fondos asignados al destino (Plan de competitividad turística para Bogotá 2004-2014).
2. Presencia de la entidad pública del Instituto Distrital de Cultura y Turismo de Bogotá, que está activamente involucrado en los esfuerzos comerciales locales.
3. El DNP (Departamento Nacional de Planificación) ha empezado a vincular acciones y proyectos turísticos entre los distintos entes de la administración.
4. Implementación de la política integral de promoción de PYMES.

Debilidades

1. Falta de continuidad y restricciones presupuestarias del Fondo de Promoción Turística de Colombia.
2. Elevadas tasas turísticas de acceso al destino.
3. Inadecuación de la Ley 300 de Turismo.
4. Escasa estructuración de la cadena de producción turística.
5. Limitados servicios de inteligencia turística local.
6. Restricciones presupuestarias administrativas.
7. Escasa rigurosidad del marco normativo local.
8. Actividades de promoción indiferenciadas y poco innovadoras.
9. Deficiente sistematización de las acciones promociónales y comerciales del destino.
10. Tendencia decreciente de la demanda internacional.

Objetivo:
Propuestas de mejora con una perspectiva regional y local

Situación competitiva del cluster

Conclusiones sobre la situación competitiva del cluster:
visión local comparativa de gaps y ajustes

Caracterización del destino

Indicadores cualitativos con visión nacional y regional

Visión externa
Demanda

Visión Interna
Oferta

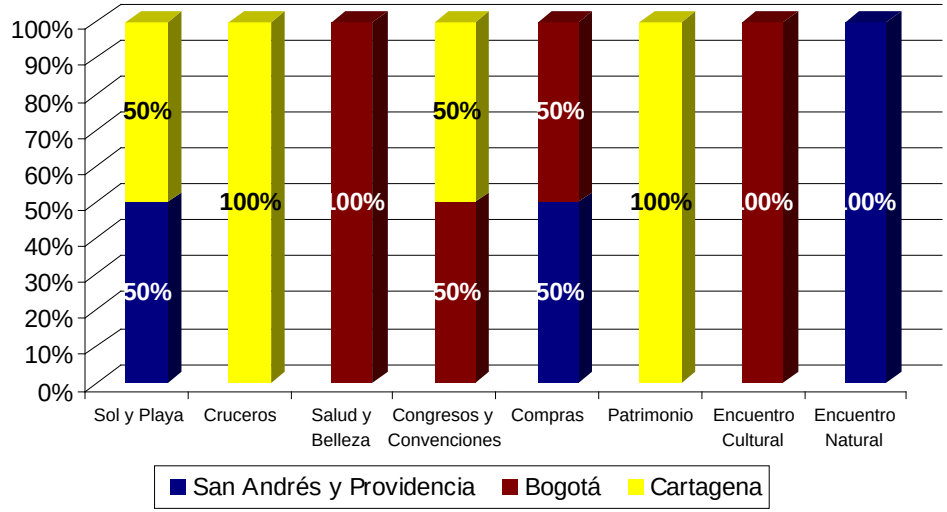
Visión
Mazars

Caracterización del destino

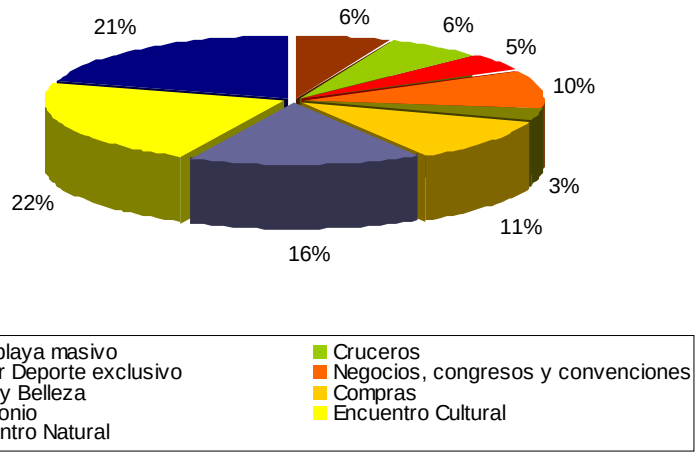
- Bogotá se caracteriza principalmente como destino de congresos y convenciones y por la amplia oferta comercial y de ocio del mismo. Posee, por otro lado, singulares atractivos culturales y potencialidades para el desarrollo del turismo de salud, principalmente orientado a la demanda nacional.

- La caracterización del destino Bogotá se diferencia considerablemente de los principales segmentos turísticos de la Región Andina y de los clusters colombianos. La puesta en valor de los elementos únicos del destino debe favorecer el posicionamiento turístico del destino.

Distribución de los clusters del Colombia por segmentos turísticos



Caracterización de los destinos andinos



MAZARS

CONGRESOS Y CONVENCIONES				
		POSIBILIDAD CONSOLIDACIÓN		
		CORTO	MEDIO	LARGO
VENTAJAS COMPARATIVAS	ALTO	Cuzco	Puno Iquitos Cuenca Sucre – Potosí Quito Mérida	Uyuni
	MEDIO	Arequipa La Paz – Titicaca Cartagena de Indias	Santa Cruz Guayaquil Guayana – Canaima **Bogotá**	Rurrenabaque
	CORTO			San Andrés

COMPRAS				
		POSIBILIDAD CONSOLIDACIÓN		
		CORTO	MEDIO	LARGO
VENTAJAS COMPARATIVAS	ALTO	Cuzco	Puno Iquitos Cuenca Sucre – Potosí Quito Mérida	Uyuni
	MEDIO	Arequipa La Paz – Titicaca **Bogotá**	Santa Cruz Guayaquil Guayana - Canaima	Rurrenabaque San Andrés
	CORTO			

PATRIMONIO				
		POSIBILIDAD CONSOLIDACIÓN		
		CORTO	MEDIO	LARGO
VENTAJAS COMPARATIVAS	ALTO	Cuzco Quito Cartagena de Indias	Cuenca Sucre – Potosí Santa Cruz Mérida	
	MEDIO	Arequipa La Paz, Titicaca	Lima Guayaquil **Bogotá**	
	CORTO			

Objetivo:
Propuestas de mejora con una perspectiva regional y local

Situación competitiva del cluster

Conclusiones sobre la situación competitiva del cluster:
visión local comparativa de gaps y ajustes

Caracterización del destino

Indicadores cualitativos con visión nacional y regional

Visión externa
Demanda

Visión Interna
Oferta

Visión
Mazars

Ventajas comparativas de Bogotá

- Satisfactoria infraestructura turística del destino, con amplia oferta turística hotelera y de restauración, comercial y de ocio.
- Capitalidad del destino y carácter distribuidor del mismo.
- Ubicación privilegiada como puerto de acceso a Suramérica.
- Altos niveles de satisfacción por parte de la demanda.
- Elevada profesionalidad de los empleados turísticos.
- Aumento de mecanismos de coordinación pública – privada como el Convention Bureau, Fondo de Promoción Turístico, Instituto Distrital de Cultura y Turismo, etc.

Gaps de competitividad de Bogotá

- Imagen del destino asociada a la inseguridad y al conflicto interno del país.
- Escasa gestión del patrimonio cultural y perdida de autenticidad de las costumbres y tradiciones locales.
- Inadecuada puesta en valor de los recursos y escasa estructuración de la cadena de producción turística.
- Promoción turística indiferenciada y escasa integración de la cadena de comercialización turística.
- Ausencia de sistemas de transporte turístico especializada.

Conclusiones sobre la situación competitiva de San Andrés y Providencia

Ajustes

- La activación económica de Bogotá, ofrece una clara oportunidad de desarrollo del turismo de negocios y de congresos para Suramérica.
- Excelente relación calidad / precio del sector turístico.
- Satisfactoria infraestructura hotelera y de restauración de calidad, adecuado al segmento de congresos.
- Hospitalidad y acogida positiva de la población local.
- Crecimiento de la demanda nacional.

GAPS

- Imagen del destino asociada a la inseguridad del país. Es preciso establecer una campaña de relaciones públicas orientada a contrarrestar la imagen negativa del destino.
- Deficiencias en la integración y puesta en valor de los recursos turísticos y naturales locales, con carencias en la comercialización turística.
- Insuficientes e inadecuados servicios de promoción turística

Proyecto de Mejora del Sector Turismo en la Región Andina 2002-2004

DIAGNÓSTICO COMPETITIVO CLUSTERS

BOGOTÁ

MAZARS