



VIAJAR CON PROPÓSITO

comfama

---

*Viajar nos posibilita despertar la fiebre infantil de las experiencias inusuales, valorar cada rincón desconocido y entender que el mundo se abre ante nosotros, viajar es la posibilidad de despertar el mundo de los sentidos y el mundo de las emociones, en el viaje la memoria y la imaginación se encuentran y abren espacio a otras realidades, nunca antes vistas, nunca antes soñadas.*

## TURISMO COMFAMA

---

- Potencial de desarrollo y negocios limitado a la **intermediación** de paquetes turísticos **diseñados y operados por terceros**.
- **Único canal de ventas** en oficina física
- **Baja interrelación** con los **territorios** y sus **habitantes** para el desarrollo de productos.
- Limitado conocimiento de **tendencias** y **públicos**



**El turista avanza en línea recta y el viajero en todas las direcciones**

**comfama**



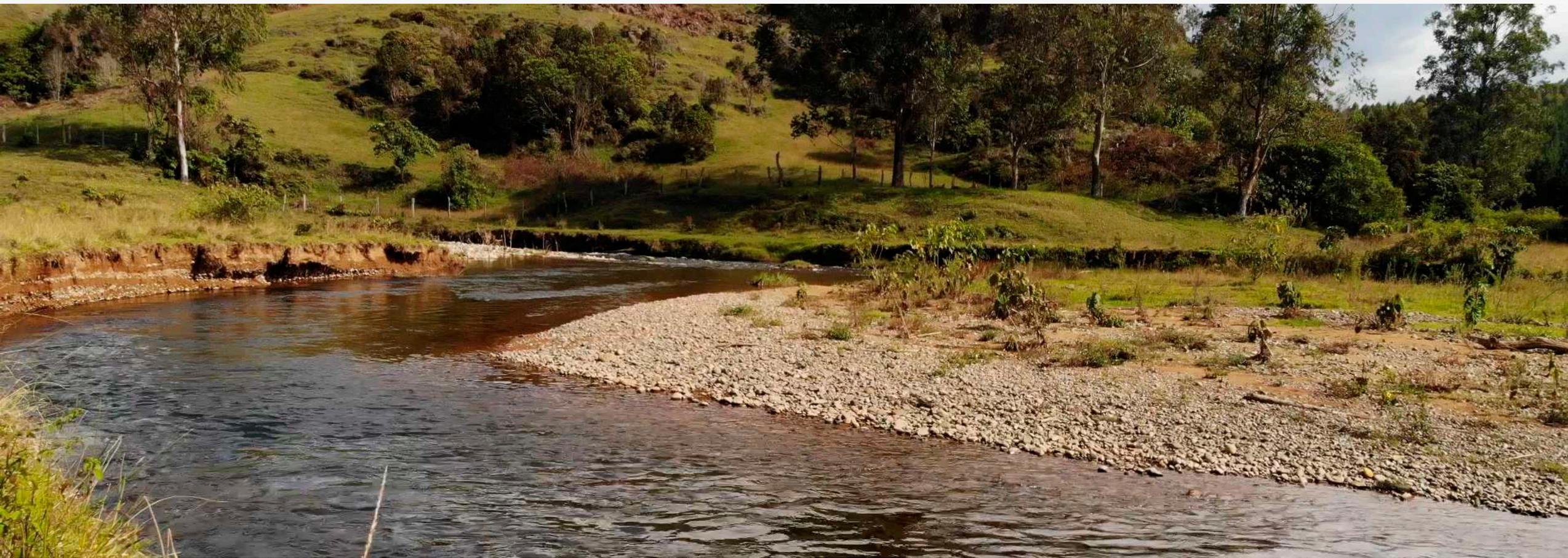
El viajero planea y al mismo tiempo se deja sorprender

comfama



**El viajero valora la cultura local, la respeta y la abraza**

**comfama**



**El viajero consume y actúa de manera sostenible**

comfama



**NUESTRA RUTA**

**comfama** 



## PÚBLICOS

¿Cómo son nuestros públicos? ¿Para quién queremos diseñar?



## PRINCIPIOS Y TENDENCIAS

¿Cuáles son nuestros temas de interés?  
¿Qué oportunidades se presentan en el corto, mediano y largo plazo en el sector?



## ODA AL TERRITORIO

¿Qué nos cuenta el territorio?  
¿Qué no hemos contado del territorio?

**PROPÓSITO COMFAMA**

**comfama**

## TENDENCIAS EN VIAJEROS



### PENSIONADO

Recibe una pensión directa y pueden estar más tiempo en determinado destino



### PAREJAS SIN HIJOS

Con doble ingreso. Son los que más se mueven fuera de la temporada alta y los que más compras realizan.



### MULTITURISTA

Viajero experimentado, exigente y en función de planear al detalle cada momento.



### MUJERES QUE VIAJAN CON MUJERES

Edad promedio 45 años, independientes apasionadas por los viajes



### PANK

‘Tías consentidoras’ no tienen hijos pero viajan con sus sobrinos.

# TENDENCIAS EN VIAJEROS



## UNIVERSITAROS

Poco gastan pero viajan bastante. Usan muchas reservas online y las ofertas especiales son sus preferidas.



## SINGLE TRAVEL

Viudos, solteros y divorciados. Generalmente se hospedan en hostales de categoría alta.



## NIÑOS CON FAMILIA

Buscan hoteles temáticos.



## FAMILIAS UNIPARENTALES

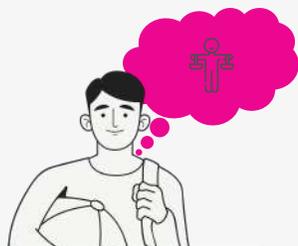
Padres divorciados que aprovechan las vacaciones para salir con sus hijos.



## SEEKENDERS

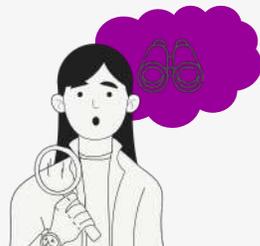
Aprovechan los fines de semana para vivir experiencias únicas

# PÚBLICOS PROPIOS DESEADOS



## BALANCEADO

Viajero que busca tener **experiencias variadas que pueda compartir con otros**. Viaja con grupos familiares y por eso busca viajes integrales y completos que incluyan actividades para todos.



## EXPLORADOR

Viajero que busca saciar su **curiosidad y experimentar**, no teme probar cosas distintas que le llamen la atención. No le gusta repetir planes y siempre está pendiente de **nuevas actividades**. Es muy activo en su viaje, aprecia **que le brinden información y pueda interactuar con los lugares y las personas**.



## REFLEXIVO

Viajero que **busca un balance en su vida y le da un sentido de trascendencia a los viajes que realiza**. Prefiere viajes que le permitan contemplar, **conectarse con el entorno y reflexionar a partir de todas las experiencias que vive** para crecer personal y espiritualmente.



## CULTO

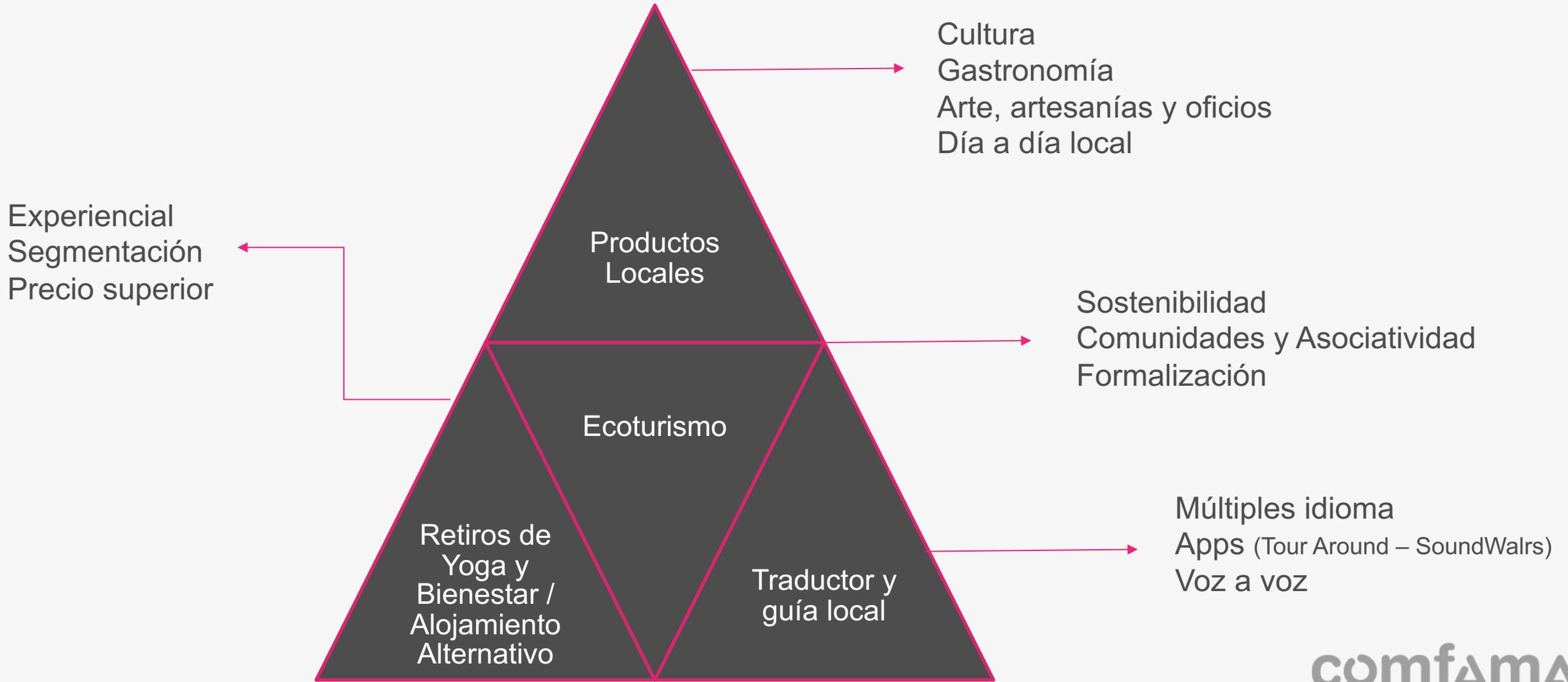
Viajero conocedor y proactivo. **Busca siempre espacios culturales y novedosos, lo que incluye experiencias sociales, gastronómicas, museografía, etc.** Valora mucho el **aprendizaje y conocimiento** de los viajes.



## ESTUDIANTE

Viajero que entiende los viajes como una **oportunidad de crecimiento profesional**. Busca siempre espacios de aprendizaje **como intercambios o estudios que potencien e impulsen sus intereses laborales y personales**.

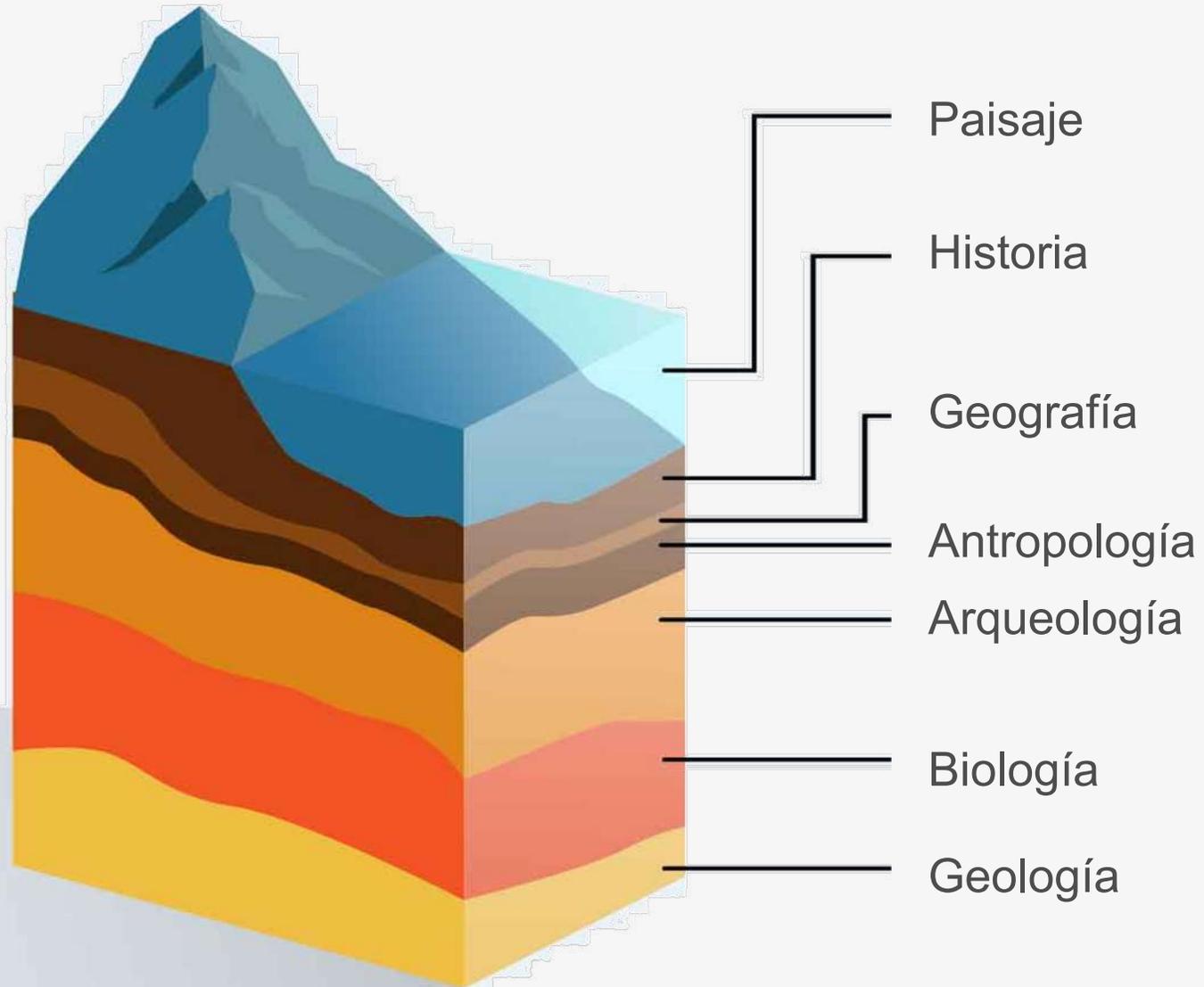
# TENDENCIAS



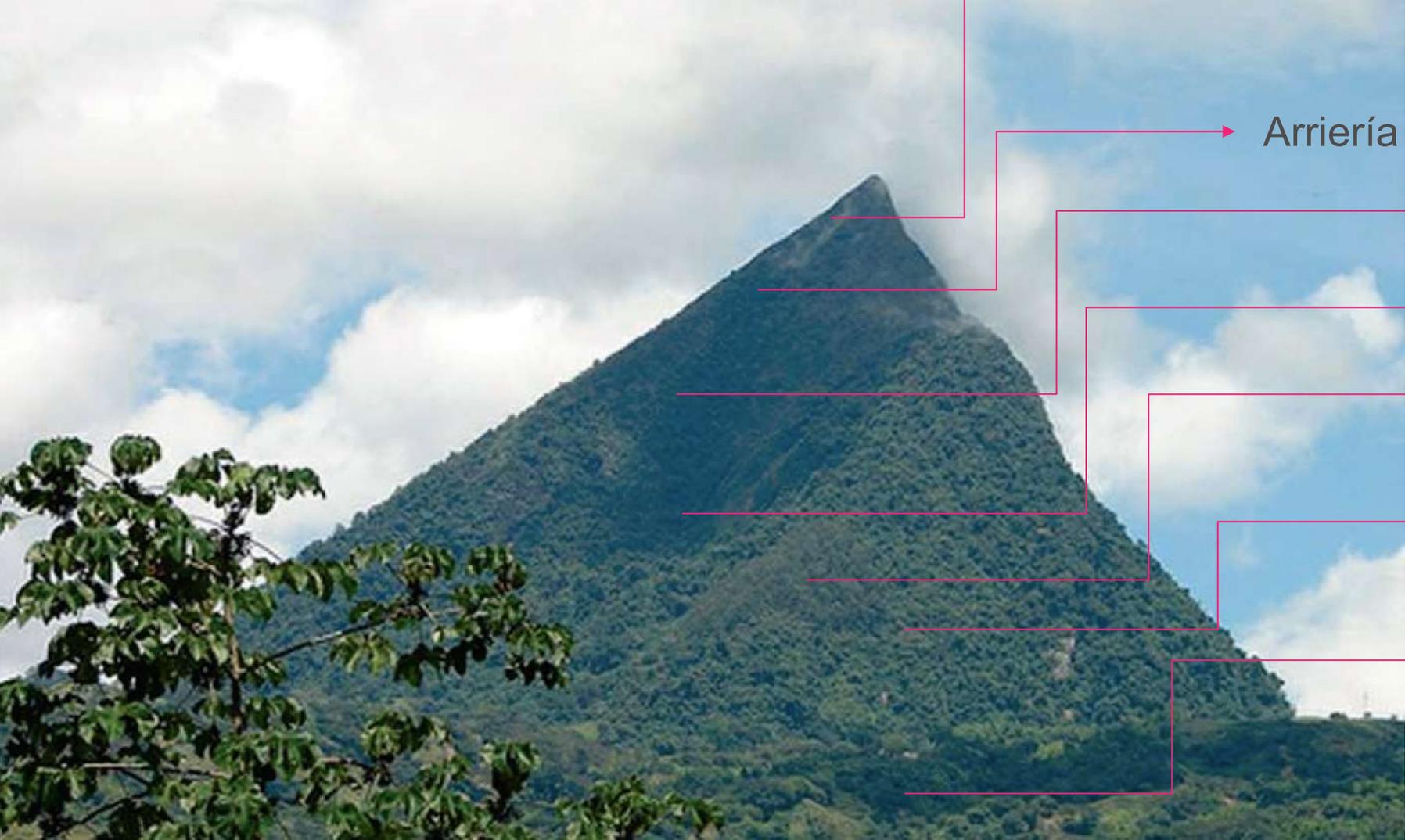
# PRINCIPIOS



# ODA AL TERRITORIO



# EJEMPLO APLICACIÓN MATRÍZ ODA AL TERRITORIO



Cultura Cafetera

Arriería

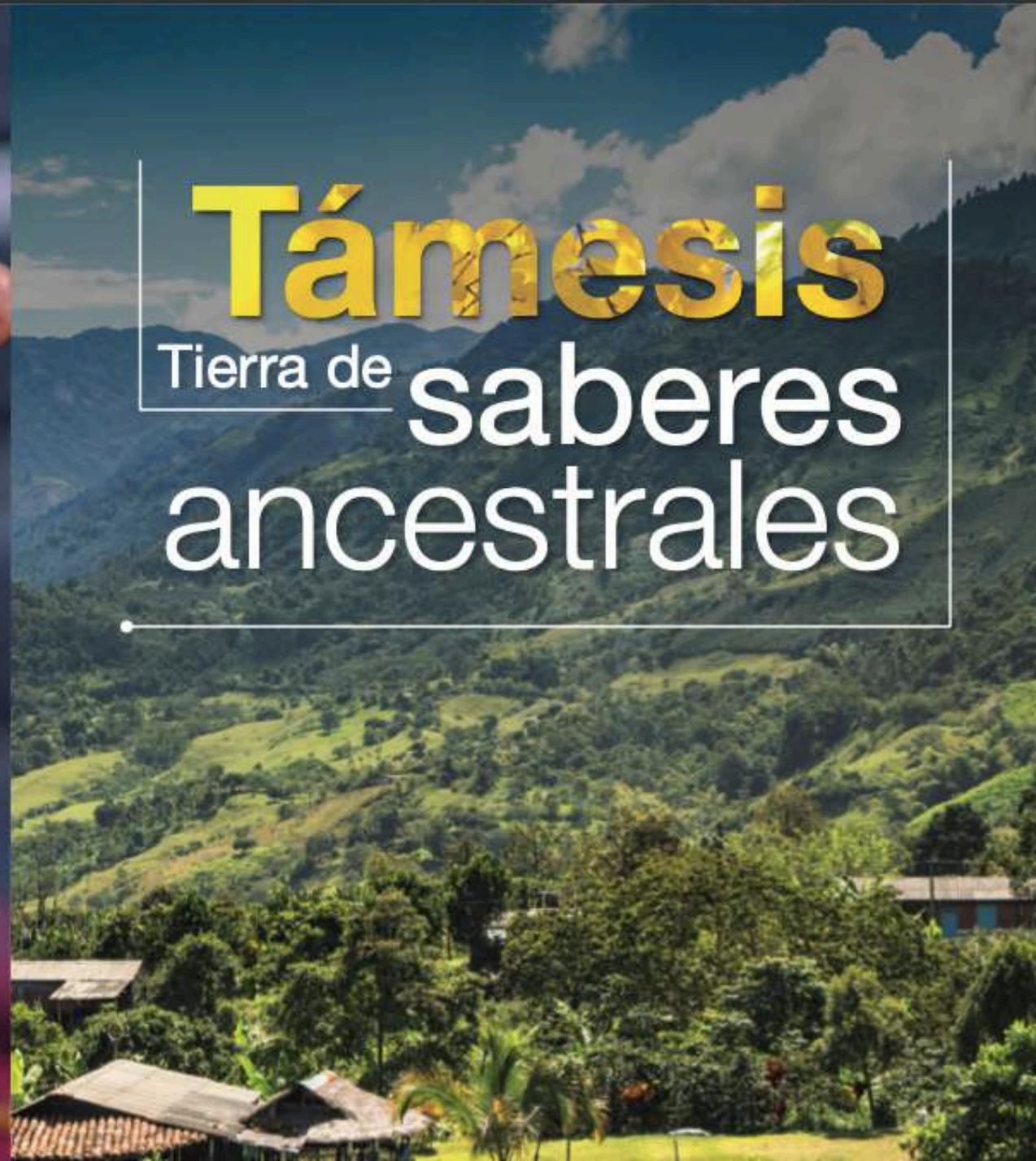
Topografía del suroeste

Comunidad Emberá

Petroglifos

Loro orejiamarillo /  
Gallito de Roca

Formación de farallones



# Támesis

Tierra de **saberes  
ancestrales**

---

**VÍDEO TÁMESIS SABERES  
ANCESTRALES**