

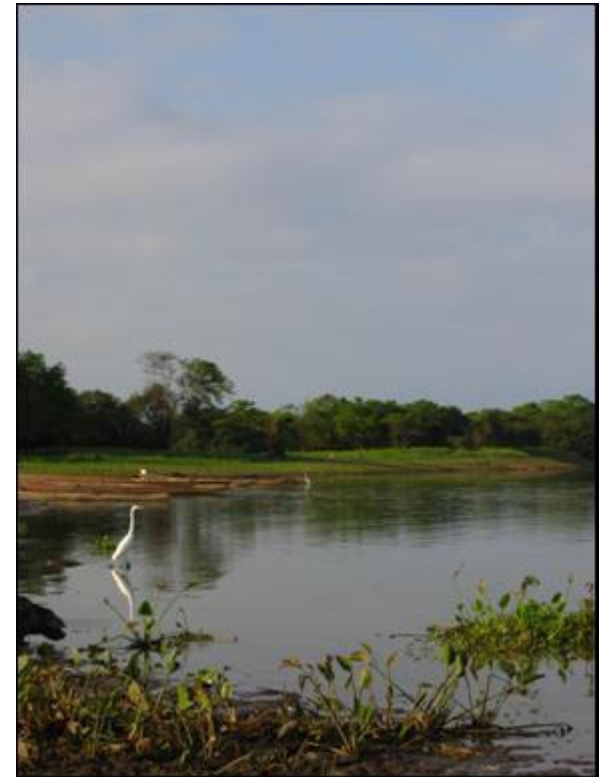


*Política de Ecoturismo y otros
instrumentos de apoyo a los
mercados verdes*

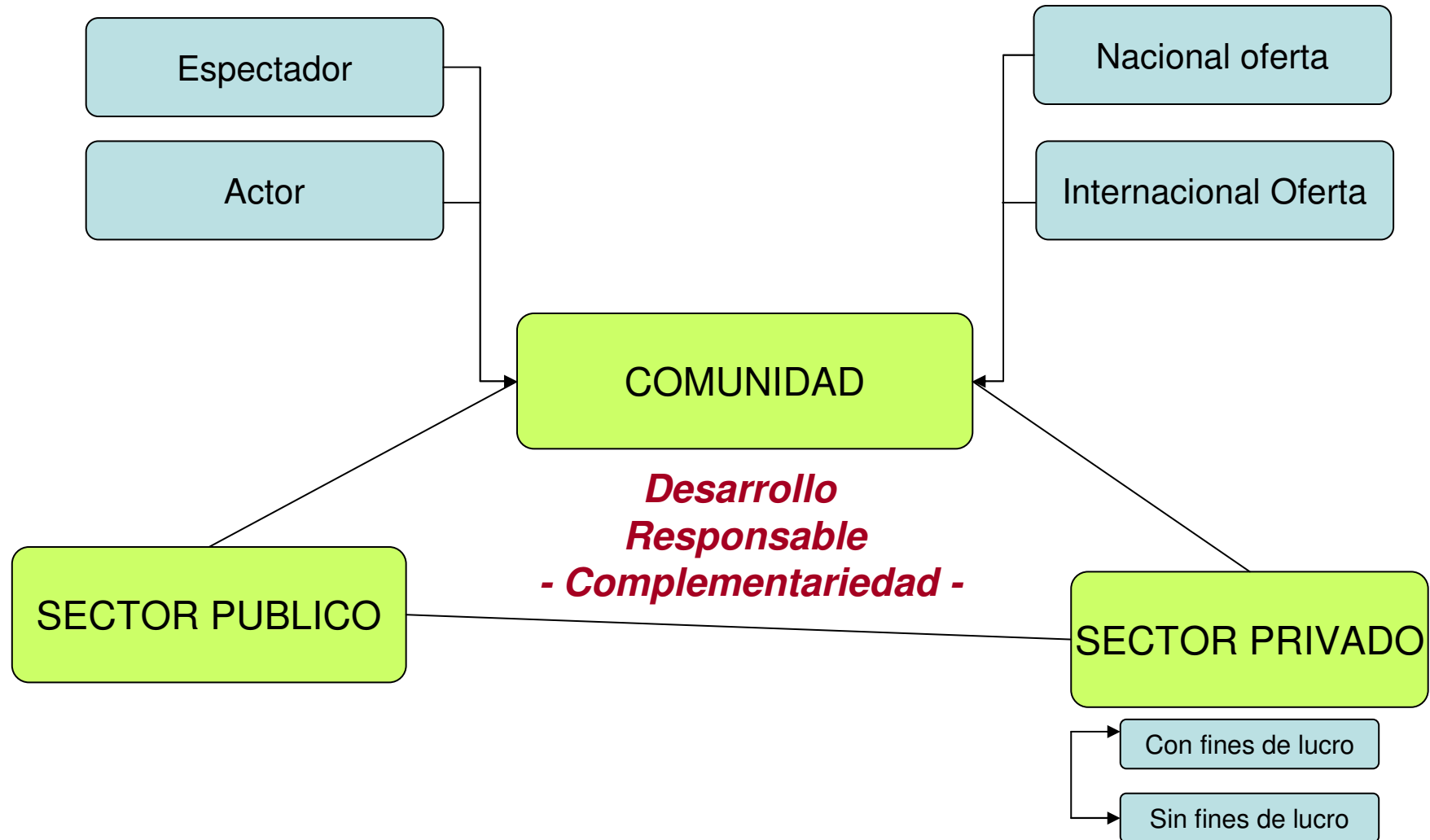
Chimichagua – Septiembre 17 de 2005

Quien es el ecoturista.... Turista responsable

- ☞ Interesado en tener contacto directo con la naturaleza.
- ☞ Interesado en conocer diferentes formas de entender y vivir la vida
- ☞ Dispuesto a aprender, siempre activo y dinámico.
- ☞ Generalmente educado y con algún conocimiento previo sobre el destino, el recurso a visitar.
- ☞ Cuidadoso de su condición física y anímica
- ☞ Prefiere un servicio personalizado y con sello de calidad.
- ☞ Esta aunente a colaborar con iniciativas para un mejor manejo de desechos, reducción del consumo de agua y energía, y cualquier otro esfuerzo.



Articulación



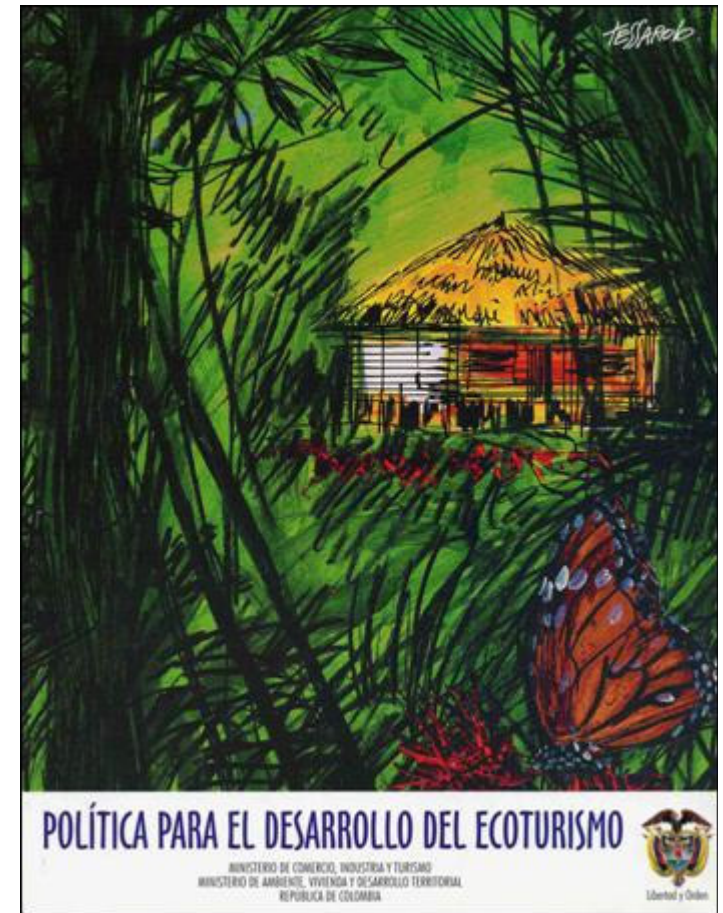


En un país con potencial como Colombia,
¿Que se hace desde instancias nacionales?

Política para el Desarrollo del Ecoturismo

Surgimiento: Un proceso de concertación liderado por MDE y MMA, y con la participación de otras instancias ambientales y turísticas para propender por un desarrollo sostenible del ecoturismo en un marco de responsabilidad social que impulse una oferta competitiva de calidad de los servicios.

Bases: Ley 99 del 1993, Ley 300 de 1996, Políticas Ambientales y Turísticas.



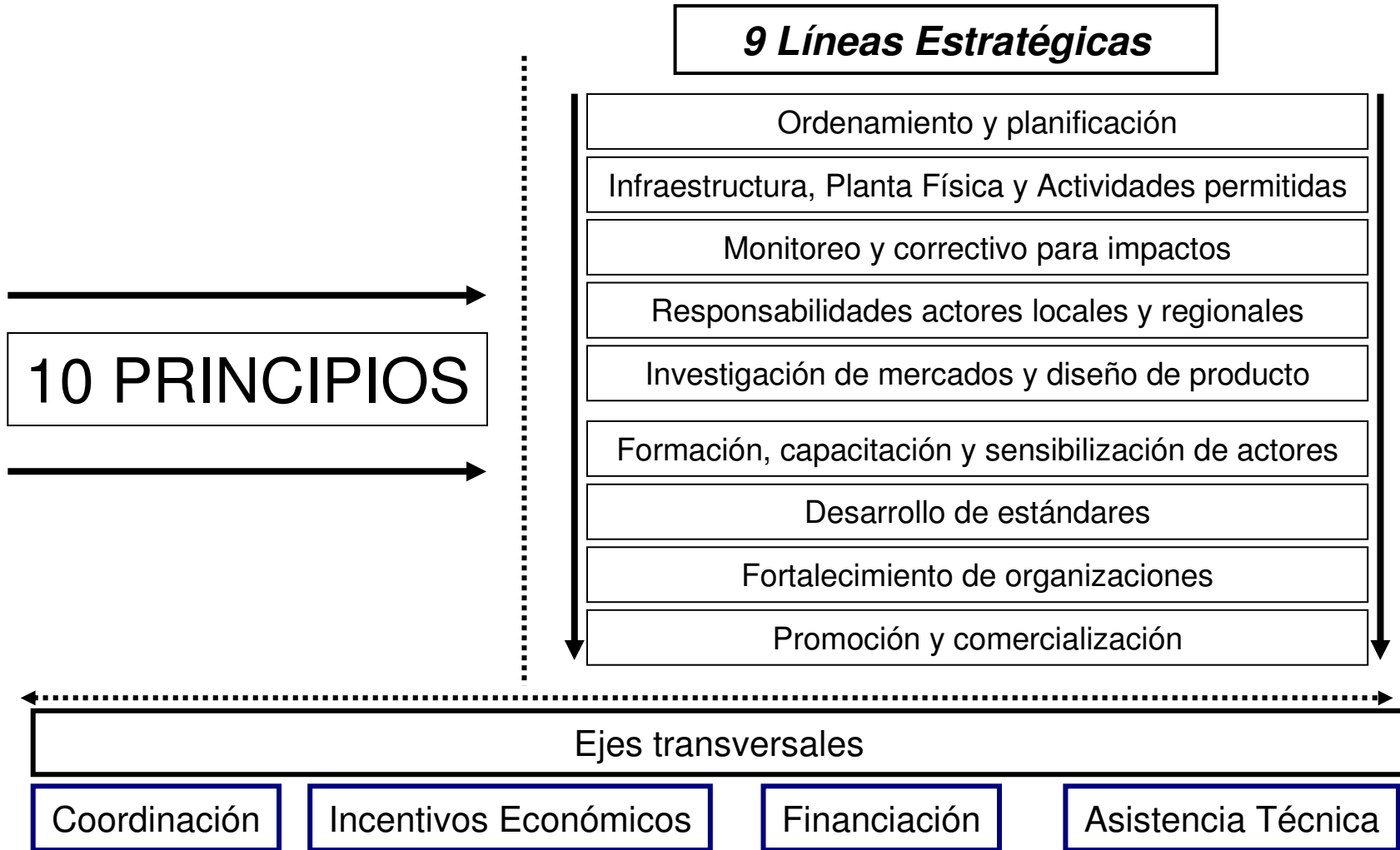
Política para el Desarrollo del Ecoturismo

Objetivo




Fortalecer y diversificar la actividad ecoturística, teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible, y una oferta competitiva de servicios en armonía con la diversidad ecológica y cultural

Política para el Desarrollo del Ecoturismo



Principios

- 
- Conservación
 - Minimización de impactos negativos
 - Aporte al desarrollo regional y local
 - Participación y concertación
 - Formación
 - Especialización
 - Integración de esfuerzos público- privados
 - Responsabilidad de los empresarios, de los promotores e impulsores de los servicios
 - Sostenibilidad de procesos

Estrategia 1: ordenamiento y planificación de áreas

- Ordenamiento: etapa previa
- Planificación: limitantes y potencialidades, formulación, ejecución y seguimiento
- Medidas de control con diversas metodologías: capacidad de carga, visitors impact management, límites de cambio aceptable



Estrategia 2: Determinación de los requerimientos de infraestructura , planta turística y actividades permitidas en las áreas

- Condiciones de la infraestructura básica: empleo de ecotécnicas (energías limpias, reciclaje), recomendaciones para la construcción de senderos
- La planta turística: lineamientos para planeación física, para el diseño arquitectónico y construcción, para instalaciones y fuentes de energía y tratamiento de desechos.

Estrategia 3: Establecimiento de programas de monitoreo y aplicación de correctivos para los impactos negativos

- Impactos sobre el suelo
- Impactos sobre recursos hídricos
- Impactos sobre la vegetación
- Impactos sobre la fauna y la flora
- Impactos sobre el paisaje
- Impactos sobre aspectos sanitarios



Estrategia 4: Determinación de las responsabilidades de los actores regionales y locales



- Custodio
- Operador
- Promotor
- Prestadores de los servicios
- Comunidad local
- Ecoturista
- Otras instancias

Estrategia 5: Formación y sensibilización de los actores regionales y locales

- Formación ecoturística: respeto por las normas y por la calidad del servicio; capacitación en temas específicos
- Sensibilización o concienciación: campañas permanentes para diversos actores

Estrategia 6: Investigación de mercados y diseño del producto

- Los mercados: viajes especializados de naturaleza; otros viajeros
- Diseño del producto: objetivo, concepto, estructura o mix(básico y complementarios), prestación del servicio y viabilidad económica.



Estrategia 7: Desarrollo de estándares de calidad

- Certificaciones , sellos verdes
- Normas de calidad – DITUR
- Plan estratégico nacional de mercados verdes - Minambiente



Estrategia 8: Fortalecimiento empresarial de las organizaciones de base para la prestación de los servicios

- Formación para constituir unidades productivas
- Posibles empresas: transporte especializado, producción limpia de alimentos, producción y venta de artesanías, alojamiento, construcción y mantenimiento de instalaciones, construcción, etc.

Estrategia 9: Promoción y comercialización de los servicios

- Producto- promoción
- Plan de mercadeo y promoción
 - **Estrategias de despegue**
 - **Análisis del mercado**
 - **Análisis de la competencia**
 - **Objetivo**
 - **Estrategia de segmentación**
 - **Estrategia de posicionamiento**
 - **Estrategia de mix**
 - **Fijación de precios**
 - **Promoción**
 - **Comercialización**





Articulación Institucional

- Comité Ecoturismo
- Comité de Agricultura Orgánica
- Comité de Productos medicinales y Plantas medicinales



- Alianzas con sector privado
 - Agroecològicos

Inteligencia de Mercados

Comunicación y Posicionamiento

Logística y Comercialización

Desarrollo Empresarial

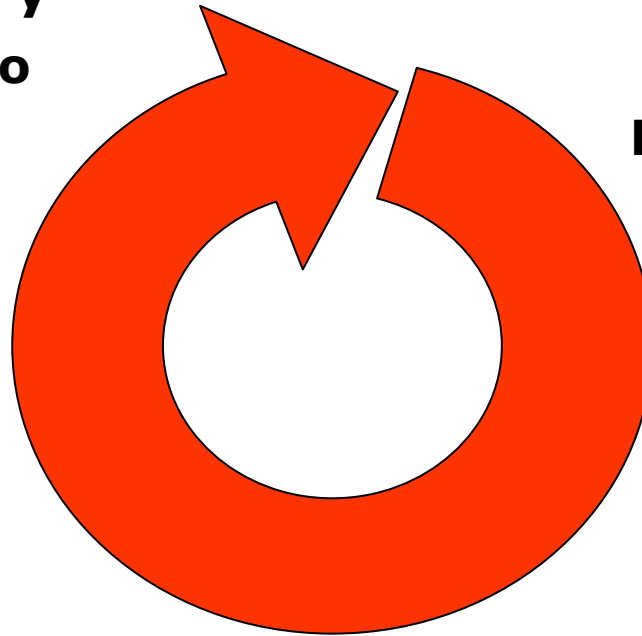
Certificación y Calidad

Acceso a fuentes de Financiación

Investigación y Desarrollo Tecnológico

Política y Normatividad

Fortalecimiento Organizacional





Incentivos Económicos

*Exención tributaria para Servicios
Ecoturísticos.*

Sello Ambiental Colombiano



Programa Nacional de Ecoetiquetado

Busca responder tanto a la necesidad de diferenciación de los productos verdes producidos en el país, como a las preocupaciones por sus posibles barreras al comercio internacional.



Distintivo que podrán portar los bienes o servicios que cumplen requisitos ambientales verificables

Convenios comerciales



Carrefour 

Alianza

- 16 asociaciones y 40 productos codificados
- Puntos de venta de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla

Alianza



- Inicialmente 5 Puntos de Venta
- Proyectos especiales bajo compras programadas

Plaza Mercado Verde

Alianza Jardín Botánico, Alcaldía Bogotá, DAMA y ECOMUISCA

Julio 2 de 2005

Ruedas de Negocios

Cadenas de Supermercados

1 de julio 2004

- 40 productores
- 14 compradores
- 20 productos codificados

Restaurantes

19 de mayo de 2005

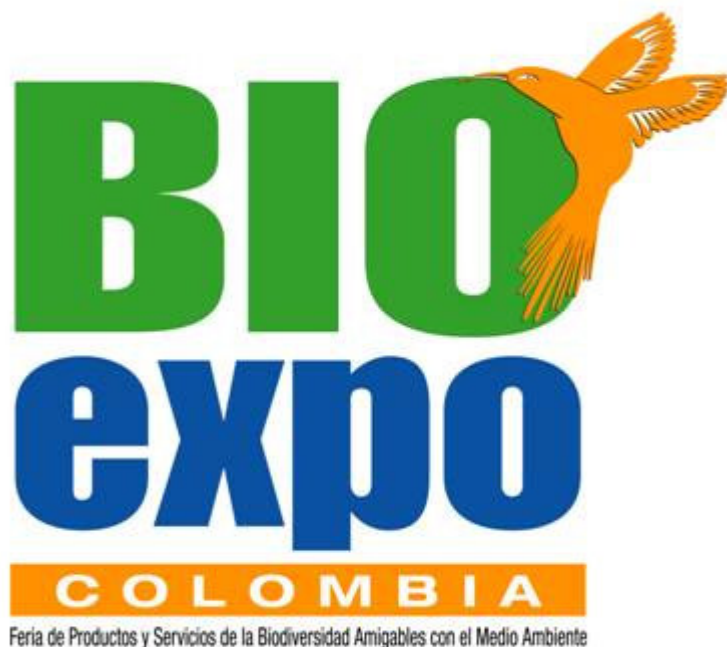


Nuevos espacios de comercialización

BIOexpo 2005

Medellín, octubre 19-22

Patrocinador Corantioquia



Bioexpo 2003 (Junio 27 – 30)

Primera Feria Nacional especializada en productos de la biodiversidad

Espacio de encuentro de negocios:

- **268 Expositores de 24 departamentos**
- **12.000 Asistentes**
- **70% de la muestra – Sistemas Agrarios Sostenibles**

Comité Nacional Organizador: MAVDT, Corantioquia, CRQ, CVC, Corpochivor, Ideam, Humboldt, CI y CNPML





Grupo de Mercados Verdes
Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial
ediaz@minambiente.gov.co
ediazgonzalez@gmail.com

Teléfono 091 - 2889795