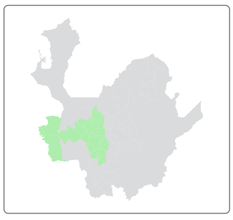
Occidente

Ruta de Competitividad Turística

Para conectar con **el alma y la montaña de Antioquia**



Contexto empresarial

967

empresas de turismo registradas en la región

Principales categorías:

- Expendio de **Bebidas Alcohólicas** (346)
- **Alojamiento rural y hoteles** (264)
- Expendio de **Comidas Preparadas** (262)
- **Agencias de Viaje** y Operadores Turísticos (36)
- **Transporte de pasajeros** (19)

Hallazgos clave de la región

1. **Escaso uso de tecnologías y datos** para la toma de decisiones.
2. Planificación con enfoque **estratégico y sostenible insuficiente.**
3. **Dependencia económica** (estacionalidad y subdesarrollo de otras industrias).
4. **Baja profesionalización** y bajo cumplimiento de **estándares de calidad turística.**
5. **Potencial turístico subexplotado** y concentración de la oferta formal.
6. **Impacto negativo de la infraestructura vial** (red secundaria y terciaria deficiente).
7. **Desafíos laborales** (informalidad laboral y baja profesionalización del RRHH).

Cliente objetivo:

Edad: 31–40 años (Generación X)

Viaja: En pareja, con amigos o familiares

Mercado cautivo: Medellín.

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

Mercado internacional (MP): España, Francia, México.

¿Qué busca?: Estadías más largas, exploración de paisajes naturales preservados, actividades creativas y artísticas.

Promesa central: Experiencia visual, física y estética única que conecta con el pasado, el presente y el futuro del alma antioqueña

Buyer persona 1:
El Viajero Consciente Internacional:
'Viajero europeo, 38 años, alto nivel educativo, viaja en pareja y planifica con anticipación. Busca experiencias auténticas y comunitarias, evita el turismo masivo y apoya economías locales. Estancias medias (6–8 semanas/año), usa transporte público y reserva en plataformas digitales con certificaciones. Prefiere alojamientos sostenibles, actividades culturales, senderismo, agroecoturismo y talleres artesanales. Mantra: "Viajar sólo tiene sentido si dejo una huella positiva."

Buyer persona 2:
Turista Colombiana de fin de semana:
Mujer, 32 años, profesional de Medellín, viaja en familia o con amigos, uso activo de redes sociales. Busca escapar de la rutina urbana, descansar y descubrir lugares con identidad y buena gastronomía. Viajes cortos (2–3 días) en fines de semana, desplazamiento en vehículo propio. Prefiere destinos tranquilos, cercanos y seguros. Mantra: "Los fines de semana son para desconectarse de la ciudad y reconectarse con lo que de verdad importa."

Propuesta de valor

"Cultura y patrimonio histórico y monumental combinados con naturaleza, deporte y autenticidad comunitaria en circuitos cercanos a Medellín"

Benchmarking:

Eje Cafetero (Colombia)
Destino reconocido por su Paisaje Cultural Cafetero, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Combina naturaleza y tradición colombiana con experiencias en fincas, parques temáticos, termales y rutas de naturaleza. Ha integrado el turismo con la identidad cafetera, el bienestar y la sostenibilidad, posicionándose como modelo de turismo experiencial y comunitario.

Internacional: Euskadi – País Vasco (España)
Referente europeo en turismo sostenible y responsable con la certificación internacional Biosphere. Su oferta combina patrimonio cultural, naturaleza, gastronomía y romance. Se caracteriza por una gestión articulada entre actores y una clara segmentación de mercados, con alta proporción de turistas internacionales.



Turismo de experiencias rurales sofisticadas (vinos y bodas)



Turismo comunitario organizado (historia, frutas, río Cauca)





Turismo histórico–cultural de alto valor narrativo (valoración de tener un pueblo patrimonio como faro en la región).



Eventos especializados (romance, gastronomía, cine, diablitos, semana santa).

Macroproyectos detonantes:

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

Especialización:
Cultura asociada a valoración histórica y monumental arquitectónica, manifestaciones culturales.

Complemento:
Naturaleza: deportes estacionales y travesía en campo con interacción comunitaria.

Activos diferenciadores:

- **Santa Fe de Antioquia:** patrimonio colonial, eventos y festivales culturales.
- **Sopetrán y San Jerónimo:** turismo recreativo y de fin de semana.
- **Buriticá y Frontino:** potencial de turismo de naturaleza y rutas ecológicas.
- **Diversidad cultural y natural:** gastronomía tradicional, caminos coloniales, ríos y montañas.
- **Ubicación estratégica:** conexión entre Medellín y proyectos logísticos del futuro (Puerto Antioquia).

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; Cluster Turismo Medellín y Antioquia

Ejecuta: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia; Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia