



El progreso
es de todos

Mincomercio



COLOMBIA
A LA MESA

Estrategia para el posicionamiento de la gastronomía colombiana como producto turístico. (2019-2022)

ÍNDICE

CONTEXTO	3
ANTECEDENTES	4
BRECHAS	14
OBJETIVO	15
PROGRAMAS	16
LA GASTRONOMÍA EN EL PLAN SECTORIAL DE TURISMO	29
RED DE EVENTOS GASTRONÓMICOS DE COLOMBIA	32
PROYECTOS	33
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41



COLOMBIA A LA MESA

Estrategia para el posicionamiento de la gastronomía colombiana como producto turístico. (2019-2022)

Contexto

El turismo en Colombia viene creciendo, convirtiéndose en un importante factor para el desarrollo de la economía y de las regiones. La llegada de turistas extranjeros ha generado divisas para el país por un valor superior a los USD 6.000 millones, al tiempo que el turismo doméstico crece y se consolida generando 1.902.940 empleos.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) define el turismo gastronómico como “un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina. El enoturismo (turismo del vino), es un subtipo del turismo gastronómico y se refiere al turismo cuyo propósito es visitar viñedos, bodegas, degustar, consumir y/o comprar vino, ya sea directamente o cerca del lugar donde se produce”.¹

¹ Definiciones de turismo de la OMT. (2019)

Antecedentes

Con el fin de rescatar, fortalecer, apoyar e impulsar la gastronomía en Colombia y atendiendo lo dispuesto en el Plan Estratégico para la Construcción del Producto Turístico Gastronómico 2014-2018, se realizó el *Estudio sobre gastronomía colombiana a nivel nacional e internacional como producto para potenciar el turismo*. El estudio, a nivel nacional cobijó la oferta y la demanda de 10 regiones



Cobertura de estudio

SAN ANDRÉS (San Andrés, Providencia y Santa Catalina)

COSTA PACÍFICA (Chocó, Valle del Cauca, Nariño y Cauca)

ANTIOQUIA Y VIEJO CALDAS (Antioquia, Caldas, Risaralda y Quindío)

ORINOQUÍA Y AMAZONÍA (Amazonas, Arauca, Caquetá, Casanare, Meta, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada)

SANTANDERES (Santander y Norte de Santander)

COSTA CARIBE (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, Magdalena y Sucre) (La GUAJIRA estudiada en componente especial)

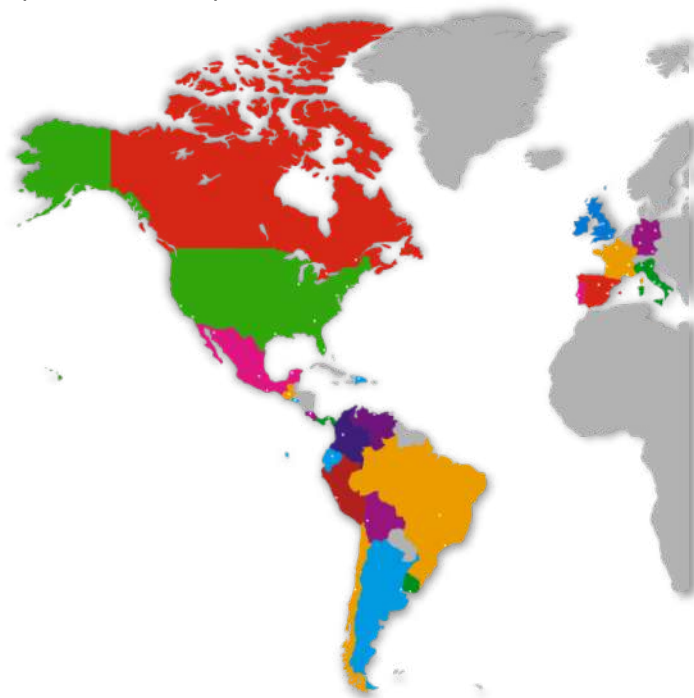
TOLIMA GRANDE (Tolima y Huila)

ANTIPLANO CUNDIBOYACENSE (Boyacá y parcialmente Cundinamarca)

BOGOTÁ Y ÁREA DE INFLUENCIA

Antecedentes

A nivel internacional se contemplaron mercados actuales y potenciales de las Américas y Europa, con 23 países en total.

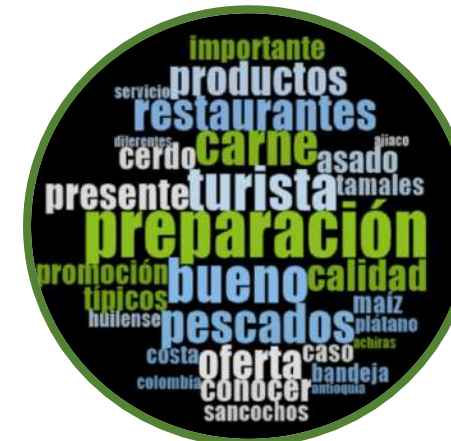


Cobertura del estudio a nivel internacional.

- NORTEAMÉRICA** (Estados Unidos y Canadá)
- CENTROAMÉRICA Y CARIBE** (México, Costa Rica, Republica Dominicana, Guatemala, Panamá y El Salvador)
- REGIÓN ANDINA** (Venezuela, Chile, Perú, Bolivia y Ecuador)
- CONO SUR** (Argentina, Brasil y Uruguay)
- EUROPA** (Inglaterra, Francia, España, Italia, Portugal y Alemania)

Antecedentes

En su análisis cualitativo el estudio identificó que para el segmento nacional las regiones más reconocidas por su gastronomía son la costa caribe y pacífica, seguidos por Bogotá y Antioquia. En cuanto a las preparaciones e insumos más representativos se destacó la gran diversidad gastronómica colombiana. Es importante destacar que los resultados dicen que en general la oferta gastronómica debe representar las tradiciones culinarias colombianas y los productos locales, y que para consolidarnos como destino turístico gastronómico debemos tener en cuenta la calidad, la técnica, innovación, las preferencias de la demanda y la tradición.



Antecedentes

Del segmento internacional cuando se les pregunto ¿con qué asocia la gastronomía colombiana? El resultado fue arepas, maíz, carne, diversidad, empanadas, entre otros. En cuanto a las materias primas las más destacadas fueron las frutas seguidas del café y el maíz. resaltaron nuestra diversidad.

Las ciudades con la mejor oferta según la percepción de la demanda son Bogotá, Medellín, Cartagena y Cali, por la calidad de sus restaurantes y la variedad de productos.



Antecedentes

Las recomendaciones del segmento internacional para que la gastronomía colombiana sea más atractiva al mercado de viajes y turismo fueron: afianzar la identidad, trabajar en la técnica, la presentación, innovación con productos locales y la competitividad de los destinos entre otros. Lo anterior teniendo en cuenta nuestras fortalezas en cuanto a las tradiciones, las cocinas de los hogares, la cocina popular, cocineros tradicionales, inmigrantes y las nuevas tendencias.



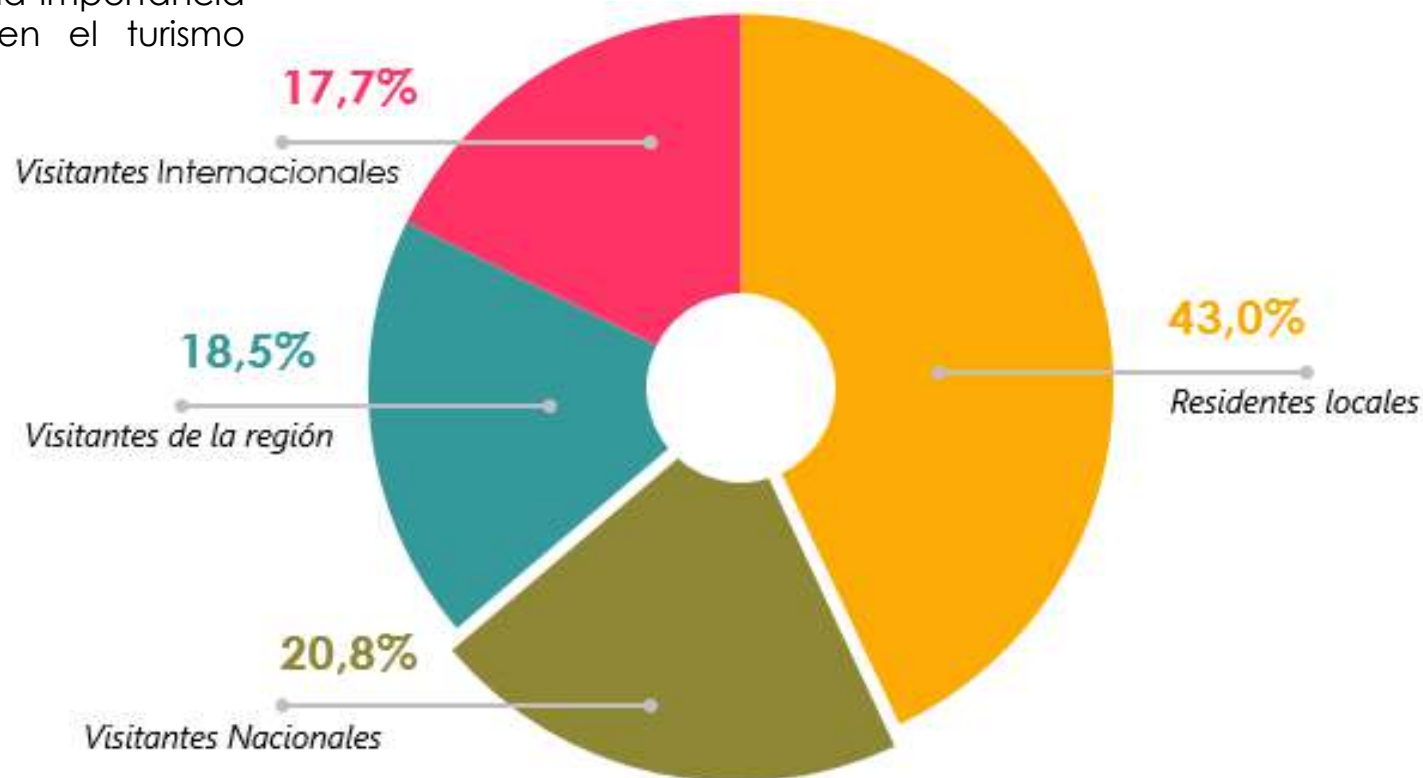
Antecedentes

El análisis nos indica que debemos fortalecer los eventos gastronómicos nacionales (Red de Eventos Gastronómicos de Colombia), adelantar acciones de promoción a nivel internacional en los mercados actuales y potenciales de Colombia como destino turístico, promover la investigación, consolidar una identidad gastronómica alrededor de los productos locales y la tradición.



Antecedentes

El análisis cuantitativo nos muestra que la demanda gastronómica en zonas de interés turístico está representada en un 43% por residentes locales, 20,8% por visitantes nacionales, 18,5% por visitantes de la región y un 17,7% por visitantes internacionales, lo que nos reafirma la importancia del turismo doméstico y la oportunidad de crecer en el turismo internacional.

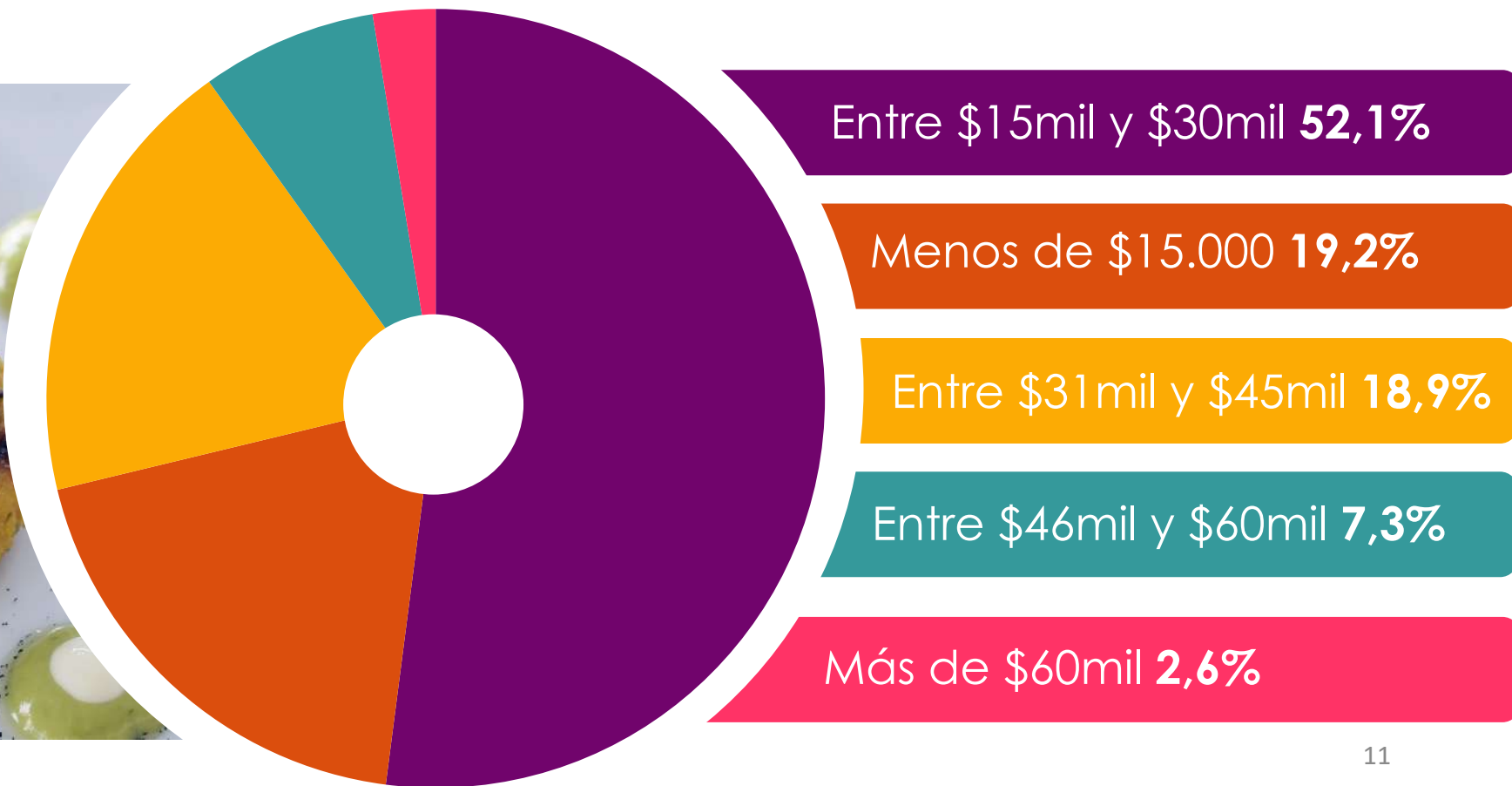


Antecedentes

Precio promedio de los platos más ofertados en Colombia.



En cuanto a los rangos de precios de los platos más ofertados se observa que el 52% oscilan entre los 15 mil y 30 mil pesos, el 19,2% está por debajo de los 15 mil, el 18.9% entre 31mil y 45mil, el 7,3% entre 46mil y 60mil pesos y finalmente el 2,6% los platos están por encima de los 60 mil pesos.



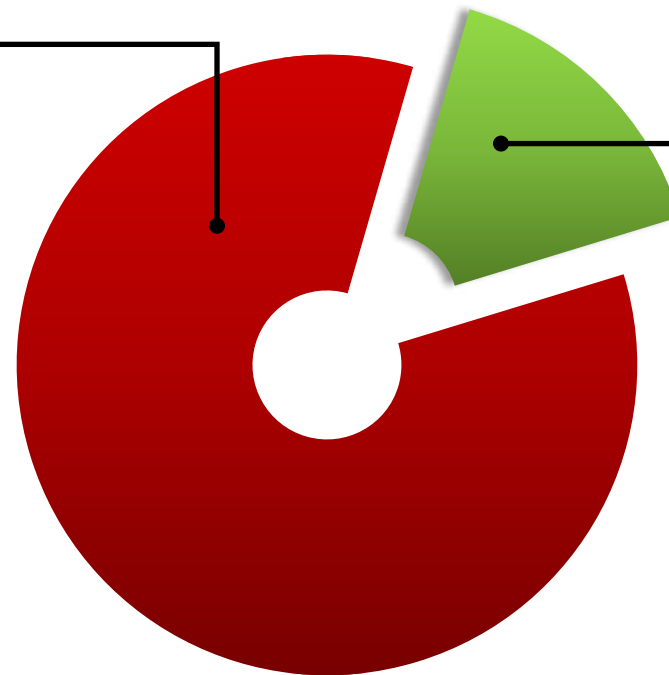
Antecedentes

En cuanto a la promoción en publicaciones especializadas a nivel nacional e internacional, el 84,2% de a oferta no tiene presencia en estos medios, en tanto que el 15,8 si lo hace.



NO 84,2%

SI 15,8%

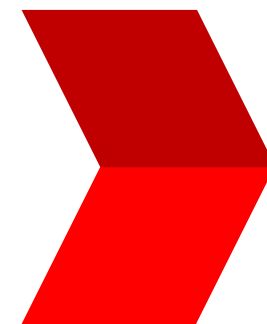


Antecedentes

En la misma proporción el 86% no participa en iniciativas de construcción de producto como rutas gastronómicas y otras experiencias en los destinos nacionales, solo el 14% lo hace.



NO 86,0%



SI 14,0%



Brechas

En el estudio se identificaron brechas entre lo que tenemos en el país y lo que exige el cada vez más informado y exigente cliente a nivel nacional e internacional en materia de producto, oferta, gestión institucional, mercado y comunicación.

A cada brecha se pretende darle cierre o por lo menos mitigarla a través de la **estrategia** para posicionar el posicionamiento de la gastronomía colombiana como producto turístico "COLOMBIA A LA MESA".



Producto



Oferta



Gestión Institucional



Mercado



Comunicación

Objetivo

La estrategia Colombia a la Mesa busca el reconocimiento y apropiación de la oferta y la vinculación de la gastronomía colombiana con los productos, atractivos, planes y paquetes turísticos, el fortalecimiento empresarial, la unión de fuerzas y recursos de los actores públicos y privados para el desarrollo del producto turístico gastronómico, promover e incentivar la investigación en gastronomía y por último desarrollar acciones de promoción nacional e internacional del país como destino gastronómico.

Programas

Nuestras cocinas, nuestra identidad, una experiencia gastronómica, con potencial turístico

Colombia, Un viaje de sabores

Gastronomía productiva

Todos a la mesa

Colombia, Sí sabe

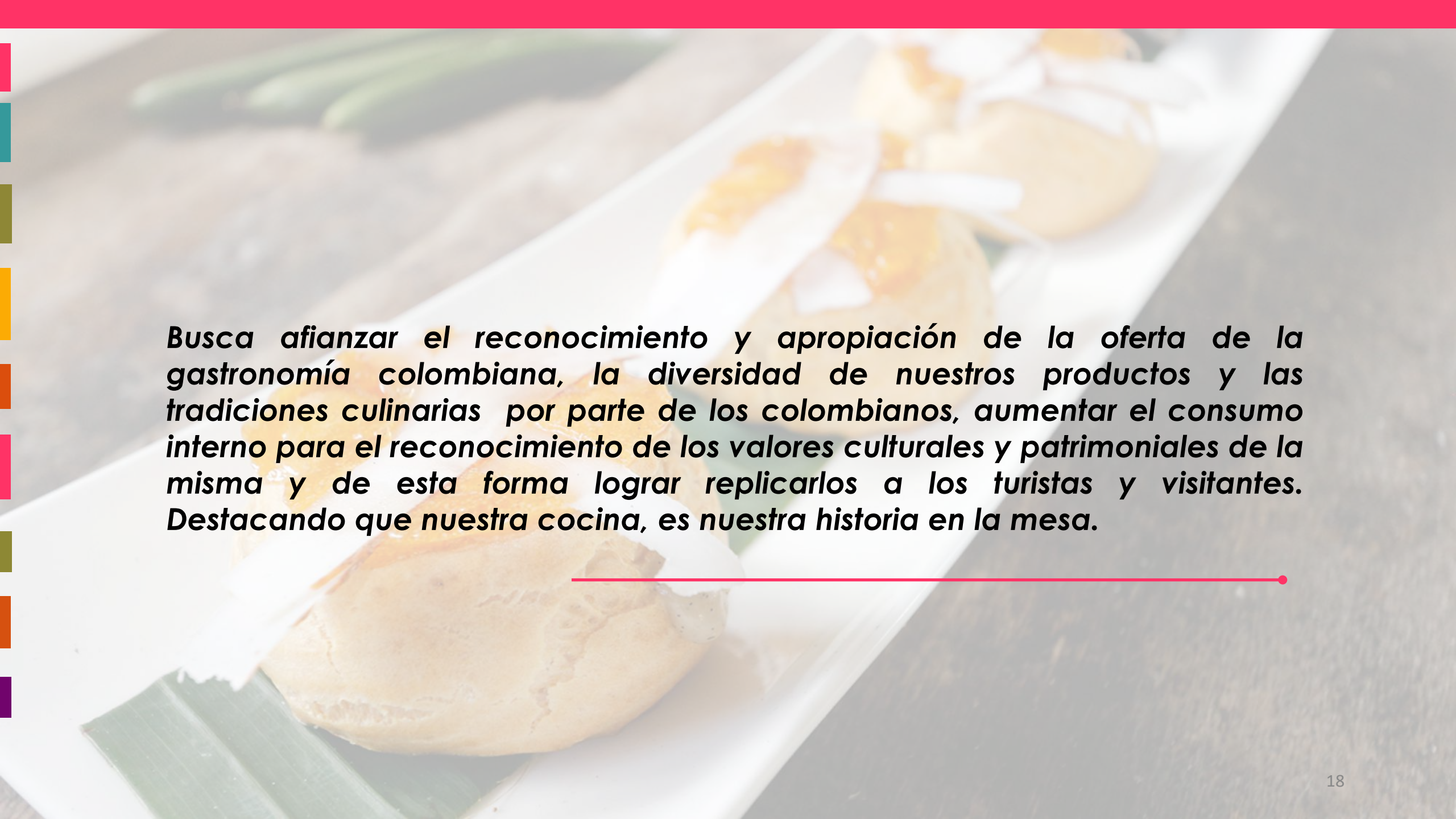
Bienvenidos comensales



COLOMBIA
A LA MESA



PROGRAMA 1 - NUESTRAS COCINAS, NUESTRA IDENTIDAD, UNA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA CON POTENCIAL TURÍSTICO



Busca afianzar el reconocimiento y apropiación de la oferta de la gastronomía colombiana, la diversidad de nuestros productos y las tradiciones culinarias por parte de los colombianos, aumentar el consumo interno para el reconocimiento de los valores culturales y patrimoniales de la misma y de esta forma lograr replicarlos a los turistas y visitantes. Destacando que nuestra cocina, es nuestra historia en la mesa.

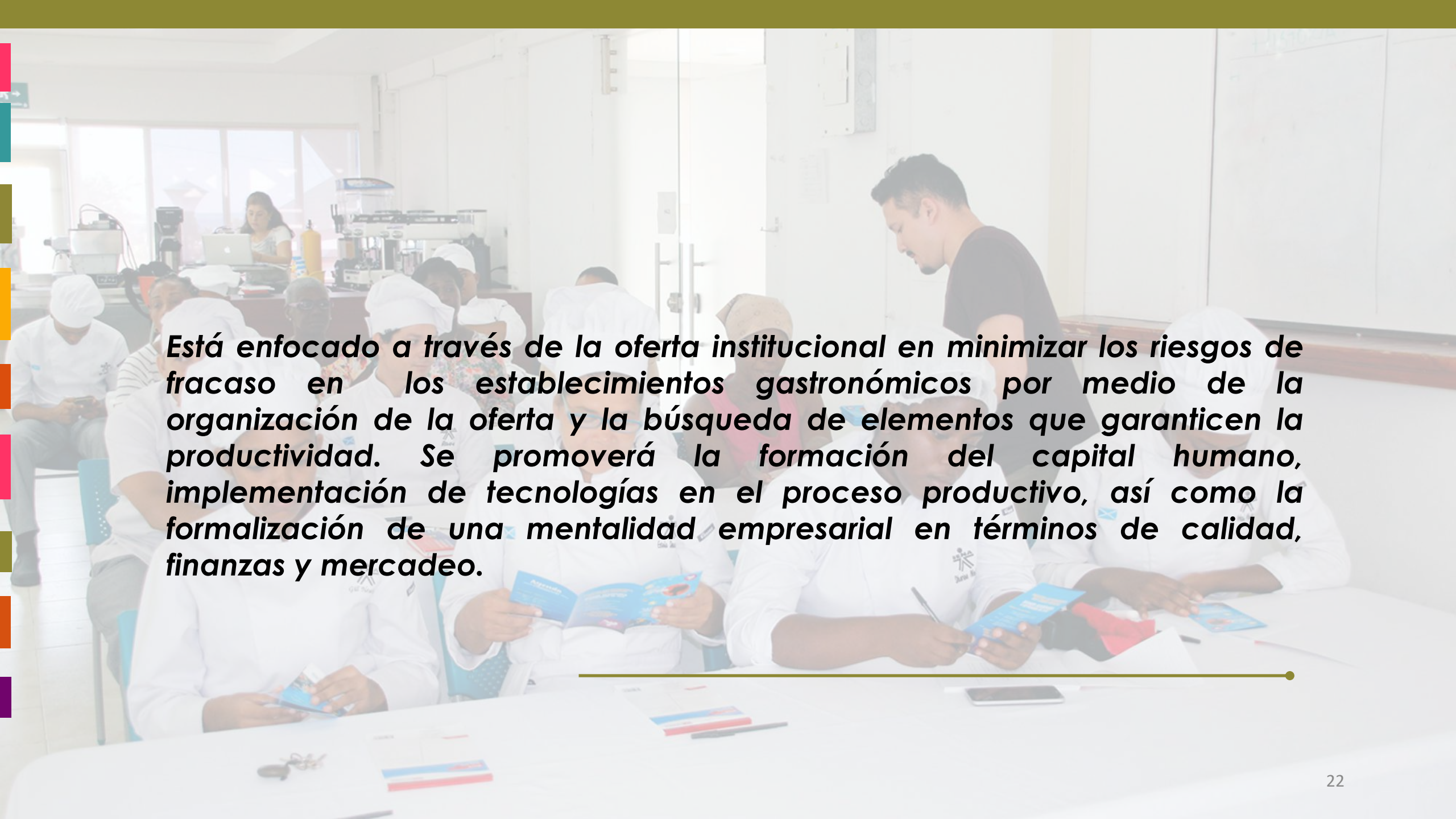


PROGRAMA 2 - COLOMBIA, UN VIAJE DE SABORES

Su propósito es vincular la gastronomía colombiana con los productos, atractivos, planes y paquetes turísticos ya consolidados y propiciar espacios de interacción entre las agencias de viaje y la oferta gastronómica con el fin de construir producto gastronómico, lo que generará valor a los destinos.

PROGRAMA 3 - GASTRONOMÍA PRODUCTIVA





Está enfocado a través de la oferta institucional en minimizar los riesgos de fracaso en los establecimientos gastronómicos por medio de la organización de la oferta y la búsqueda de elementos que garanticen la productividad. Se promoverá la formación del capital humano, implementación de tecnologías en el proceso productivo, así como la formalización de una mentalidad empresarial en términos de calidad, finanzas y mercadeo.

PROGRAMA 4 - TODOS A LA MESA

Cocinas
& Fogones



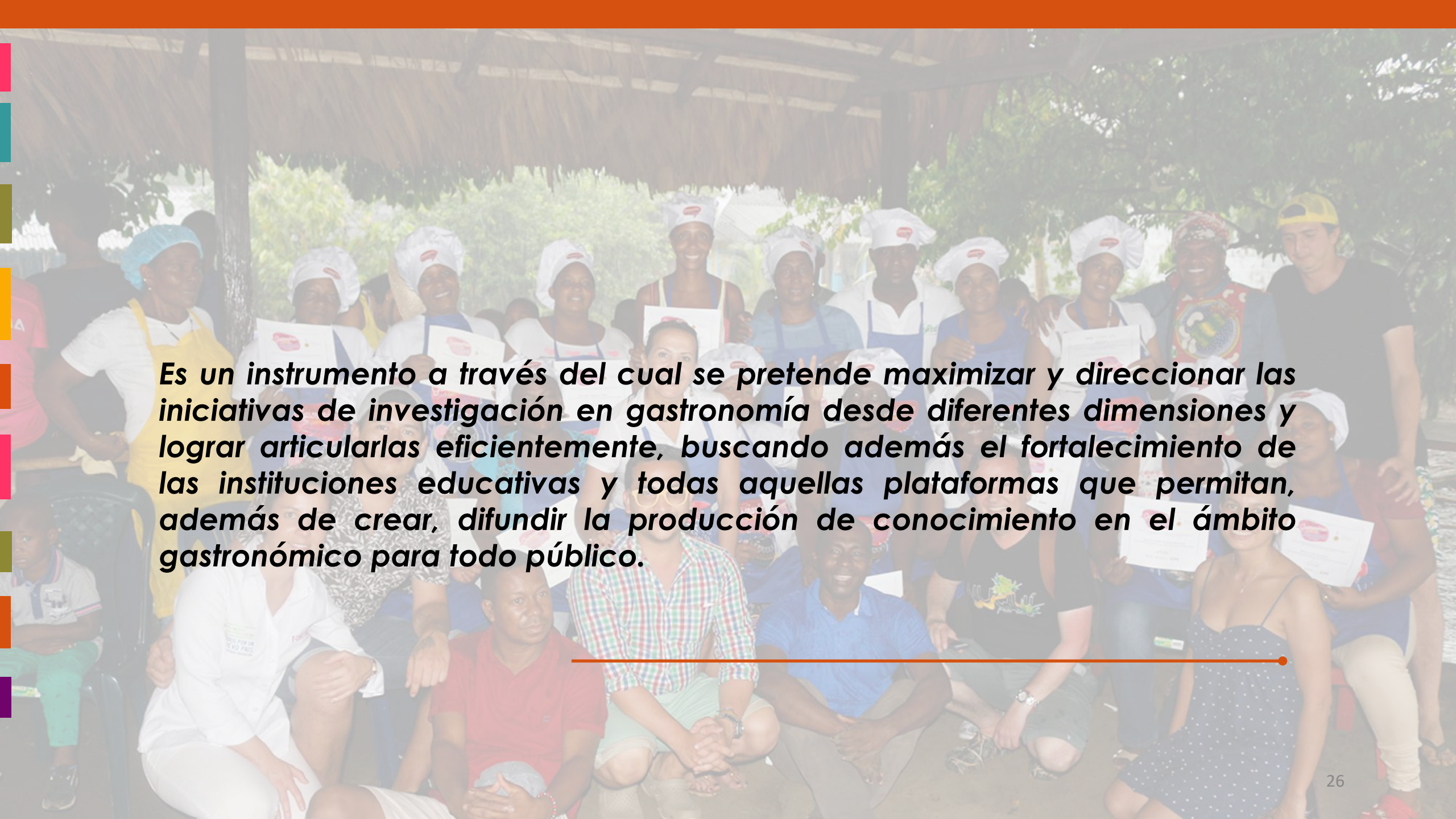


Cocinas
& Fogones

Invita a fortalecer los requerimientos básicos y los canales de comunicación necesarios para concertar adecuadamente todos los intereses, invitando a los actores públicos y privados a unificar sus fuerzas y recursos, para lograr llevar a cabo las acciones requeridas para el fortalecimiento del turismo y a su vez del producto gastronómico a través de la implementación de mesas regionales.




PROGRAMA 5 - COLOMBIA, SÍ SABE



Es un instrumento a través del cual se pretende maximizar y direccionar las iniciativas de investigación en gastronomía desde diferentes dimensiones y lograr articularlas eficientemente, buscando además el fortalecimiento de las instituciones educativas y todas aquellas plataformas que permitan, además de crear, difundir la producción de conocimiento en el ámbito gastronómico para todo público.



PROGRAMA 6 - BIENVENIDOS COMENSALES



Busca definir aquellas acciones requeridas para comunicar los resultados obtenidos, destacando los factores diferenciadores del producto e integrando los actores más representativos del sector en la búsqueda del fortalecimiento de los destinos y la persuasión de la demanda, dando la bienvenida a la diversa, tradicional y exquisita oferta gastronómica colombiana, a través de planes de mercadeo, de medios, guías turísticas, entre otros.

La gastronomía en el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022

“Turismo: El propósito que nos Une”



GESTIÓN INTEGRAL DE DESTINOS Y FORTALECIMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL PAÍS.

Desarrollar productos turísticos diferenciados y de alto valor

- MinCIT desarrollará un programa especial para apoyar el desarrollo de las manifestaciones culinarias colombianas y la Red de Eventos Gastronómicos de Colombia , asociados a destinos turísticos con vocación gastronómica.*
- Se apoyará el desarrollo de cocinas tradicionales colombianas entre MinCIT y MinCultura y se coordinará con el sector privado de restaurantes y gastronomía la promoción e inclusión del uso y consumo de productos locales, como oferta turística.*
- Proteger los productos y recetas tradicionales colombianas a través de la creación e implementación de nuevas herramientas de propiedad intelectual, tales como Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) e Indicaciones Geográficas (IG), desarrollando el marco reglamentario respectivo desde MinCIT, en coordinación con la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC, MinCultura, MinSalud - INVIMA, realizando su respectiva aplicación y promoción para el turismo, como elementos reputacionales, de diferenciación y posicionamiento de los destinos.*
- MinCIT, implementará acciones para lograr la declaratoria como recursos turísticos, de actividades y prácticas representativas de imaginarios turísticos de Colombia, entre ellos las manifestaciones culinarias, de manera que contribuya con el reconocimiento, protección, difusión y promoción de procesos como hechos constitutivos de la diversidad del producto turístico.*

PROMOCIÓN DE UN TURISMO TRANSFORMADOR, INCLUYENTE Y CON EQUIDAD

Promoción turística efectiva de Colombia como destino turístico.

Las campañas y actividades de promoción turística que se adelanten deberán contemplar resultados en la generación de capacidades para lograr la reserva y compra de planes y productos, servicios y actividades para el turismo receptivo y doméstico, invitando al consumo según el mercado, así como al desarrollo de la oferta “empaquetada” de Colombia a nivel nacional e internacional, contando con la participación de las agencias de viajes y otros actores privados del sector.

Estas campañas y actividades de promoción nacional e internacional estarán enfocadas prioritariamente al posicionamiento y venta de los productos turísticos de alto valor del país, de sus destinos, atractivos y actividades, según las particularidades de cada tipología, en función de su demanda específica. **De igual manera, incluirán en su difusión, de forma transversal, los contenidos asociados a la gastronomía, a las ferias y fiestas, a los sitios y las diferentes expresiones nacionales que han sido declaradas por la UNESCO como patrimonio cultural o natural, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 17º de la Ley 1101 de 2006**

Red de Eventos Gastronómicos de Colombia

Se fortalecerá la Red de Eventos Gastronómicos de Colombia, una iniciativa creada para la consolidación de la competitividad y la promoción a través de la potenciación de los eventos gastronómicos a nivel nacional. Para su creación se identificaron y caracterizaron a los eventos más relevantes del país, abarcando a todas las regiones. Hoy los eventos que conforman la red por fomentar el aprecio por los productos, la cultura, los valores locales y la innovación desde una perspectiva sostenible.

La Red genera sinergias que han fortalecido el producto turístico gastronómico colombiano reforzando los canales de comunicación. Es así como esto ha permitido trazar líneas de cooperación horizontal entre los eventos logrando apoyos en materia de mejoramiento de las temáticas.



www.regco.co



[@reddeEventos_CO](https://twitter.com/reddeEventos_CO)



[Red de eventos gastronómicos de Colombia](https://www.youtube.com/channel/UC...)



[redeventosgastronicos](https://www.instagram.com/redeventosgastronicos)



[Red de eventos gastronómicos de Colombia-REGCO](https://www.facebook.com/ReddeEventosREGCO)

REDA DE EVENTOS GASTRONOMICOS DE COLOMBIA
COLOMBIA A LA MESA

MUESTRA GASTRONOMICA DEL
Caribe Insular 2018
FIN WITH TIES

No se pierda una experiencia unica donde conocera las tradiciones, culturas y las nuevas tendencias de la cocina isleña.

2 y 3 de agosto de 2018
Lugar: Banco de la República, San Andrés.

Cupos limitados. Más información e inscripciones en: evento.gastronomia@minci.gov.co

REDA DE EVENTOS GASTRONOMICOS DE COLOMBIA
FESTIVAL GASTRONOMICO SANTA MARTA 2017

CARIBE FOOD AND RUM

EL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO LES INVITA A COMPARTIR CON LOS MEJORES DE LA GASTRONOMÍA COLOMBIANA EN EL **CARIBE FOOD AND RUM 2017.**

COLOMBIA A LA MESA

Festival Gastronómico Siemba Negra Pacífico III

COQUI CON SABOR A VAINILLA

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo les invita a disfrutar de una deliciosa experiencia gastronomía con los sabores tradicionales del pacífico.

22 de septiembre de 2018 • Kiosko de la Playa Coquí • 1:00 p.m.

Tercer festival gastronómico
Cocinas & Fogones

Santandereano

PROYECTOS

Proyectos

Desarrollo del marco reglamentario para proteger y promocionar productos, recetas y manifestaciones

Expedir reglamentación para la declaratoria de manifestaciones culinarias tradicionales, técnicas, y utensilios sobresalientes como mecanismo para fortalecer la identidad y promover las primeras seis manifestaciones.

Con Artesanías de Colombia y Viceministerio de Comercio Exterior definir la estrategia para la implementación de las denominaciones de origen, nuevas herramientas de propiedad intelectual, tales como Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) e Indicaciones Geográficas para los técnicas y productos relacionados con la gastronomía colombiana.

Fortalecimiento de la identidad a través de reconocimientos internacionales

Proponer al Ministerio de Cultura la declaratoria de una expresión gastronómica representativa de la tradición colombiana y apoyar la elaboración del dossier para UNESCO.

Proyectos

Fortalecer la Red de Eventos Gastronómicos de Colombia, como una forma de dar valor agregado a los destinos, a la gastronomía en sí misma y a los productos asociados

Presentar y ejecutar proyecto integral que contenga aspectos relacionados con la competitividad y la promoción de los eventos para garantizar la sostenibilidad de la Red y maximizar recursos para el cuatrienio.

A través de los eventos gastronómicos organizados y apoyados por el ministerio generar transferencia de conocimientos y fortalecer la promoción de producto

Caribe Food and Rum

Salón de la Pastelería

Cocinas y Fogones Santandereanos

Festival Gastronómico Siembra Negro Pacífico

Muestra Gastronómica del Caribe Insular

Presentar y apoyar ejecución proyecto para la realización de estos 5 eventos

Proyectos

Creación de nuevos eventos gastronómicos

- En coordinación con ASOBARES se desarrollará un evento que permita potenciar la oferta de la vida nocturna como producto turístico.
- En coordinación con el sector privado y las autoridades del Atlántico y Barranquilla organizar y lanzar el Festival Nacional de la Cocina Ribereña.
- Realizar en coordinación con los gremios (Anato, Cotelco y Acodres) una rueda de negocios con el fin de vincular las experiencias gastronómicas a planes y paquetes turísticos.

Contar con un sistema de información veraz e imparcial para el subsector (articulado con el sistema nacional)

- Definir términos de referencia para el diseño de indicadores que permitan tener información del subsector.

Proyectos

Concertar con el Ministerio de Cultura, INVIMA y la academia requisitos sanitarios para los productos relacionados con la cocina tradicional colombiana

Formalizar mesa de trabajo con el Ministerio de Cultura e INVIMA para definir los requisitos sanitarios para los productos relacionados con la cocina tradicional colombiana.

Fortalecer la gestión institucional a través de alianzas

Formalizar alianza y apoyar a la Academia Colombiana de Gastronomía con el fin de fortalecer la investigación en el ámbito gastronómico.

Proyectos

Fortalecer la gestión de los destinos a través de la implementación del programa Todos a la Mesa.

- Promover la implementación de la estrategia “Colombia a la Mesa” en destinos con potencial para el turismo gastronómico.
- Asistencia técnica y acompañamiento a las mesas creadas para la implementación de la estrategia “Colombia a la mesa” a nivel regional.

Formación y capacitación para el fortalecimiento de la gastronomía como producto turístico.

- Gestionar ante la OMT la realización del “Curso Internacional y Conferencia La Gastronomía como Factor de Atracción Turística”

Proyectos

Fortalecer la gestión empresarial de los establecimientos gastronómicos a través del programa Gastronomía Productiva

3 Jornadas de difusión para acceder a los programas disponibles en el portafolio del Viceministerio de Turismo (MINCIT), Fondo Emprender (SENA), Bancoldex, FONTUR, Colciencias, Clústeres (Cámaras de Comercio), y otras Organizaciones No Gubernamentales, cuyo objetivo se centre en el fortalecimiento empresarial.

Construir un Programa de acompañamiento para establecimientos gastronómicos con miras a la formación del capital humano, la implementación de tecnologías en las diferentes etapas del proceso productivo; así como la formalización.

Construir un programa para apoyar a los establecimientos gastronómicos para fortalecer su sostenibilidad (ámbitos económico, socio cultural y ambiental).

Fortalecer Coquí, Nuquí como destino gastronómico a través de procesos comunitarios de inclusión social para favorecer la generación de ingresos en comunidades rurales, mediante alianzas público-privadas-comunitarias.

Proyectos

Promoción nacional e internacional de la gastronomía colombiana como producto turístico

Definir y coordinar con Procolombia y Cancillería la participación de Colombia en los principales eventos internacionales de gastronomía.

Postular a Colombia como sede del UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism y llevar a cabo las acciones necesarias para la captación del evento en 2022.

Promover desde los territorios la construcción de narrativas alrededor de la gastronomía como producto turístico.

Definir términos de referencia y presentar proyecto para la creación de la primera guía turística gastronómica de Colombia. (Virtual, interactiva y que contenga toda la oferta.)

Referencias bibliográficas

Departamento Nacional de Planeación (2018). Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 Pacto por Colombia, pacto por la equidad. Recuperado de: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/PND-Pacto-por-Colombia-pacto-por-la-equidad-2018-2022.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2017). Estudio sobre gastronomía colombiana a nivel nacional e internacional como Producto para potenciar el turismo. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=69792cba-44a7-4fb6-8f7b-ef8f3dc21f86>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018). Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 Turismo: El propósito que nos une. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

Organización Mundial del Turismo (2019). Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

Red de Eventos Gastronómicos de Colombia (2019). <https://regco.co/>