

## BRIEF CASO CAMPAÑA CALIDAD TURISTICA

Marca: FONDO NACIONAL DE TURISMO FONTUR Y MINISTERIO COMERCIO  
INDUSTRIA Y TURISMO

Producto o línea de negocio: CAMPAÑA CALIDAD TURISTICA

### 1. CONTEXTO.

¿Por qué estamos haciendo esto?

Una de las herramientas de que dispone el sector turístico colombiano es la Política de Calidad Turística, cuyo objetivo principal consiste en mejorar la prestación de los servicios turísticos ofrecidos a los turistas, fortaleciendo la calidad en las empresas y destinos turísticos, como estrategia para generar una cultura de excelencia, que permita posicionar a Colombia como un destino de calidad, diferenciado, sostenible y competitivo en los mercados turísticos nacionales e internacionales.

Actualmente el sector turístico colombiano dispone de 57 Normas Técnicas Sectoriales elaboradas y publicadas para los subsectores de Alojamiento, Agencias de viajes, Restaurantes, Tiempo compartido, Guías de turismo y Turismo sostenible, en las cuales se han certificado hasta este momento un total de 745 prestadores de servicios turísticos, 5 destinos turísticos y 2 playas.

No obstante, si tenemos en cuenta que de las 57 normas técnicas sectoriales elaboradas por las Unidades Sectoriales de Normalización solo se encuentran certificados 745 prestadores de servicios turísticos de los 18.553 inscritos en el Registro Nacional de Turismo. De lo anterior se puede observar que son muy pocos los prestadores de servicios turísticos certificados con relación al total de prestadores de servicios turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo y por esta razón se requiere emprender desde la institucionalidad gubernamental acciones que permitan divulgar los prestadores de servicios turísticos certificados actualmente, invitar a los que no lo han hecho a iniciar dicho proceso y a fomentar y promover entre los turistas nacionales y extranjeros, así como entre los actores externos al sector, una cultura de consumo de servicios turísticos certificados en calidad.

La campaña promoción de calidad turística consiste en promover e informar a los prestadores de servicios turísticos la importancia de obtener la certificación en las normas técnicas sectoriales de que dispone el sector, comunicar y concienciar a los turistas y al público en general para que contraten los servicios de prestadores certificados.

## 2. OBJETIVOS.

Define el ¿hacia dónde vamos? ¿Dónde queremos estar al final de la campaña?

- a) Objetivo de mercadeo. Aumentar el número de prestadores certificados registrados, como mínimo el 20% de los que actualmente hacen parte de la base (18.553) y aumentar el consumo de por parte de turistas locales y extranjeros de los prestadores certificados.
  
- b) Objetivo de comunicación. A los prestadores de servicios invitarlos a que se certifique. Turistas: invitarlos a que consuman en establecimientos certificados

## 3. TARGET.

Empresarios- prestadores turísticos y turistas en el territorio nacional.

## 4. ACCION DESEADA.

Prestadores de Servicios turísticos: que deseen certificarse

Turistas: Que prefieran servicios que cuenten con el certificado de calidad

- Barreras: los prestadores no encuentran valor al certificarse.

## 5. RECOMPENSA.

¿Qué recompensa le vamos a prometer y con qué respaldaremos esa promesa?

Beneficios:

- Hacer uso de la marca país.
- Beneficiarios de campañas de promoción
- Participar en capacitaciones exclusivas para prestadores certificados.
- Participar en el Premio Nacional de la Calidad Turística
- Aparecer en los directorios especializados de prestadores de servicios turísticos en Procolombia, CITUR, Plataforma de Certificación y páginas verdes.
- Reconocimiento del Consejo Global de Turismo Sostenible en la certificación de Normas Técnicas Sectoriales de Turismo Sostenible.

6. PERSONALIDAD Y TONO.

Comunicación Institucional

7. DIMENSION.

Realizar comercial de tv 20 seg con cobertura nacional, regional y cable, cuña de radio, visual para grandes formatos y piezas digitales.

8. MANDATORIOS. Logos Ministerio y Fontur