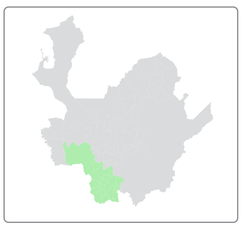
Suroeste
Ruta de Competitividad Turística

Suroeste Antioqueño: donde Colombia respira su magia más auténtica



Contexto empresarial

2.005

empresas de turismo registradas en la región

Principales categorías:

- Expendio de **Bebidas Alcohólicas** (869)
- **Alojamiento y Viviendas** Turísticas (503)
- Expendio de **Comidas Preparadas** (426)
- **Agencias de Viaje** y Operadores Turísticos (143)
- **Transporte de pasajeros** (40)

Hallazgos clave de la región

1. Retos en el cumplimiento de **estándares de sostenibilidad y calidad.**
2. Informalidad **sectorial, laboral** y baja **profesionalización.**
3. Gobernanza **fragmentada** y falta de **articulación entre actores.**
4. Déficit en **servicios públicos y contaminación hídrica.**
5. **Ausencia de datos e información** para la toma de decisiones.
6. Concentración de la oferta en **Jardín, Jericó y Támesis.**
7. **Limitaciones en conectividad vial y digital** que afectan los flujos turísticos.

Propuesta de valor

"Bienestar enfocado en naturaleza y autenticidad cultural combinados con cultura cafetera, arrieria y tradiciones vivas en los pueblos patrimonio del Suroeste Antioqueño"

Cliente objetivo:

Edad: 35 – 65 años.

Viaja: Solo, sin hijos.

Mercado cautivo: Medellín y Área Metropolitana.

Mercado doméstico (CP): Bogotá, Eje Cafetero y Santanderes.

Mercado internacional (MP): Estados Unidos, España, Alemania, Francia, Canadá, Inglaterra.

¿Qué busca?: Sostenibilidad, autocuidado, crecimiento personal.

Promesa central: Respirar diferente, descubrir las tradiciones vivas, contemplar la autenticidad paisa.

Buyer persona 1:
Colombiana residente en EE.UU., perfil familiar:

Mujer, 42 años, colombiana residente en Miami (más de 10 años), casada, madre de dos hijos, alto nivel educativo. Viaja en vacaciones escolares (junio–agosto) con estancias medias (3–6 semanas). Busca transmitir identidad cultural y conectar a la familia con tradiciones vivas. Prefiere fincas, casas coloniales y experiencias inmersivas donde los niños interactúen con comunidades locales. Mantra: "Quiero que mis hijos vivan la cultura paisa con todos sus sentidos."

Buyer persona 2:
Colombiana, Bienestar en Naturaleza:

Mujer, 35 años, de Medellín. Ejecutiva de marketing digital. Busca reducir el estrés y mejorar su bienestar físico y mental a través de silencio, descanso y desconexión digital. Prefiere viajes cortos (2–3 días) a destinos cercanos y de fácil acceso. Comparte experiencias en redes sociales. Mantra: "En la naturaleza encuentro el equilibrio perfecto entre calma, claridad y paz mental."

Benchmarking:

Nacional: Boyacá (Colombia)
Destino reconocido como cuna de la Libertad de Colombia, con vocación turística diversa: turismo histórico y cultural, religioso y ecoturismo. Lo diferencia su autenticidad rural y artesanal: conexión con saberes ancestrales de artesanos, aguas termales medicinales y gastronomía basada en la tierra, bajo un ambiente de hospitalidad campesina.

Internacional: Jalisco (México)
Tercer destino más visitado de México, con oferta multisegmento que articula cultura, naturaleza, gastronomía y tradiciones. Cuna del tequila y el mariachi, situación que se puede extrapolar al Suroeste como cuna del carriel y zona cafetera. Ha logrado posicionamiento internacional gracias a la articulación de su cadena de valor turística.



Turismo de **naturaleza y paisaje**

Turismo **cafetero tradicional**



Turismo **cultural y patrimonial**



Turismo **religioso**

Macroproyectos detonantes:

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

Especialización:
Bienestar enfocado en **naturaleza.**

Complemento:
Cultura: desde el concepto de 'pueblar', tradiciones, arriería, cabalgata.

Activos diferenciadores:

- **Biodiversidad única del Suroeste:** ventaja competitiva en el mercado turístico actual.
- Dos pueblos pertenecientes a la red de **Pueblos Patrimonio de Colombia (Jardín y Jericó).**
- **Cultura Cafetera Patrimonial:** el café como elemento fundamental de la identidad regional.
- **Satisfacción del turista comprobada:** altas calificaciones en plataformas digitales como Airbnb.

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 – 80 años