

Entrevista a

# Nubia Estella Martí

Colombia es un gran desconocido. Y quiere abrirse al mundo.

Un país que tiene una gran riqueza natural, abrumadora, con paraísos naturales excepcionales. Pero también ciudades cosmopolitas, playas paradisíacas, y sobre todo, una calidad humana excepcional.

Los colombianos están deseando que vayan a conocerles, que se acerquen a comprobar que Colombia es otra cosa.

Y para que nos cuente más cosas sobre este país, hablamos con Nubia Estella Martínez, Vicepresidenta de Turismo de Proexport Colombia.

'Queremos que  
vengan a  
vernó'

¿Porqué ahora Colombia sí?

Porque Colombia hoy en día es seguro. Es un país que pudo limpiar la mayor parte del territorio nacional y así poder desarrollar la naturaleza que tiene, su gran fortaleza, y sus productos turísticos. Adicionalmente recoge el fruto de un trabajo de cuatro o cinco años de mejora en la competitividad de los destinos y en la estructuración de productos muy atractivos para el europeo.

¿Qué ofrece Colombia?

Tenemos una mezcla, una heterogeneidad. No es que tengamos de todo, porque eso diluye el mensaje que queremos dar, pero sí que es cierto que tenemos un muy buen producto de playa, un buen producto cultural, que se puede vivir en tres lugares distintos como Bogotá, Medellín y Barranquilla.

Tenemos también un excelente producto turístico relacionado con la naturaleza, somos reserva de la biosfera, somos el país con segunda mayor biodiversidad del mundo, con algunos ríos más caudalosos del mundo. Tenemos los dos océanos que permiten las atracciones de deportes náuticos. Tenemos otros atractivos puntuales, como las clases de salsa, el Amazonas, la vivencia familiar del proceso cafetero en haciendas, con unas montañas y un paisaje que va a ser reconocido como Patrimonio de la Humanidad.

Durante todo el año hay festivales como la Feria de las Flores, el Carnaval de Barranquilla, el

Festival de Negros y blancos, el Festival de Teatro Iberoamericano de Bogotá.  
Lo que es real, es que tenemos una mezcla, una suma de muchas cosas.

Habitualmente el turista medio acostumbra poco adentrarse en la realidad del país, quedándose dentro del circuito turístico y hotelero. ¿En Colombia es distinto?

Hay una diferencia y la gente debe conocerla. Nosotros no hacemos una invitación para ir a pasar ocho días en una playa. Hay productos para eso en Colombia, si, pero nos gusta el viajero que va a la playa y que por la noche va a comer, va a lugares de rumba, va con la familia a un parque temático, hace kayak, va a museos.

Y a eso le estamos apostando porque eso es lo que tenemos.

Por el contenido de su oferta, ¿su target se dirige al público medio-alto?

Es así. Ya el año pasado hicimos una encuesta y vimos que es el perfil del 55% de nuestros visitantes.

Un segmento de población que viaja, y mucho, es el de la gente joven, con preferencia con destinos baratos, con mucha naturaleza. ¿Qué puede encontrar en Colombia?

Es el mismo producto, aunque esa gente joven, los mochileros, suelen ir bastante al parque Tayrona, van a Taganga, un pueblito pescador que hay en el Magdalena, van bastante también al Nevado del Ruiz.

También tienen unos lugares muy atractivos en la Sierra Nevada, que ya son muy conocidos por el público extranjero.

Un factor que atrae a muchos turistas es el de la historia, y a Colombia y España les unen muchos lazos ¿tienen algo previsto en este sentido?

Vamos a tener el año entrante el producto Bicentenario coincidiendo con la celebración de los 200 años de la Independencia, y ahí hay muchos puntos de contacto con España.

Contamos, por ejemplo, con la Ruta Libertadora, en Cartagena, Bogotá, el viaje a Mompós, etc.

¿Y a los seguidores de su riqueza cultural? ¿De García Márquez, por ejemplo?

Para ellos tenemos la ruta García Márquez, uno en Magdalena, en Bolívar y en Barranquilla. Además, nuestros actores y cantantes ya hacen mucho por dar a conocer a Colombia en el mundo. Un valor añadido es el de su riqueza humana y su diversidad, además.

Estoy segura de que en ninguna parte, los van a hacer sentir como en Colombia. Porque en Colombia queremos que nos visiten y lo demostramos. La gente colombiana ofrece una amabilidad, una capacidad de atenderte que no se da en ninguna otra parte.

E identidades y unos productos particulares, como el Triángulo del Café, el la Fiesta del Yipao, el Balsaje, las artesanías... eso no lo puedes vivir en otra parte.

Colombia es un país de regiones. Vas al Caribe y tiene su música, el Museo del Caribe, la comida, o los productos García Márquez. Vas a Cali y tienes las escuelas de salsa, la gastronomía del Valle del Cauca, las haciendas cafeteras, la literatura del Cauca.

En Bogotá, tienes una gastronomía propia, tienes una sopa distinta, un arroz distinto. Todo del mejor nivel.

Vas a cualquier otro país y pides el plato típico y ahí se acaba todo. En cambio en Colombia, y en solo una región, tienes cosas muy diferentes.

En su slogan promocional hablan de que el riesgo está en querer quedarse, ¿de qué forma piensan conseguirlo?

La única forma que tenemos de mostrar al mundo este momento positivo, es a través de su vivencia o de la vivencia de la gente en la que confíe y que ya nos conozca.

Hemos recibido a 2.500.000 de visitantes el año pasado, y esperamos que sean otros 2.500.000 en el siguiente, y que luego sean 5 o 15 millones que tengan la idea.

Y para eso nos sirven los cruceros, que sirven de elementos de promoción del destino, y que se 'piquen', como decimos nosotros, que quieran quedarse más tiempo.

Estamos esperando.