



DEL **24** AL **28** DE OCTUBRE

V SEMANA DE LA **FACULTAD** DE ADMINISTRACIÓN



**V SEMANA DE LA FACULTAD
DE ADMINISTRACIÓN**



**V SIMPOSIO
INTERNACIONAL**

PARA LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL:

**CONSUMIDORES
Y MERCADOS
EMERGENTES**



La gastronomía local, piedra angular para el desarrollo del turismo en Colombia

Por Daniel R. Prada G.

Director Programa de Gastronomía

Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad de La Sabana

Autoconocimiento

Tradición familiar

Tradición regional

Aprendizaje – conocimiento profundo

Orgullo

Investigación vertical

Producto: composición, propiedades, sensoriales, usos culinarios

Desarrollo creativo: nuevas formas, ideas, técnicas

Identidad regional

Nos une

Identidad propia

Nos diferencia

Oferta gastronómica única, local,
regional, propia.

¿Quién es el turista?

¿De dónde viene?

¿Qué quiere comer?

Conocimiento de mi cliente

¿A qué viene?

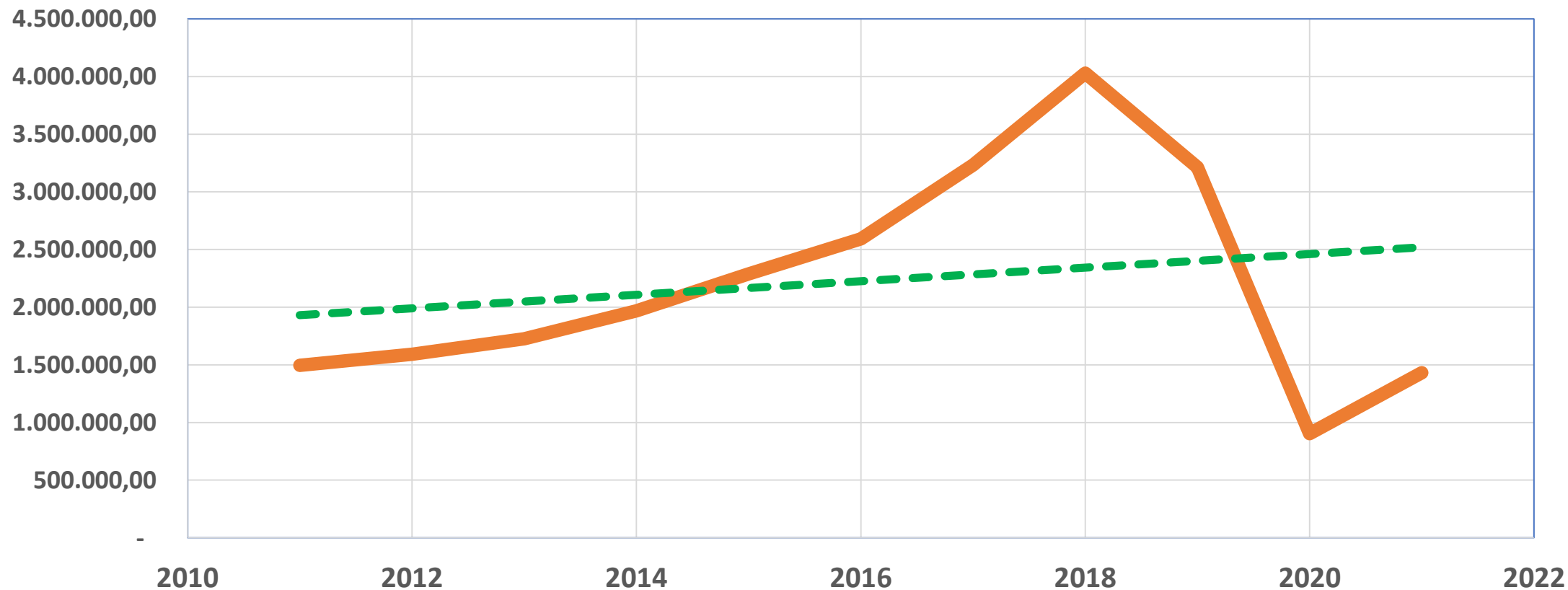
¿Podrá volver?

Crecimiento

AÑO	VISITANTES EXTRANJEROS NO RESIDENTES
2011	1.496.401,00
2012	1.591.120,00
2013	1.726.300,00
2014	1.967.814,00
2015	2.288.342,00
2016	2.593.057,00
2017	3.233.162,00
2018	4.030.019,00
2019	3.213.837,00
2020	903.900,00
2021	1.431.366,00

Crecimiento

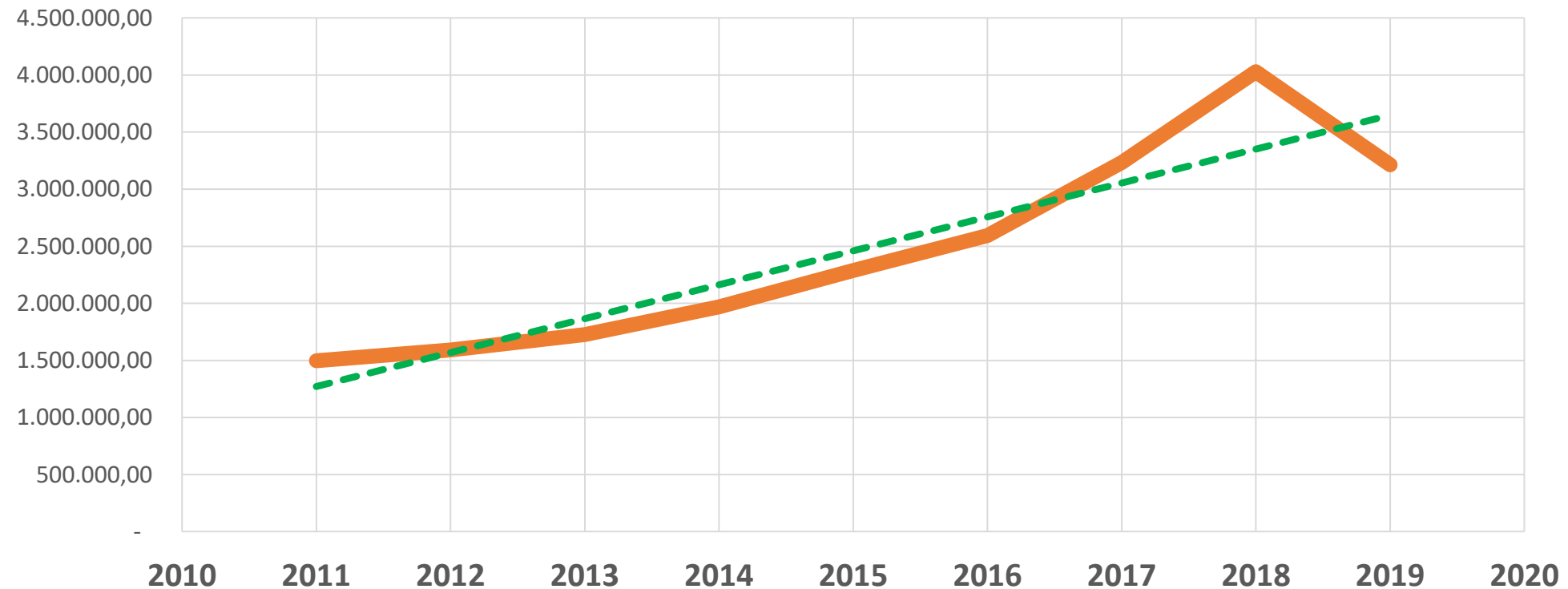
TURISMO EN COLOMBIA



Fuente: MINCIT 2021

Crecimiento

TURISMO COLOMBIA ANTES PANDEMIA



Fuente: MINCIT 2021

¿De dónde vienen?

PAÍS	2021
Estados Unidos	36,1%
Venezuela	12,7%
México	5,7%
Perú	4,7%
Ecuador	4,1%
Panamá	4,0%

Fuente: MINCIT 2021

Conocimiento de mi cliente turista

¿A qué viene?

¿Podrá volver?

Una única oportunidad para “descrestar”

¿A qué viene?

¿Podrá volver?

¿Lo descresté o lo defraudé?

¿Querrá volver?

¿Le contará a otros sobre su experiencia?

Un turista que percibe mi orgullo
se irá feliz

Gracias

Daniel R. Prada G.

Director Programa de Gastronomía

Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad de La Sabana