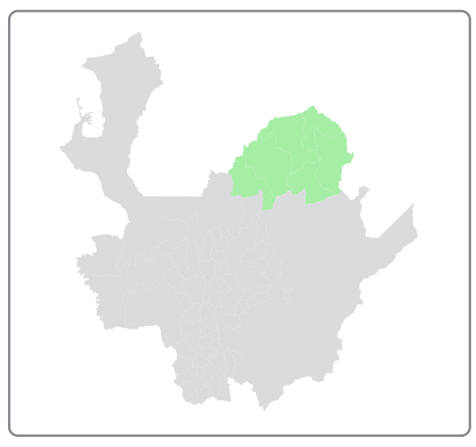
Bajo Cauca

Ruta de Competitividad Turística

Saborea, transforma y conecta: cultura, naturaleza y comunidad en el corazón de Antioquia



¿Qué es la ruta? Programa integral de desarrollo empresarial con el propósito de fortalecer la competitividad del sector turístico en las regiones y llevarlos a la internacionalización de sus servicios.

Contexto empresarial

425

empresas de turismo registradas en la región

Principales categorías:

- Expendio de **Bebidas Alcohólicas** (220)
- Expendio de **Comidas Preparadas** (127)
- **Alojamiento y Viviendas** Turísticas (46)
- **Transporte** de Pasajeros (11)

Hallazgos clave de la región

1. Fragilidad del tejido empresarial y **alta informalidad sectorial** y laboral.
2. **Inexistencia estadística** y de datos para diseñar estrategias y tomar decisiones.
3. **Infraestructura básica** (vial y de servicios públicos rurales) deficiente.
4. **Percepción negativa** y barreras de capital humano.
5. **Invisibilidad y homonimia digital** que invisibiliza la región en plataformas digitales.
6. **Desconocimiento de la vocación** y mercado turístico de valor.
7. **Desarticulación de actores** con intervenciones dispersas y gobernanza turística fragmentada.

Cliente objetivo:

Edad: 31–40 años (Generación X)

Viaja: Solo o con compañeros de trabajo

Mercado cautivo: Medellín, Valle de Aburrá, Sur de Córdoba

Mercado doméstico (CP): Bogotá, Cali, Eje Cafetero

Agroindustria (MP): Conexión con sectores económicos tradicionales

Buyer persona:
Carlos Eduardo – 'El Ejecutivo Gastronómico'. Hombre, 36 años, Medellín. Gerente regional de empresa agroindustrial. Busca sabores auténticos y experiencias gastronómicas con identidad cultural, tradición y excelencia en el servicio. Valora la autenticidad, la calidad y la diferenciación.



Propuesta de valor

"Sabores auténticos y naturaleza viva combinados con **tradición cultural y transformación territorial** en circuitos comunitarios auténticos"

Benchmarking:

Nacional: Medio – Putumayo (Colombia)

Destaca por su biodiversidad y turismo rural comunitario con énfasis en identidad cultural y conservación ambiental. Referente en avistamiento y turismo científico. Ha logrado posicionamiento a partir de la articulación estratégica de la cadena de valor y la transformación de conflictos en activos para el desarrollo.

Internacional: Misiones (Argentina)

Provincia fronteriza con alta diversidad natural y riqueza hídrica, en transición de una economía extractivista hacia un modelo de turismo sostenible multisegmento. Pionera en institucionalizar la agenda ambiental con el primer Ministerio de Ecología y Recursos Naturales Renovables del país.

Macroproyectos detonantes:

- Innovación **turística.**
- Alianza por **el dato.**
- Gobernanza **regional.**

Especialización:
Corporativo (negocios, subastas, agroindustria)

Complemento:
Gastronomía multicultural (Paisa, Afrocolombiana, Zenú y Sabanera) · Naturaleza y ecoturismo

Activos diferenciadores:

- Riqueza **hídrica y agrícola**
- Peregrinaciones **religiosas**
- Turismo de **aventura y Soft Adventure**
- Tradición **literaria y gastronómica**
- Parques **recreativos y baños naturales**

Ruta de competitividad

1. **Capacidades habilitantes** — "Impulso para crecer" (pequeños empresarios)
2. **Sofisticación de la oferta** — "Más turismo, más negocios"
3. **Ecosistema de innovación + Alianza por el dato** — Espacio compartido de datos
4. **Internacionalización** — Entornos competitivos

Lidera: CRCI Antioquia – Comisión Regional de Competitividad e Innovación – Aburrá Norte · Cluster Turismo Medellín y Antioquia · Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia

Ejecuta: Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia