

INTELIGENCIA DE MERCADOS

**COMPONENTE: ESTUDIOS DE MERCADO SECTORIALES, EN LÍNEA CON LA
POLÍTICA PÚBLICA DE DESARROLLO ECONÓMICO DE MEDELLÍN**

**ESTUDIO DE MERCADO:
ACTIVIDADES DEL
TURISMO PARA MEDELLÍN**

**MEDELLÍN – ANTIOQUIA
2.019**

ALCALDÍA DE MEDELLÍN

Federico Andrés Gutiérrez Zuluaga
Alcalde de Medellín

Paula Andrea Zapata Galeano
Secretaria de Desarrollo Económico

Verónica Montoya Márquez
Subsecretaria de Creación y Fortalecimiento Empresarial

Sandra Inés Monsalve Muñoz
Líder de Programa Unidad de Ciencia Tecnología e Innovación

Wilder Isaac Mier Corpas
Profesional Universitario

Natalia Andrea Agudelo Arias
Apoyo Técnico

CREAME INCUBADORA DE EMPRESAS

María Lilliana Gallego Yepes
Directora Ejecutiva

Elisa Bustamante Sánchez
Directora Aceleración Empresarial

Catalina Sáenz Campillo
Coordinadora Técnica Transversal

Vanessa Calle Betancur
Gestora de Market Construction

William Germán Zapata Sánchez
Autor

CONTENIDO

A. PANORAMA GENERAL DE LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TURISMO	4
Evolución Histórica del Turismo	4
B. CLASIFICACIÓN ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD DEL TURISMO	7
C. CIFRAS DEL TURISMO INTERNACIONAL	9
Importancia económica del turismo en la época actual	9
D. SITUACIÓN ACTUAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN COLOMBIA.....	13
Estructura empresarial del turismo en Colombia.....	14
E. APROXIMACIÓN AL TAMAÑO DEL MERCADO DE TURISMO EN COLOMBIA	25
Servicios Turísticos	25
Gasto en turismo en Colombia durante 2.017 (Turismo Receptor)	26
Comportamiento del turismo interno	27
Comportamiento del turismo emisor	29
Composición del gasto interno en turismo de los colombianos	30
F. INSTITUCIONES COLOMBIANAS RELACIONADAS CON LAS ACTIVIDADES DEL TURISMO	32
G. NORMATIVIDAD QUE APLICA A LAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS.....	36
H. PRINCIPALES FERIAS Y EVENTOS COMERCIALES VINCULADOS CON LAS ACTIVIDADES DEL TURISMO.....	37
I. MATRIZ FODA PARA LAS ACTIVIDADES DE SISTEMAS Y SERVICIOS INFORMÁTICOS	39
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
BIBLIOGRAFÍA.....	44

A. PANORAMA GENERAL DE LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TURISMO

Evolución Histórica del Turismo

- **Hace 800.000 años, el comienzo:** los primeros hombres comenzaron a poblar la superficie del planeta hacia Europa y Asia, más tarde sus descendientes colonizaron Australia y mucho después el Continente Americano. Los siglos siguientes fueron testigos de numerosas innovaciones que fueron transformando todos los aspectos de la vida humana: la agricultura, ciudades, estados e imperios, el descubrimiento y manipulación de los metales, la escritura. (Navi, 2015) Es así como desde su aparición como especie, los seres humanos han estado impulsados a viajar por causas tan diversas como al clima, la escasez de comida y agua, las peleas por territorio con otras colectividades, la religión y la simple curiosidad. (Educación para el Turismo, s.f.)
- **2.000 años A.C.:** En la antigua Babilonia se registran claras evidencias de viajes y en los griegos que poseían una gran vocación por viajar¹. Realizaban extensos viajes de carácter religioso y competencias atléticas². (Educación para el Turismo, s.f.) Los griegos introdujeron importantes modificaciones en la vida cotidiana que favorecieron los viajes por el respeto con que se trataba a los viajeros. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos Antiguos en la ciudad de Olimpia. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dódona. El pueblo romano fue el primero en realizar lo que hoy en día entendemos por turismo. Los romanos frecuentaban aguas termales de Caracalla, eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa. Los viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la Paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica. (Navi, 2015) Existían varias formas de viajar, pero predominaban los viajes terrestres, en donde se movilizaban por trineo y carrozas y fue debido a estos medios de transporte que aparecieron las primeras rutas o los primeros caminos creados alrededor de 2.000 años A.C. (Educación para el Turismo, s.f.)
- **En la edad media:** El deseo de conquista motiva desplazamientos humanos con deseos de conquistar regiones. Con la invasión de los bárbaros y el fin del imperio romano, la mayoría de los pueblos europeos decayeron y viajar se volvió peligroso. En esta época surgen las peregrinaciones religiosas, como un nuevo tipo de viaje.).

¹ El primer viaje que quedó registrado en la historia fue el organizado (Navi, 2015) por la reina HATSHEPSET, la cual fue la sucesora de su esposo, el faraón Tutmosis II (1493 A.C.)

² Según los registros históricos, en los meses de verano, se daban grandes movimientos de personas que se dirigían hasta el campo y sitios ubicados a la orilla del mar, en donde se alojaban en villas vacacionales situadas en baías. Los primeros alojamientos fueron establos o posadas en las personas debían compartir alojamiento con sus equinos. (Navi, 2015)

Las Cruzadas vinieron a dar un nuevo ímpetu a los viajes y contribuyeron a revitalizar el comercio (1.282). Los propietarios de las principales posadas de Florencia (Italia) fundan el primer "gremio de posaderos" (1.290). Gracias al gremio de posaderos, la actividad del hospedaje se convirtió en un negocio rentable. Esta misma ciudad comienza a destacarse por los grandes atractivos turísticos que ofrecía al viajero (1.362). (Rodríguez Pulgarín, 2011)

- **El turismo en la edad moderna:** Uno de los mayores acontecimientos para el turismo mundial fue el descubrimiento de América (1.492). Entre 1.500 y 1.850. Se establecen las bases del turismo moderno. En 1.550 aparece en Italia el uso de coches y carrozas; en Alemania surge el coche de uso ligero "Berlina" (1.670). De ese término se deriva la palabra turismo, y comienzan a desarrollarse los centros vacacionales. Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de "hotel". También de esta época data el descubrimiento de los baños de barro como remedio terapéutico, playas frías a donde los turistas iban a tomar los baños por prescripción médica. (Navi, 2015)
- **Entre 1.800 y 1.920:** Los barcos de vapor fueron inventados por Robert Fulton en 1.807. En esta etapa existió un renombrado viaje conocido como el Grand Tour, al cual sólo asistían diplomáticos, hombres de negocios y estudiantes, por lo que era sumamente costoso. Este tour constaba de un itinerario por varias ciudades de Europa. Robert Smart de Bristol (Inglaterra), comenzó a hacer reservaciones de buques de vapor en 1.841 y en 1.850 sale el primer libro guía de turismo; Henry Wells y William Fargo fundaron American Express, que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convirtió en una de las agencias más grandes del mundo. 1.851. (Navi, 2015) Se crea la primera agencia de viajes del mundo, Thomas Cook and Son, la cual da inicio a lo que se conoce como tour y crea los voucher³ para viajeros. (Educación para el Turismo, s.f.)

Con el inicio de la actividad del turismo también se comienzan a utilizarse nuevos medios de transporte para los viajes, como el buque a vapor, los viajes por tren Pullman, el cual fue el primer tren para pasajeros en la ruta Liverpool - Manchester y finalmente, los viajes en automóvil, para el cual la empresa Ford había creado una línea de ensamblaje, fabricando modelos en serie. (Educación para el Turismo, s.f.)

- **El turismo de la edad contemporánea:** Se comenzaron los viajes por vía aérea, se realizó el primer vuelo comercial, hecho por la empresa Pan Am Airlines en 1.928. Luego de la primera guerra mundial, se produce un auge paulatino en el transporte automotor. Los vehículos excedentes de la guerra se fueron adaptando para el transporte de pasajeros. Los países comienzan a percibir dinero como una consecuencia derivada del turismo. Luego de la segunda guerra mundial, se despierta el interés de las personas por conocer distintos países del mundo, con lo que aumenta el número de viajeros, y ya que aumentó el número de personas con

³ El bono o Voucher es un documento de carácter informativo emitido por las agencias de viajes contra un proveedor, en el que se le pide la presentación de determinados servicios. Este documento de pago de servicios fue creado por Thomas Cook, considerado el padre de las agencias de viajes. (Ceupe, s.f.)

empleo, se da un incremento en los ingresos de las familias, aunado a la existencia de tiempo libre (vacaciones) y se da un cambio en la actitud social respecto al trabajo y la diversión (ocio). (Educación para el Turismo, s.f.)

- **De 1.948 a 1.969:** En esta época comienza a masificarse el turismo a gran escala, se crea un avión transatlántico que volaba en menores horas que los tradicionales, llamado el Concorde. Por medio de la televisión comenzó la relación del turismo con el mercadeo y se comienzan a construir hoteles en varios lugares del mundo. A partir de 1.970⁴ se comienza a fomentar el turismo mediante la creación de centros turísticos planificados y se comienza a contar con el apoyo de organizaciones internacionales; además surge el desarrollo turístico impulsado por el sector privado. (Educación para el Turismo, s.f.) Comienzan a generalizarse las grandes concentraciones en las regiones costeras y ya para el año 1.997 se estima que se realizaron unos cuatro mil millones de viajes turísticos en el mundo. (Navi, 2015)
- **Época actual. Entre 1.970 y 2.015:** el turismo se consolida definitivamente como un derecho adquirido por la sociedad. Su expansión es tal, que se ha convertido en una de las principales actividades económicas del comercio internacional. La década de los 90 incluye grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las Guerras Yugoslavas, entre otras, que inciden de forma directa en la historia del turismo. (Rodríguez Pulgarín, 2011). Se trata de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo, aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de monumentos, entre otras), se diversifica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor). El 2.012 es el año en el que compañías como Virgin Galactic se han propuesto iniciar los viajes turísticos al espacio, si lo consiguen o no está por ver, pero las agencias de viajes ya están preparadas y tienen una larga lista de clientes. (Navi, 2015)

⁴ Entre 1.950 y 1.973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. (Navi, 2015)

B. CLASIFICACIÓN ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD DEL TURISMO

El turismo como tal, es una actividad que, a su vez, integran un sinnúmero de diversas actividades que pueden enmarcarse dentro del código CIIU⁵. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ha elaborado una tabla donde se sintetiza cada una de las actividades económicas que integran el sector turismo para Colombia.

Actividades Económicas relacionadas con los Prestadores de servicios turísticos ⁶		
Código CIIU	Descripción Actividad Económica CIIU Rev. 4 A.C. Distrito Capital	Prestadores de servicios turísticos ⁷ Decreto 229
5511	Alojamiento en hoteles	Los hoteles
5512	Alojamiento en aparta-hoteles	Aparta-hoteles
5513	Alojamiento en centros vacacionales	Centros vacacionales
5514	Alojamiento rural	Fincas
5519	Otros tipos de alojamientos para visitantes	Viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan servicio de alojamiento por horas.
5520	Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales	Campamentos
5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos anuales sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes y que además se encuentren en los lugares que determine como sitio interés turístico el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
5630	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	Los establecimientos de gastronomía y bares , cuyos ingresos operacionales netos anuales sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes y que además se encuentren en los lugares que determine como sitio interés turístico el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
7911	Actividades de las agencias de viaje	Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas
7912	Actividades de operadores turísticos	Agencias operadoras Los guías de turismo.
9321	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos	Los parques temáticos.

⁵ Código Internacional Industrial Uniforme denominado CIIU: Su propósito es agrupar todas las Actividades Económicas similares por Categorías, lo que facilita el manejo de información para el análisis y representa un beneficio para el gran empresario, pues se hace visible y fácilmente identificable por los clientes del mercado, lo que redundará en mayores oportunidades para hacer negocios, incrementar ventas, lograr más contactos comerciales y hasta realizar un análisis de la competencia. (MINCIT - COLOMBIA, s.f.)

⁶ Entiéndase por prestador de servicios turísticos a toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere la ley y deben estar inscritos ante el Registro Nacional de Turismo. (MINCIT - COLOMBIA, s.f.)

⁷ Las actividades y/o funciones que el prestador de servicios turísticos pretende inscribir en el Registro Nacional de Turismo deberán corresponder a la actividad comercial y/o el objeto social del Registro Mercantil. Por lo cual es importante establecer de acuerdo con la actividad que desea realizar cual es el tipo de prestador de servicios turísticos que corresponde y cuál es el código CIIU "Código Internacional Industrial Uniforme" establecido para dicha actividad económica, que debe registrar.

8230	Organización de convenciones y eventos comerciales	Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
7990	Otros servicios de reserva y actividades relacionadas	Las compañías de intercambio vacacional.
		Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos pre-pagados.
		Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos tiempo compartido y multipropiedad.
9329	Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.	Las actividades de parques recreativos y playas, incluido el alquiler de casetas, taquillas, hamacas entre otras.
		Los concesionarios de servicios turísticos en parques.
4921	Transporte de pasajeros	Las empresas de transporte terrestre automotor especial, empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.
		Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.

Fuente: (MINCIT - Colombia, 2013)⁸

⁸ La resolución 0079 de 2013.



C. CIFRAS DEL TURISMO INTERNACIONAL

Importancia económica del turismo en la época actual

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico. En la actualidad, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, producción alimentaria o fabricación de automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países tanto desarrollados como en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la ardua competencia entre los diferentes destinos. (Organización Mundial del Turismo, s.f.)

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas. En 2.018, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT)⁹, se registraron en todo el mundo cerca de 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que equivale prácticamente a la sexta parte de la población mundial y supone un importante crecimiento del 6% sobre el año anterior; cifra que es muy superior al crecimiento de la economía mundial, que en 2.018 fue del 3,7%. (García López, 2019)

Lo anterior evidencia la gran importancia global de una industria, la turística, que es responsable de la creación de más de 120 millones de empleos y cuya aportación directa al PIB mundial asciende desde el año 2.013 a más de US\$ 2 billones¹⁰, como hizo público el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC¹¹, por sus siglas en inglés). La actividad generada por los sectores de la hostelería, las agencias de viaje, el transporte de pasajeros y del ocio en general consigue concentrar, una importante cantidad de inversión pública y de capital privado. (Statista, 2019)

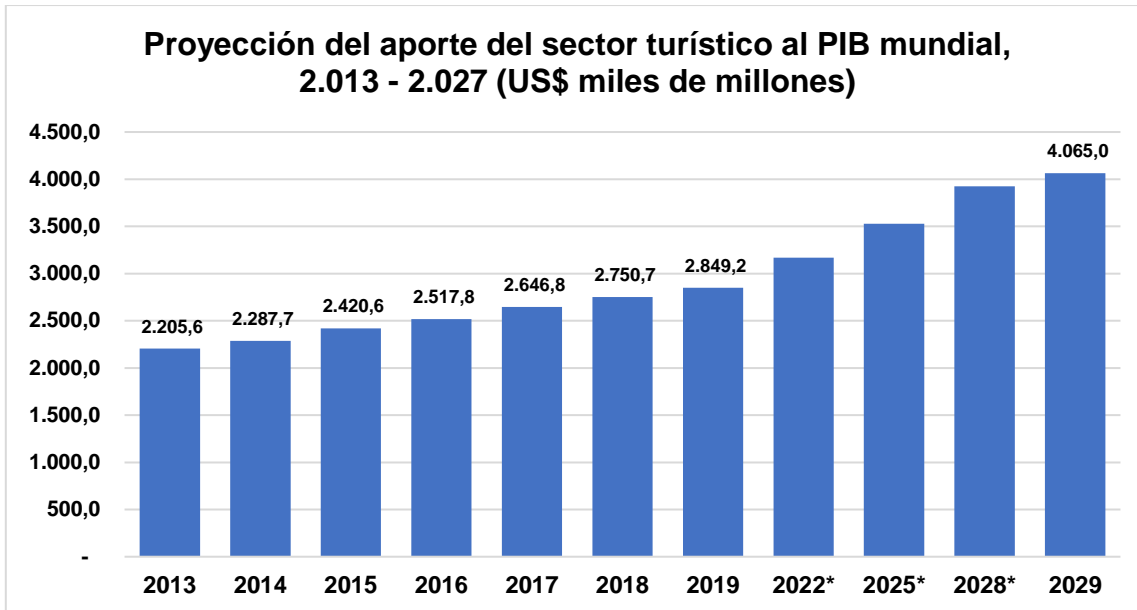
En la siguiente gráfica se presenta la evolución del aporte directo del sector turístico al producto interior bruto o PIB en el mundo entre los años 2.013 y 2.018, así como una estimación para 2.019 y una previsión para 2.029. En el año 2.018, la contribución directa

⁹ La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea. (Organización Mundial del Turismo, s.f.)

¹⁰ (1 billón = 1.000.000.000.000)

¹¹ El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) fue fundado en 1.991 por un grupo de directores ejecutivos de empresas del sector que percibían que no se reconocía la contribución de esta industria a la economía y a la creación de empleo. Sus objetivos fueron utilizar evidencias empíricas para fomentar la concienciación de la contribución económica de los viajes y el turismo, ampliar los mercados respetando el medio ambiente y reducir las barreras al crecimiento. El WTTC es el único organismo internacional que agrupa a los principales actores del sector de los viajes y el turismo (aerolíneas, hoteles, cruceros, alquiler de vehículos, agencias de viajes, operadores turísticos, sistemas de distribución global y empresas tecnológicas), permitiéndoles hablar con una sola voz ante los gobiernos y demás organismos internacionales de interés. (WTTC, s.f.)

de la industria turística al PIB mundial superó los 2,7 billones de dólares estadounidenses. Además, se previó un aumento de más de un billón para 2.029. (Statista, 2019)



Fuente: (Statista, 2019)

Nota: La fuente consultada no calcula los valores de las proyecciones para los años 2.022, 2.025 y 2.028 y solo se grafican con fines ilustrativos.

Adicionalmente con respecto al mercado laboral encontramos que la contribución total, al empleo en el ámbito mundial en 2.017, incluyendo empleos indirectos fue de 9,9% (equivalente a 313,2 millones de empleos). Con relación a la inversión, se estimó un total de US\$ 888.400 millones durante 2.017, equivalente a un 4,5% del total de inversión global, la cual se esperaba que aumentara en 4,8% durante 2.018. En el ámbito latinoamericano, los países con mayores aportes de viajes y turismo al PIB durante 2.017 fueron: México (7,1%), Costa Rica (5%), Perú con (3,8%), Argentina (3,7%) y Colombia tuvo un registro de 2,1%; el cual, aún está por debajo de los países vecinos y del promedio para la región (3,1%). (Situr Medellín, 2019)

Por otra parte, el número de llegadas de turistas, previsiblemente 18 por cada 100 habitantes en el mundo para el año 2.020, y, especialmente, el gasto que estos realizan en sus destinos, determina en gran medida la situación económica de muchos países receptores y a la vez sirven como indicadores de la coyuntura de los países emisores. (Statista, 2019)

A nivel mundial, prácticamente la mitad de las llegadas de turistas internacionales a los diferentes países proceden de Europa y una cuarta parte tienen su origen en la región Asia-Pacífico. En cuanto a los principales emisores, China es el que más turistas envía fuera de sus fronteras por delante de Alemania y de Estados Unidos, posiciones que se repiten en el apartado de gasto turístico en el exterior. Un hecho para destacar, es que, entre todos los turistas del mundo, los de mayor gasto per cápita, son los residentes en Singapur. (Statista, 2019)

En lo que a destinos turísticos se refiere, Europa y la región Asia-Pacífica vuelven a aparecer a la cabeza de los listados. Ya a nivel de países, es Francia la que se ubica en la primera posición del ranking de receptores de turistas internacionales. El país galo recibe a más de 86 millones de extranjeros al año, cifra que lo coloca por delante de países como España y los Estados Unidos. Por otra parte, la clasificación de países en los que dichos turistas realizan un mayor gasto está liderada por Estados Unidos, con una diferencia considerable sobre España y Francia. Por último, si se analiza el caso de las ciudades, se encuentra que Bangkok (Tailandia), se lleva el título de la más visitada, por delante de Londres, ciudad que aparece en la tercera posición en el apartado de mayor gasto. (García López, 2019)

En representación de España, Barcelona y Palma de Mallorca se cuelan en posiciones de vanguardia, en ambas listas. (Statista, 2019) Estos crecimientos sostenidos del turismo en los últimos años se deben principalmente a:

- Crecimiento económico sólido en varios mercados
- Viajes más económicos
- Nuevas tecnologías
- Nuevos modelos de negocio
- Apertura de mercados (mayor facilidad para gestionar visados)

Las regiones que superaron el promedio mundial de crecimiento del 6%, fueron Oriente Medio (con un +10%) y África (con un +7%). Europa y la zona de Asia Pacífico registraron crecimientos cercanos al 6%, mientras que el continente americano, por el contrario, creció por debajo de la media, con un crecimiento de “sólo” el 3%. Para el presente año 2.019, la Organización Mundial del Turismo prevé un crecimiento de entorno al 3% o 4%, más en línea con los crecimientos anuales que vienen siendo normales en la última década. (García López, 2019)

Estos crecimientos refuerzan aún más la necesidad de desarrollar una industria turística más sostenible, que pueda hacer frente a estos nuevos flujos turísticos sin poner en peligro los recursos naturales y culturales o la calidad de vida de las comunidades anfitrionas. (García López, 2019) Algunas tendencias señaladas por la Organización Mundial del Turismo que se consolidarán durante el año 2.019 incluyen:

- Viajes como fuente de inspiración y conocimiento
- Viajes con sentido que aporten algo al desarrollo personal del turista
- Búsqueda de actividades saludables durante los viajes como senderismo, turismo deportivo o wellness (salud y bienestar)
- Viajes familiares que incluyen varias generaciones
- Demanda de proveedores turísticos más sostenibles y responsables con el medio ambiente y la cultura local (García López, 2019)

Por otra parte, la Organización Mundial del Turismo también ha destacado algunos factores que seguirán modelando el sector y que deberán ser tenidos en cuenta por los prestadores de servicios turísticos en Colombia:

- Digitalización del sector turístico que mejora los tiempos de respuesta y la calidad del servicio.
- Nuevos modelos de negocio que permitan involucrar al turista en nuevas actividades para mejorar su experiencia.
- Cambios en la demanda de los turistas: nuevas necesidades, gustos y expectativas que deben ser estudiados por los prestadores de servicios para anticiparse a las nuevas demandas.
- Impacto de las nuevas generaciones de viajeros: Millennials¹² y Centennials¹³ (García López, 2019)

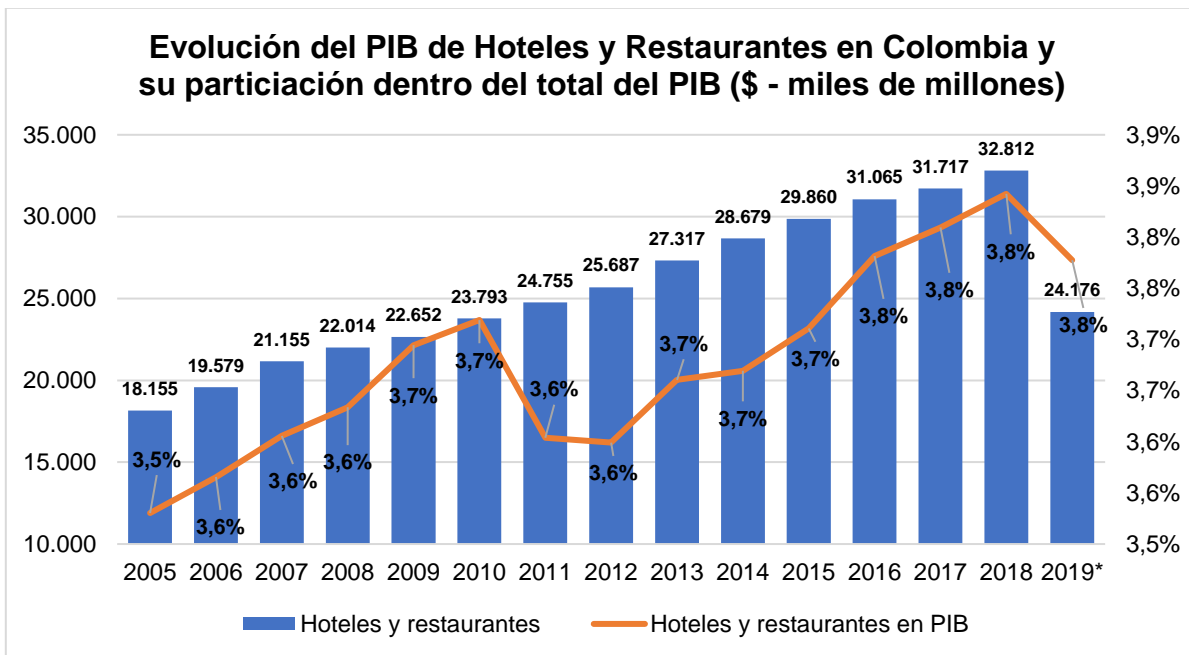
¹² Se llama millennial, a cada miembro de la Generación del Milenio o Generación Y, un grupo que integran las personas nacidas entre el comienzo de la década de 1.980 y el inicio de la década de 2.000. Los millennials, de acuerdo con los sociólogos, comparten determinadas características más allá de las diferencias individuales y culturales. (Definición, s.f.) En sus gastos, ganan espacio cada vez más, conciertos, eventos, viajes, viajes y más viajes. Con sueldos cada vez menos competitivos, el millennial responde a una generación que se ha dado cuenta que comprar una casa es cada vez más difícil, pero viajar cada vez es más fácil. Que gracias a servicios como Uber y Airbnb ha descubierto que las redes sociales y los smartphones son una herramienta para una vida más cómoda y quieren formar parte de ella. (Vogue México, 2018)

¹³ Se llama Centennial, al grupo de niños y adolescentes entre 0 y 19 años aproximadamente, aunque como en todas las épocas, no existe un consenso sobre el año exacto que produce el hito entre generaciones. Algunos autores consideran que los nacidos a partir de 1.997 ya forman parte de la generación de los centennials, pero otros extienden la fecha hasta el año 2.000. (Universia, s.f.)

D. SITUACIÓN ACTUAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN COLOMBIA

Para Colombia, la contribución total al PIB, incluyendo efectos más amplios como inversión, cadena de valor y externalidades fue de 53.473,6 billones en 2.017, en un 5,8% sobre el total del PIB, y se espera que este porcentaje crezca cerca de 3,2%, representando un total de 55.136,8 billones de pesos en 2.018.

En el cuadro siguiente se muestra la evolución del PIB de los subsectores Hoteles y Restaurantes para Colombia (no se incluyen servicios conexos con el turismo, ni transporte).



Fuente: (CITUR - MINCIT, 2019)

* Preliminar o proyectado

En la tabla siguiente, se puede evidenciar que Bogotá, Bolívar y Antioquia fueron los tres mayores destinos de visitantes extranjeros durante 2.018.

Colombia - viajeros internacionales por ciudad de destino								
Ciudad de destino	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Bogotá, D C	721.231	763.198	859.949	992.144	1.066.182	1.165.977	1.254.656	1.047.565
Bolívar	179.067	207.939	239.233	279.623	353.964	420.543	511.903	442.998
Antioquia	148.377	175.025	200.435	247.913	315.372	333.655	379.195	358.408
Valle del Cauca	1.112	124.216	138.422	170.387	189.303	190.621	185.366	158.349
San Andrés y Providencia	50.746	54.323	82.796	9.113	101.372	114.472	104.483	85.863
Atlántico	35.074	37.752	38.175	46.723	52.518	5.371	70.949	51.049
Magdalena	15.896	17.231	18.711	22.271	22.994	30.656	30.945	26.362
Risaralda	17.611	18.139	18.604	22.062	24.355	2.425	27.012	23.103
Santander	14.313	14.143	14.259	15.773	16.894	1.801	20.473	17.128
Nariño	12.996	12.117	12.709	16.646	17.059	19.322	15.869	11.686
Quindío	7.372	8.324	8.359	10.113	12.849	13.745	14.941	13.565
Cundinamarca	4.983	5.571	6.985	8.933	10.511	12.648	14.803	12.921
Subtotal	1.208.778	1.437.978	1.638.637	1.841.701	2.183.373	2.311.236	2.630.595	2.248.997
Otros destinos	46.513	49.054	56.363	61.026	57.681	68.206	78.448	77.257
Total Colombia	1.255.291	1.487.032	1.695.000	1.902.727	2.241.054	2.379.442	2.709.043	2.326.254

Fuente: (CITUR, 2019)

Estructura empresarial del turismo en Colombia

Ranking 2018 Agencias de viaje y turismo de Colombia

Durante el año 2.018, el Grupo Empresarial Aviatur con sus empresas Aviatur, Cielos Abiertos, Avia Caribbean, Avia Marketing, Octopus Travel, Unión de Representaciones y Mayatur, amplió su liderazgo en el sector, en relación con su inmediato seguidor, la empresa a Servincludidos; mientras que las empresas Despegar Colombia y sus filiales Viajes y Turismo Falabella y Despegar Com se aproximaron al segundo lugar. Mientras que el listado continuó con las empresas: Axa - Asistencia Colombia, Amadeus IT Colombia, Price Travel, Círculo de Viajes Universal, Assist-Card de Colombia, Sabre Colombia, BCD Travel, Promociones San Andrés, April Colombia Asistencia, Carlson Wagonlit Travel Colombia, Subatours, Panamericana de Viajes, Atrápalo Colombia, Colombian Journeys, y Éxito Viajes y Turismo. (La Nota, 2019)

Por otro lado, entre las agencias restantes se distinguieron en 2.018 por su dinamismo Travelport Andina, Latinamerican Travel Incentives, Excursiones Amistad, Viajes Inversa, Circular de Viajes, L'Alianza Organización, Interval International de Colombia, Global Blue, Turismo al Vuelo, Promotora Belisario Marín, Universal Travel Assistance, Grupo Turístico Over, Viajes Veracruz, Turismo Marvam, Viajes Agentur, All Repts, Santur, Promotora Neptuno, Colmundo Viajes, Super Destino, Vélez Tours, Convetur, Viajes Grupo Nobel, Colombian Tourist, Bestday.com, y Andes Tours. Además de las agencias mencionadas arriba, se incluye información de Viajes El Corte Inglés, Contactos, A Lugares y Destinos, Grupo Welcome, Destino Colombia, Siato, Strategic Points, Receptour del Caribe, Trafalgar Tours, RCI Colombia Inc, CIC Colombia Travel, Swissandina Turismo, Aeroviajes Pacífico, Viajar, Viajes Chapinero, Destino Jet, Viajes Zeppelin, Álvaro Vélez, Tratamundos, Viajes Calitour, y Caminantes Viajes y Turismo. (La Nota, 2019)

En los tres cuadros siguientes se presenta un listado de las principales empresas colombianas que desarrollan actividades relacionadas con la industria turística nacional: servicios asociados al turismo, hoteles y restaurantes; y transporte de pasajeros. En la primera de ellas se observa como Medellín y el Valle de Aburrá solo tiene presencia con tres empresas, en un listado con predominio de las empresas de Bogotá (23 empresas).

Principales empresas colombianas de servicios asociados al turismo – 2.018

NIT	Razón Social	Ciudad	Número de empleados	Total Utilidad Operacionales (\$ millones)
860000018	Agencia De Viajes Y Turismo Aviatur S.A.S.	Bogotá D.C.	1.876	273.586
900610518	Despegar Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	538	77.631
900474794	Price Res S.A.S.	Bogotá D.C.	529	39.572
860029002	Circulo De Viajes Universal S.A.	Bogotá D.C.	1.217	34.493
800239454	Assist Card De Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	195	32.423
900061628	Sabre Colombia Ltda	Bogotá D.C.	36	30.928
900706436	Club Turavia S A De C V Sucursal Colombia	Bogotá D.C.	6	30.909
800078692	Travel Club S.A.S.	Bogotá D.C.	521	29.835
860509804	Carlson Wagonlit Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	235	28.026
900095383	Agencia De Viajes Y Turismo Falabella S A S	Bogotá D.C.	178	25.316
800145723	Agencia De Viajes Y Turismo Cielos Abiertos Ltda.	Bogotá D.C.	30	19.461
890112161	Vianorte L"Alianxa S.A.S.	Barranquilla	n/a	18.924
800075003	Subatours S.A.S.	Bogotá D.C.	57	17.366
900413476	Atrápalo Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	107	17.019
860402288	Panamericana De Viajes S.A.S.	Bogotá D.C.	182	16.699
890802221	Excursiones Amistad S.A.S.	Bogotá D.C.	6	15.710
900486915	Macondo DMC S.A.S.	Bogotá D.C.	35	15.575
900123958	Colombian Journeys S.A.S.	Bogotá D.C.	28	15.450
900630951	Viajes Tour Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	31	14.753
900640173	Éxito Viajes y Turismo S.A.S.	Envigado	n/a	14.597
900335827	Travelport Andina S.A.S.	Bogotá D.C.	19	14.134
900341813	Viajes El Corte Ingles Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	67	13.559
900413142	Latinoamerican Travel Incentives S A S	Bogotá D.C.	78	12.813
800236839	Viajes Circular S.A.S	Bogotá D.C.	170	12.528
900828380	Grupo San German Express S.A.S	Medellín	42	11.416
830004575	Interval International De Colombia S.A.S	Bogotá D.C.	21	11.252
800082671	L Alianxa Travel Network Colombia S.A.	Medellín	45	11.205
900078051	Publicidad Movil De Colombia S.A.S.	Cali	14	10.630
890402264	Contactos S.A.S.	Cartagena de Indias	63	10.397

Fuente: (EMIS, 2019)

En el cuadro siguiente se presentan las principales empresas que desarrollan actividades de hoteles y restaurantes del país, en donde solo aparece una empresa asentada en el territorio de Medellín y nuevamente Bogotá domina en el escenario de hoteles y restaurantes en el ámbito nacional al situar 20 de sus empresas entre las primeras 30 del orden nacional.

Principales empresas colombianas en actividades de hoteles y restaurantes – 2.018				
NIT	Razón Social	Ciudad	Número de empleados	Total Utilidad Operacionales (\$ millones)
1125179948	Jiménez Chindoy Benilda	La Tebaida	1.928	700.084
800230447	Sodexo S.A.S.	Bogotá D.C.	11.433	487.163
890929877	Compass Group Services Colombia S A	Bogotá D.C.	8.638	461.921
860533413	Industria de Rest. Casuales S.A.S.	Bogotá D.C.	3.688	390.632
800244387	Arcos Dorados Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	111	389.642
860076919	Crepes & Waffles S.A.	Bogotá D.C.	3.147	361.133
891408584	Frisby S.A.	D. Quebradas	2.670	356.249
830112317	Promotora de Café Colombia S.A.	Bogotá D.C.	2.017	314.139
806000179	Hoteles Decamerón Colombia S.A.S.	Cartagena	1.151	289.626
890304099	Hoteles Estelar S.A.	Cali	2.059	270.869
900304940	Tour Vacation Hoteles Azul S.A.S.	Bogotá D.C.	1.730	234.607
900860284	BBI Colombia S.A.S.	Funza	1.651	216.575
1036961184	Posada Ortega Juan Carlos	Bogotá D.C.	1	205.463
900934851	Gastronomía Italiana En Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	2.463	189.364
900439301	Inversiones INT Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	339	178.210
860350253	Inmaculada Guadalupe Y Amigos S.A.S.	Chía	1.978	156.042
800213075	Restcafe S A S	Bogotá D.C.	1.684	145.180
860025461	Compañía Comercial e Industrial La Sabana Avesco S.A.S.	Bogotá D.C.	1.170	140.647
800230546	Servincludidos Ltda.	Turbaco	172	139.135
830047537	Lao Kao S A	Bogotá D.C.	1.090	107.906
860006543	Sociedad Hotelera Tequendama S A	Bogotá D.C.	871	103.013
830094751	ZX Ventures Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	772	88.156
890404389	Promotora Turística del Caribe S.A. Protucaribe S.A.	Turbaco	920	87.132
900521807	Global Operadora Hotelera S A S	Bogotá D.C.	792	86.292
890938952	Salamanca Alimentación Industrial S.A. Salamanca S.A.	Barranquilla	1.457	82.125
813009879	Cooperativa Multiactiva Surcolombiana De Inversiones	Neiva	505	81.556
800095036	DLK S A S	Bogotá D.C.	701	80.612
800180330	Compañía de Alimentos Colombianos Calco S A	Medellín	961	79.967
830103515	Grupo CBC S A	Bogotá D.C.	1.364	79.541

Fuente: (EMIS, 2019)

Finalmente, en lo que respecta al transporte de pasajeros, Medellín logra una participación de cuatro de sus empresas entre las 30 más grandes del país. Aquí Bogotá solo clasifica 15 de sus empresas entre las líderes del sector en Colombia.

Principales empresas colombianas de transporte de pasajeros – 2.018				
NIT	Razón Social	Ciudad	Número de empleados	Total Utilidad Operacionales (\$ millones)
900365740	Consortio Express S.A.S.	Bogotá D.C.	6.632	530.406
900365651	Emp. Transporte Integrado De Bogotá S.A.S.	Bogotá D.C.	3.784	279.857
900364704	Gmovil S.A.S.	Bogotá D.C.	2.627	226.394
900393736	Soc. Objeto Único Conc. Este Es Mi Bus S.A.S.	Bogotá D.C.	1.923	148.588
830106777	Transmasivo S.A.	Bogotá D.C.	681	130.633
830060151	Sistema Integrado De Transporte Si 99 S.A.	Bogotá D.C.	663	126.813
830115770	Cia. Multinacional De Transporte Masivo S.A.S.	Bogotá D.C.	689	106.330
830060438	Express Del Futuro S.A.	Bogotá D.C.	535	97.815
830070577	Soc. Internacional De Transporte Masivo S.A.S.	Bogotá D.C.	576	90.483
900007044	Blanco Y Negro Masivo S.A.	Yumbo	887	80.268
830073622	Metrobus S.A.S.	Bogotá D.C.	518	75.359
890100531	Expreso Brasilia S.A.	Barranquilla	1.200	62.497
900566324	Sistema Alimentador Oriental S.A.S.	Medellín	767	62.043
890902875	Transportes Rápido Ochoa S A	Medellín	1.381	47.407
860002566	Flota La Macarena S.A.	Bogotá D.C.	197	46.542
830507387	Metrolinea S.A.	Bucaramanga	50	45.173
830117701	Transportes Especiales F.S.G S.A.S	Bogotá D.C.	195	41.482
900548173	Masivo De Occidente S.A.S.	Medellín	349	36.120
900186817	Metrocinco Plus S.A.	Floridablanca	313	35.770
830095793	A M Tur S.A.S	Bogotá D.C.	669	35.687
830050283	Inversiones Transturismo S.A.S.	Bogotá D.C.	270	35.530
860002082	Rápido Santa Ltda.	Bogotá D.C.	50	34.809
890203548	Union Santandereana de Transp. Urbanos S.A.	Bucaramanga	318	33.926
800029156	Palmira S.A.	Yumbo	1	32.915
806012364	Busexpress S.A.S.	Turbaco	51	32.410
900771273	Transambiental S.A.S.	Turbaco	298	32.199
830501271	Integra S.A.	Pereira	242	29.803
811030548	Viajes Colegios Y Turismo S.A.	Medellín	238	27.228
800113955	Emp. Servicio Esp.Transporte Mamonal S.A.S.	Turbaco	229	25.504
900380368	D & C Equipos S.A.S.	Barranquilla	78	25.369

Fuente: (EMIS, 2019)



ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL TURISMO EN ANTIOQUIA

Considerado en su conjunto como una gran actividad, el turismo es uno de los grandes generadores de empleo en el total de la economía regional. En el cuadro siguiente se observa como la actividad turística generó en 2.017 unos 45.503 empleos formales¹⁴ en Medellín Valle de Aburrá; equivalentes al 84% de los empleos generados por el turismo en Antioquia, hecho que muestra la gran concentración de esta importante actividad en Medellín y sus alrededores.

Empleos formales generados por el turismo en Antioquia 2.017				
CIU	Actividad económica	Empleos Valle de Aburrá	% V.A. en Antioquia	Empleos Antioquia
4921	Transporte de pasajeros	25.176	83%	30.242
5511	Alojamiento en hoteles	3.562	80%	4.443
5512	Alojamiento en aparta hoteles	618	90%	690
5513	Alojamiento en centros vacacionales	n.a.	n.a.	n.a.
5514	Alojamiento rural	n.a.	n.a.	n.a.
5519	Otros tipos de alojamientos para visitantes	711	68%	1.052
5520	Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales	-	0%	463
5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	11.403	88%	12.888
5630	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	898	77%	1.165
7911	Actividades de las agencias de viaje	2.374	93%	2.548
7912	Actividades de operadores turísticos	n.a.	n.a.	n.a.
9329	Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.	761	88%	868
Total empleos industria turística		45.503	84%	54.359

Fuente: cálculos propios con base en (Datlas, 2018)

En Medellín, para el año 2.018, funcionaban 7.316 empresas del sector Turismo, de las cuales 6.854 (93,7%) correspondían a microempresas; 371 eran pequeñas empresas (5,07%); mientras que 76 se definieron como medianas empresas (1%), y solo 15 (0,2%) se consideraban grandes empresas.¹⁵ Lo anterior refleja la gran fragilidad del tejido empresarial correspondiente al sector turismo en la Ciudad con un gran predominio de microempresas, las cuales están estrechamente relacionadas con la informalidad empresarial.

¹⁴ Si se tiene en cuenta que la informalidad laboral en el sector turístico nacional está cercana al 50%, es mucho más alta la incidencia del turismo en cuanto a la generación de empleo. En materia de contratación, para el año 2.017, se tuvo que 46 de cada 100 personas se encontraban vinculadas de manera directa con las empresas prestadoras de servicios turísticos, siendo el sector hotelero y de agencias de viajes los de mayor contribución, toda vez que en estas dos actividades, el 80% de los trabajadores estaban contratados bajo esta modalidad, la cual aporta a la estabilidad laboral del sector. (El Nuevo Siglo, 2018)

¹⁵ Con base en el Registro Público Mercantil de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, año 2.018.

Estructura empresarial del turismo en Medellín – 2.018						
CIU	Actividad	Microempresas	Pequeñas	Medianas	Grandes	Total
4921	Transporte de pasajeros	225	105	22	4	356
5511	Alojamiento en hoteles	392	82	30	8	512
5512	Alojamiento en aparta hoteles	90	9	1	-	100
5513	Alojamiento en centros vacacionales	13	4	1	-	18
5514	Alojamiento rural	37	3	-	-	40
5519	Otros tipos de alojamientos para visitantes	225	9	-	-	234
5520	Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales	3	-	-	-	3
5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	2.820	89	9	1	2.919
5630	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	2.161	5	1	-	2.167
7911	Actividades de las agencias de viaje	375	38	8	-	421
7912	Actividades de operadores turísticos	235	16	2	-	253
9329	Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.	278	11	2	2	293
Total empresas en Medellín		6.854	371	76	15	7.316

Fuente: (CCMA, 2019)

Consecuente con la anterior composición empresarial del turismo en la Ciudad, en los cuadros siguientes, se presentan las principales empresas de Medellín y Antioquia, relacionadas con las actividades más gruesas que integran la industria del turismo en la región. Donde un primer grupo lo integran las empresas cuyas actividades están ligadas a los servicios de soporte del turismo como las agencias de viaje y los operadores turístico entre otros.

Principales empresas antioqueñas en actividades asociadas a servicios de turismo – 2.018

NIT	Razón Social	Ciudad	Número de empleados	Total Utilidad Operac. (\$ millones)
900640173	Exito Viajes y Turismo S.A.S.	Envigado	n/a	14.597
900828380	Grupo San German Express S.A.S.	Medellín	42	11.416
800082671	L Alianza Travel Network Colombia S.A.	Medellín	45	11.205
811027879	A Lugares y Destinos Mayoristas De Turismo S.A.	Medellín	1	8.753
900571484	Strategic Points S.A.S.	Medellín	103	8.247
800248920	Agencia De Viajes De Turismo Receptivo Destino Colombia S.A.S.	Medellín	32	7.422
800012484	Swiss Andina Turismo S.A.S	Medellín	1	5.071
890908099	Viajes Veracruz L'Alianza S.A.S.	Medellín	50	5.059
900652464	Passion Colombia S.A.S.	Medellín	33	4.903
900329620	Ecoparque El Gaitero De Occidente S.A.S.	Medellín	66	4.497
800009778	Mundiastur S.A.S.	Medellín	20	4.023
900700143	Terra Group Colombia S.A.S	Medellín	7	3.657
811027825	Mayorplus S.A.	Medellín	28	3.468
900738464	Study Spanish Group S.A.S.	Medellín	37	3.286
900602050	Luz Verde Representaciones S.A.S.	Medellín	18	3.149
890931046	Viajes Eupacla L'Alianza S.A.S.	Medellín	25	3.142
900294095	Destino Jet S.A.S.	Medellín	33	2.629
900041392	Inversiones Viajes & Viajes S.A.S.	Medellín	121	2.327
890931868	Terra Nova S.A.S.	Medellín	18	2.045
900199014	Promotora Geo De Servicios S.A.S.	Medellín	29	2.019
811022518	Turismo Total S.A.	Medellín	12	1.979
800169419	Super Tours Party Class S.A.S.	Medellín	12	1.877
890904222	Viajes Palomares S.A.S.	Medellín	19	1.846
900263148	Imperial Tour S.A.S.	Medellín	30	1.807
900028718	Viajes Viassa S.A.S.	Medellín	26	1.589
811008714	Travel Center S.A.S.	Medellín	20	1.501
900856350	New Trip Ajr S.A.S.	Medellín	6	1.440
800175788	Univiajes S.A.S.	Medellín	15	1.242
800250590	Palomares Tours S.A.	Medellín	13	1.160
900446450	The Intern Group S.A.S.	Medellín	13	1.146

Fuente: (EMIS, 2019)



En la tabla siguiente se muestran las principales empresas de Antioquia dedicadas a actividades relacionadas con hoteles y restaurantes, que son componente fundamental del turismo de la región.

Principales empresas antioqueñas en actividades de hoteles y restaurantes – 2.018				
NIT	Razón Social	Ciudad	Número de empleados	Total Utilidad Operacionales (\$ millones)
800180330	Cía. de Alimentos Colombianos Calco S.A.	Medellín	961	79.967
900430148	IMC Airport Shoppes S.A.S.	Medellín	880	73.816
811016711	Comercializ. Giraldo Echeverri Y Cía. Ltda.	Medellín	42	40.049
900201094	Nuestra Cocina Artesanal S.A.S.	Medellín	454	29.218
900655583	Escada Financial Corp Sucursal Colombia	Medellín	n/a	25.683
891401781	Avinco S.A.S.	Medellín	179	23.513
900410214	JJG S.A.S.	Medellín	17	21.435
890903736	Promotora de Hoteles Medellín S.A.	Medellín	26	17.185
800192969	Promotora Piccolo S.A.	Medellín	290	16.815
900408922	D'Groupe S.A.S.	Medellín	103	16.026
900415358	3 Sibaritas S.A.S.	Medellín	198	14.770
900360649	Diez Medellín S.A.S	Medellín	113	12.267
830015764	Camino Del Poblado S A	Medellín	88	12.017
900282290	Mundo Verde Salud Gourmet S.A.S.	Medellín	203	11.858
900189085	Hotel Medellín Royal Ltda.	Medellín	54	11.582
70519059	Garcia Pinzón John Jairo	Medellín	7	11.034
800039663	Donuts De Antioquia S.A.S.	Medellín	106	10.529
811038473	Servi Express S.A.S.	Envigado	140	10.371
900064236	Grupo Suites S.A.S.	Medellín	70	10.156
900561159	Cielo Básico S.A.S.	Medellín	117	9.682
900436369	Casino Services S.A.S.	Medellín	11	9.471
900258258	Inversiones Alimenticias La Pampa S.A.	Medellín	66	8.696
811035961	Hatoviejo S.A.S	Medellín	100	8.594
811039807	Novelty Suites S.A.	Medellín	89	8.371
900567005	Parador Santa Rosa de Osos S.A.S.	S.R. de Osos	89	8.157
811031140	Poblado Hoteles S.A.	Medellín	101	8.146
811031728	Grupo S. Y. C. S.A.S	Medellín	120	7.932
900477154	Hoteles, Parq. y Servicentros "Hopa" S.A.S.	Medellín	57	7.899
900111575	Estadero y Asados Dona Rosa S.A.S.	Rionegro	98	7.489
900399342	Lleras Park Hotel S.A.S.	Medellín	38	7.422

Fuente: (EMIS, 2019)

Finalmente, la tabla siguiente muestra las empresas de Antioquia dedicadas al transporte de pasajeros y que según el Decreto 229 de 2.017 están definidos como prestadores de servicios turísticos.

Principales empresas antioqueñas de transporte de pasajeros – 2.018

NIT	Razón Social	Ciudad	Número de empleados	Total Utilidad Operacionales (\$ millones)
900566324	Sistema Alimentador Oriental S.A.S.	Medellín	767	62.043
890902875	Transportes Rápido Ochoa S.A.	Medellín	1.381	47.407
900548173	Masivo De Occidente S.A.S.	Medellín	349	36.120
811030548	Viajes Colegios Y Turismo S.A	Medellín	238	27.228
811030521	Ingetrans S.A.	Medellín	85	19.976
811010604	Transporte Y Turismo 1 A S.A.S	Medellín	47	16.480
811040105	Transportes Alto Nivel S.A.S.	Medellín	88	15.757
811036744	Cosmotrans S.A.S.	Medellín	186	13.801
890902816	Transportes Medellín Castilla S.A.	Medellín	4	12.258
890927437	Autobuses El Poblado Laureles S.A.	Medellín	182	9.545
811030670	Emprestur S.A.S.	Medellín	739	9.360
890911511	Transportes Medellín Barbosa S.A	Barbosa	125	9.224
800093761	Empresa Transportadora De Taxis Individual S A	Medellín	74	8.707
890902760	Sociedad Transportadora De Uraba S.A.	Medellín	89	7.712
70094662	Munera Cano Luis Fernando	Medellín	11	7.640
890912545	Transportes Hatoviejo S.A.	Bello	580	7.248
890925128	Expreso Girardota S A	Girardota	104	7.184
800055468	Precolombina De Turismo Especializado S.A.S	Medellín	14	7.018
890911906	Transportes Aranjuez Santa Cruz S A	Medellín	41	6.535
900019519	Metroplus S.A.	Medellín	45	5.754
800041628	Bellanita De Transportes S.A.	Bello	410	5.593
800210110	Servicios Especiales Colectivos Y Turísticos S.A.S "Sescotur S.A. S.	Medellín	63	5.396
830087371	Alianza Terrestre S.A.S.	Medellín	46	5.162
890902872	Transportes Gómez Hernández S A	Medellín	81	5.107
890935855	Servicios Unidos De Transportes Especiales S.A.S.	Medellín	126	5.063
811001202	Contransporte S.A.S.	Medellín	117	5.032
900978648	Juan Toro S.A.S	Medellín	55	4.972
811028194	Efitrans Transportes De Colombia S.A.S.	Medellín	11	4.574
900815944	Tourtransporte S.A.S.	Santo Domingo	7	4.446
900553274	Inversiones Valyria S.A.S.	Medellín	n/a	4.340

Fuente: (EMIS, 2019)

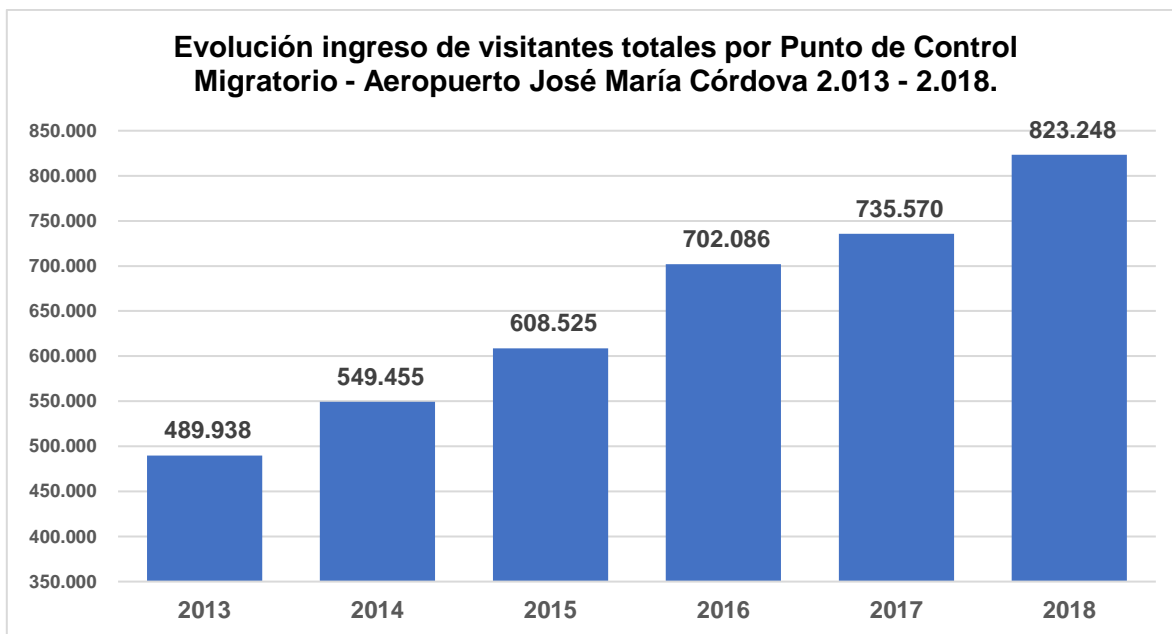
En el cuadro siguiente se presenta el comportamiento de la llegada de pasajeros nacionales a los aeropuertos José María Córdoba y Olaya Herrera, donde Bogotá (45,8%), sobresale como el primer origen de pasajeros en importancia para la región, seguido de Cali (12,6%) para el año 2018.

Llegada de pasajeros al Enrique Olaya Herrera y José María Córdoba por principales aeropuertos de origen nacional 2.017- 2.018				
Aeropuerto de origen(NAL)	2017	2018	Var. %17-18	Participación
Bogotá (BOG)	1.571.682	1.634.079	3,97%	45,81%
Cartagena (CTG)	225.402	189.337	-16,00%	5,31%
Santa Marta (SMR)	195.304	175.964	-9,90%	4,93%
Cali (CLO)	360.012	448.272	24,52%	12,57%
San Andrés- Isla (ADZ)	164.389	150.478	-8,46%	4,22%
Barranquilla (BAQ)	125.773	125.263	-0,41%	3,51%
Montería (MTR)	65.620	63.376	-3,42%	1,78%
Quibdó (UIB)	43.215	41.181	-4,71%	1,15%
Carepa (APO)	167.803	226.729	35,12%	6,36%
Pereira (PEI)	53.401	65.730	23,09%	1,84%
Bucaramanga (BGA)	20.358	20.676	1,56%	0,58%
Cúcuta (CUC)	18.447	22.105	19,83%	0,62%
Bahía solano (BSC)	93.468	96.902	3,67%	2,72%
Manizales (MZL)	115.889	117.951	1,78%	3,31%
Armenia (AXM)	19.867	19.376	-2,47%	0,54%
Corozal (CZU)	19.599	25.378	29,49%	0,71%
Leticia (LET)	16.344	10.676	-34,68%	0,30%
Otros	124.089	133.586	7,65%	3,74%
TOTAL	3.400.662	3.567.059	4,89%	100%

Fuente: (SITUR Medellín, 2019)

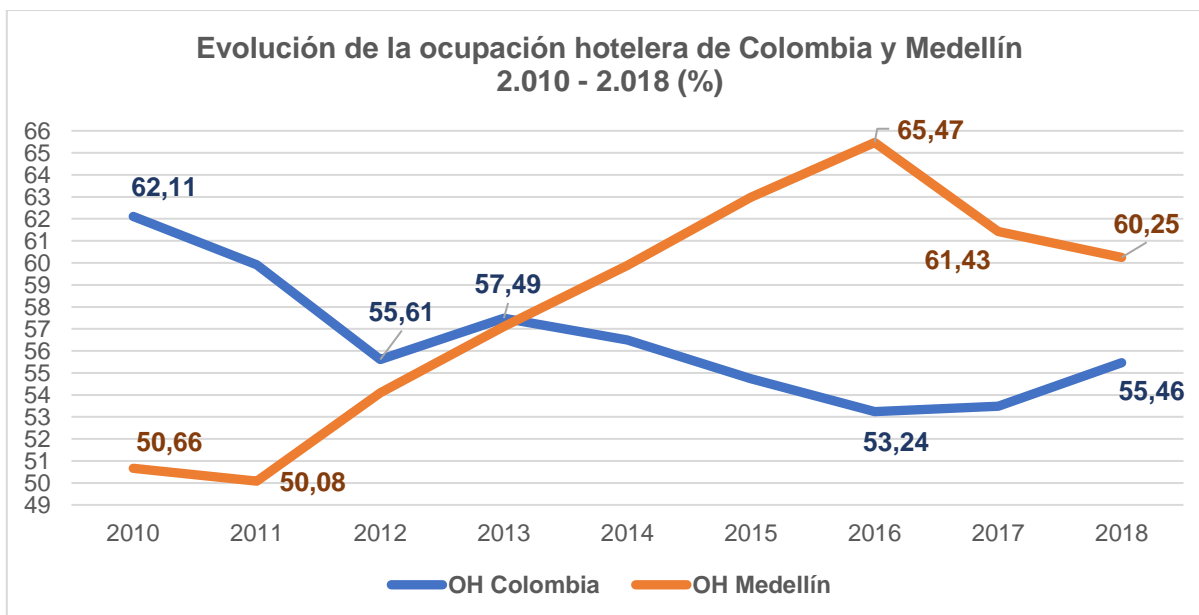
Para el caso de la llegada de turistas al aeropuerto José María Córdoba en los últimos cinco años se tuvo que la región pasó de recibir en 2.013, un total de 489.938 viajeros internacionales¹⁶ a recibir en 2.018, 823.248 viajeros, lo que representa un incremento de 333.310 pasajeros entre año y año, lo cual evidencia la dinámica que viene mostrando el turismo en la región.

¹⁶ Colombianos y extranjeros que pasaron por el punto de control migratorio del aeropuerto José María Córdoba.



Fuente: (SITUR Medellín, 2019)

Otro de los indicadores que muestran cómo ha sido el comportamiento del sector turístico en una región es la ocupación hotelera¹⁷. En la siguiente gráfica se establece un comparativo entre el comportamiento de la ocupación hotelera para Colombia y para Medellín. Se puede ver como la ocupación hotelera en Medellín creció de manera continua entre 2.011 y 2.016, pero para los dos últimos años, muestra un cambio de tendencia.



Fuente: (SITUR Medellín, 2019)

¹⁷ Porcentaje de ocupación hotelera: Indica la proporción de ocupación que registra el establecimiento, y se obtiene dividiendo el total de cuartos ocupados entre el total de cuartos disponibles al período de interés. Al final se multiplica por 100 a fin de que éste quede expresado en porcentaje. (Servidor Alicante, s.f.)

E. APROXIMACIÓN AL TAMAÑO DEL MERCADO DE TURISMO EN COLOMBIA

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que lleva consigo el movimiento de personas. La relación del turismo con una gran variedad de actividades económicas ha fomentado el interés en medir su contribución económica, principalmente en los lugares visitados, y en evaluar su interdependencia con otras actividades sociales y económicas que deben tenerse en cuenta para calcular su impacto en la economía. (DANE, 2019)

Servicios Turísticos

Dado que el turismo en sí no es una actividad sino un conjunto de ellas que se relaciona y conectan al momento de prestar un servicio; en este punto es importante conocer que son los servicios turísticos y como pueden definirse según su ámbito de acción.

Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos. Según la Organización de Estados Americanos, OEA¹⁸, los Servicios Turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos.¹⁹ (Sites Google, s.f.)

Se consideran servicios turísticos:

- Servicio de alojamiento, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de alimentación, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- Servicio de guía, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.

¹⁸ Organización de Estados Americanos - OEA: La OEA fue creada en 1.948 cuando se suscribió, en Bogotá, la Carta de la OEA con vigencia desde diciembre de 1.951. La Organización fue fundada con el objetivo de lograr en sus Estados Miembros, como lo estipula el Artículo 1 de la Carta, "un orden de paz y de justicia, fomentar su solidaridad, robustecer su colaboración y defender su soberanía, su integridad territorial y su independencia". (Organización de Estados Americanos, s.f.)

¹⁹ Los Servicios Turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante su disfrute a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, etc. (Sites Google, s.f.)

- Servicio de OPC²⁰, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- Servicio de información, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de intermediación, Agencias de Viajes, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- Servicios de consultoría turística, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.
- Servicios de transporte, ofrecido por la necesidad de movilización de los turistas.

Gasto en turismo en Colombia durante 2.017 (Turismo Receptor)²¹

Según información de la Cuenta Satélite de Turismo²² que calcula el DANE para Colombia, el gasto asociado al turismo receptor para el año 2.017p fue de \$18,2 billones de pesos; relacionado principalmente con la compra de servicios de provisión de alimentos y bebidas por \$4,8 billones de pesos, seguido de los servicios de transporte aéreo de pasajeros por \$4,6 billones de pesos y los servicios de alojamiento para visitantes por \$2,9 billones de pesos. Para el año 2.017(provisional), el gasto total del turismo interno registró \$12,8 billones de pesos; gasto asociado principalmente a la adquisición de servicios de provisión de alimentos y bebidas por \$3,4 billones de pesos; seguido de los servicios de alojamiento para visitantes por \$2,6 billones de pesos; y servicio de transporte aéreo de pasajeros por \$1,6 billones de pesos. (DANE, 2019) Por otra parte, Los flujos de turistas pasaron de 2,8 millones de personas en el año 2.016 a 3,1 millones en el año 2.017(provisional); lo cual representa un incremento de 9,6%.

²⁰ OPC: corresponde a la sigla para Organizador Profesional de Congresos. Son aquellas empresas especializadas en la planeación, organización, dirección y control de los eventos relacionados con la industria de reuniones o industria turística.

²¹ **TURISMO RECEPTOR:** Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

²² Las cuentas satélites son una extensión del sistema de Cuentas Nacionales, comparten sus conceptos, definiciones, clasificaciones y amplían la capacidad analítica de un área de interés específico. Por lo tanto, la cuenta satélite de turismo tiene como objetivo ampliar el conocimiento sobre las actividades turísticas, según las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), reorganizando las clasificaciones del marco central e incluyendo elementos complementarios como el estudio de los flujos turísticos en el país, para constituir una herramienta básica de análisis que permita la formulación de políticas para la promoción y comercialización del sector. (DANE, 2019)

Gasto turístico receptor en Colombia, según bienes y servicios (\$ miles de millones)			
Concepto	2015	2016	2017^P
Servicios de alojamiento para visitantes	2.833	3.012	2.947
Servicios de provisión de alimentos y bebidas	4.170	4.868	4.821
Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	-	-	-
Servicios de transporte de pasajeros por carretera	1.750	1.930	1.904
Servicios de transporte de pasajeros por agua	-	-	-
Servicios de transporte aéreo de pasajeros	3.111	4.031	4.583
Servicios de alquiler de equipos de transporte	-	-	-
Agencias de viajes y otros servicios de reserva	126	135	134
Servicios culturales deportivos y recreativos	632	722	705
Bienes de consumo *	2.033	2.402	2.463
Otros servicios **	580	659	649
Total gasto turismo receptor	15.235	17.759	18.206
Flujos personas turismo receptor	2.519.979	2.787.188	3.055.213
Pernoctaciones	41.831.651	46.267.321	50.716.536

Fuente: (DANE, 2019)

* Bienes adquiridos por los visitantes en el transcurso de sus viajes para uso propio o para regalo.

** Incluye servicios asociados al turismo no clasificados previamente.

Nota: corresponde a las 13 principales ciudades y viajes receptores por aeropuertos. El promedio de pernoctaciones: (pernoctaciones/flujos de personas), hace referencia a todos los motivos de viaje, donde el mayor porcentaje es visita a familiares y amigos.

Comportamiento del turismo interno²³

Para el año 2.017p, el gasto total del turismo interno registró \$12,8 billones de pesos; gasto asociado principalmente a la adquisición de servicios de provisión de alimentos y bebidas por \$3,4 billones de pesos; seguido de los servicios de alojamiento para visitantes por \$2,6 billones de pesos; y servicio de transporte aéreo de pasajeros por \$1,6 billones de pesos.

El excursionismo para el año 2.017(provisional), registró un gasto de \$1,7 billones de pesos, explicado principalmente por la compra de servicios de provisión de alimentos y bebidas por \$638 millones de pesos y servicios de transporte de pasajeros por carretera por \$401 millones de pesos. Los viajes del turismo interno presentaron un crecimiento de 3,1% para el año 2.017 (provisional), pasando de 39,8 millones en el 2.016 a 41 millones en el 2.017. Mientras que los viajes asociados al excursionismo para el 2.017 (provisional) presentaron un incremento del 1%, pasando de 33,1 millones en el 2.016 a 33,4 millones en el 2.017. (DANE, 2019)

²³ **TURISMO INTERNO:** Incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

Gasto del turismo interno en Colombia, según bienes y servicios (\$ miles de millones)						
Concepto	2016			2017^P		
	Viajes de turismo interno	Excursion¹	Todo tipo de viajes	Viajes de turismo interno	Excursion¹	Todo tipo de viajes
Servicios de alojamiento para visitantes	2.439	N/A	2.439	2.622	N/A	2.622
Servicios de provisión de alimentos y bebidas	3.148	597	3.746	3.442	638	4.080
Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril		N/A			N/A	
Servicios de transporte de pasajeros por carretera	1.323	378	1.700	1.330	401	1.731
Servicios de transporte de pasajeros por agua		N/A			N/A	
Servicios de transporte aéreo de pasajeros	1.546	N/A	1.546	1.554	N/A	1.554
Servicios de alquiler de equipos de transporte	31	N/A	31	31	N/A	31
Agencias de viajes y otros servicios de reserva	123	N/A	123	124	N/A	124
Servicios culturales deportivos y recreativos	463	130	593	513	137	650
Bienes de consumo*	1.321	224	1.545	1.422	222	1.644
Otros servicios**	1.678	307	1.985	1.805	304	2.108
Gasto Total Turismo Interno	12.072	1.636	13.708	12.844	1.701	14.545
Viajes persona (número)	39.769.459	33.142.439		40.985.971	33.353.136	
Pernoctaciones (número)	190.407.142			198.505.388		

Fuente: (DANE, 2019)

¹ El excursionismo hace referencia a las personas que visitan un lugar sin pernoctar.

* Bienes adquiridos por los visitantes en el transcurso de sus viajes para uso propio o para regalo.

** Incluye servicios asociados al turismo no clasificados previamente.

Comportamiento del turismo emisor²⁴

Para el año 2.017 (provisional), el turismo emisor registró un gasto total de \$15,4 billones de pesos, representados principalmente en la adquisición de servicios de alojamiento para visitantes por \$2,9 billones de pesos; seguido del gasto en bienes de consumo por \$2,8 billones de pesos; y servicio de transporte aéreo de pasajeros por \$2,7 billones de pesos. Los flujos del turismo emisor para el año 2.017(provisional) crecieron 5,4% respecto al año inmediatamente anterior, pasando de 2,4 millones en el 2016 a 2,5 millones en el 2017.

Gasto turístico emisor desde Colombia, según bienes y servicios (\$miles de millones)			
Concepto	2015	2016	2017 ^P
Servicios de alojamiento para visitantes	2.486	2.813	2.868
Servicios de provisión de alimentos y bebidas	1.900	1.958	1.972
Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril			
Servicios de transporte de pasajeros por carretera	1.973	2.152	2.177
Servicios de transporte de pasajeros por agua	-	-	-
Servicios de transporte aéreo de pasajeros	3.347	3.108	2.727
Servicios de alquiler de equipos de transporte	-	-	-
Agencias de viajes y otros servicios de reserva	-	-	-
Servicios culturales deportivos y recreativos	958	1.007	1.029
Bienes de consumo *	2.640	2.878	2.800
Otros servicios **	1.953	1.844	1.867
Total turismo emisor (\$)	15.257	15.760	15.439
Flujos personas turismo emisor (número)	2.179.235	2.353.836	2.480.979
Pernotaciones (número)	36.175.301	39.073.678	41.184.251

Fuente: (DANE, 2019)

*Bienes adquiridos por los visitantes en el transcurso de sus viajes para uso propio o para regalo.

**Incluye servicios asociados al turismo no clasificados previamente.

²⁴ **TURISMO EMISOR:** Abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.

Composición del gasto interno en turismo de los colombianos

Según se desprende de la más reciente **Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT)**, para el Segundo Trimestre de 2.019 realizada por el DANE, el gasto promedio diario, per cápita, de los colombianos que realizaron turismo interno²⁵ durante los primeros seis meses de 2019, fue de \$79.352; gasto representado principalmente por los rubros de: alimentos y bebidas (\$20.306), alojamiento (\$14.796), transporte terrestre (\$14.779) y otros gastos (\$20.388). (El Nuevo Siglo, 2019)

Gasto promedio per cápita día del total de personas que viajaron (pesos)

Rubros de gastos	Gasto promedio	
	I-2019	II-2019
Alojamiento	16.711	14.796
Transporte terrestre (hacia y desde el destino)	12.794	14.779
Alimentos y bebidas	20.219	20.306
Bienes de uso personal	1.865	2.161
Servicios culturales y recreacionales	2.590	3.714
Suvenires, artesanías, y/o regalos	2.510	3.208
Otros gastos*	15.827	20.388
Total 24 ciudades y áreas metropolitanas	72.517	79.352

Fuente: (DANE, 2019)

En cuanto al gasto promedio por motivo de viaje fue mayor para quienes lo hicieron por razones profesionales o negocios con un valor de \$175.291, seguido de recreación o vacaciones \$89.903. (El Nuevo Siglo, 2019)

Motivo de viaje	Gasto promedio	
	I-2019	II-2019
Negocios o motivos profesionales	189.201	175.291
Recreación-vacaciones	82.699	89.903
Visita a parientes o amigos	38.271	51.667
Total 24 ciudades y áreas metropolitanas	72.517	79.352

Fuente: (DANE, 2019)

El resultado más revelador de la Encuesta de Gasto Interno en Turismo, mostró que el 10% de un potencial de viajeros conformado por 21.325.000 de personas mayores de 10 años²⁶ realizaron turismo interno dentro del país. En cuanto a la medición del turismo interno según el tipo de alojamiento, la EGIT mostró que el 63% de los viajeros colombianos se alojaron en viviendas de familiares o amigos; mientras que el 24% lo hizo en hoteles y el restante

²⁵ Los resultados revelaron que el 10% de un total de 21.325.000 de personas mayores de 10 años realizaron turismo interno dentro del país. Así mismo, la encuesta del DANE, mostró que los principales motivos de viaje reportados fueron: visitas a parientes o amigos (45,1%); recreación, vacaciones (43,3%); negocios o motivos profesionales (7,5%) y otros motivos (4,1%). (El Nuevo Siglo, 2019)

²⁶ El DANE, consideró 10 años como edad mínima para la conformación del potencial de viajeros del país.

13% utilizó otro tipo de alojamientos. La encuesta, destacando en el mismo sentido, que el promedio de pernoctaciones alcanzó un total de 3,9 días. (El Nuevo Siglo, 2019)

Los anteriores resultados evidencian una gran necesidad de que gobierno y empresarios del turismo sigan incentivando el turismo interno en el país, pues contar con solo el 10% del potencial de turistas que pueden viajar por Colombia, no será suficiente para llevar la industria turística a aportar de manera significativa al empleo y a la generación de riqueza en Colombia. (El Nuevo Siglo, 2019)

Complementando las revelaciones de la EGIT, en 2.018, Kayak²⁷, el reconocido buscador de viajes en internet, presentó el “Hotel Travel Report 2018”²⁸, un estudio que analizó el comportamiento de los viajeros colombianos según sus preferencias en cuanto a destinos, alojamiento y tiempo de estadía. Para la realización del estudio fueron tenidas en cuenta, las búsquedas por hoteles en todos los destinos colombianos hechos en Kayak Colombia. La media en los precios diarios fue calculada con base en un tipo de cambio de \$ 2.882,84 /1USD, cotización correspondiente al 26 de julio de 2.018, y considerando cuartos dobles en hoteles de 3 y 4 estrellas. De los datos se desprenden tres tipos de estadía según la duración del viaje: corta de 1 a 3 días, media de 1 a 2 semanas, larga de más de 2 semanas. Tomando este dato como referencia, se analizaron los destinos más buscados por los colombianos. Así como el gasto promedio por noche en hospedaje. (Revista PyM, 2018)

Los destinos nacionales (52%) son preferidos sobre los internacionales (48%). Para viajes cortos y largos, Bogotá y Cartagena son los destinos más populares. Para viajes cortos que no superen los 3 días, los destinos nacionales son los favoritos. Entre estos se encuentran: Bogotá, Cartagena, Medellín, Barranquilla, Santa Marta, San Andrés y La Vega. En viajes por fuera del país las búsquedas se encuentran lideradas por destinos en Latinoamérica 58%, Estados Unidos 20% y Europa 11%. (Revista PyM, 2018)

Con respecto al presupuesto que invierten los colombianos en sus viajes, el estudio dice que el 17% de los encuestados está dispuesto a gastar en las vacaciones entre \$2.500.000 y \$4.000.000 mientras que solo un 10% entre \$4.000.001 pesos y \$5.500.000. El alojamiento preferido entre los colombianos es el hotel, que lidera ampliamente la encuesta con un 83% preferencia que mantiene una tendencia similar entre hombres 84% y mujeres 83%. Del total de encuestados, un 34% busca no invertir más de \$150.000 pesos por noche, mientras que un 21% se extiende un poco más y tiene como tope los \$250.000 pesos, pero también están los que prefieren las opciones más económicas o low cost, con un 19% que busca no gastar más de \$75.000 pesos. (Turismo a tiempo, 2018)

²⁷ Kayak es un buscar online de vuelos, hoteles, alquiler de carros, guías de viaje. KAYAK a su vez es parte de la multinacional Booking Holdings Inc., líder mundial en viajes online y servicios relacionados. (Kayak, s.f.)

²⁸ Para el estudio fueron consideradas búsquedas por hoteles en todos los destinos colombianos hechos en Kayak Colombia. Los datos de 2017 se componen de búsquedas hechas entre el 01 de junio del 2.016 y el 31 de diciembre de 2.017 para viajes entre el 01 de Enero y 31 de Diciembre de 2.017. Los datos de 2.016 se componen de búsquedas hechas entre 01 de junio del 2.016 y el 31 de diciembre de 2.017 para viajes entre el 01 de enero y 31 de diciembre de 2.017. La media en los precios diarios fue calculada con base de Pesos Colombianos 2.882,84 / 1 US\$, cotización del 26 de julio de 2.018, considerando cuartos dobles en hoteles de 3 y 4 estrellas. (m2m, 2018)

F. INSTITUCIONES COLOMBIANAS RELACIONADAS CON LAS ACTIVIDADES DEL TURISMO

- **Viceministerio de Turismo: Adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MINCIT:** El Viceministerio de Turismo acuerda, ejecuta y evalúa la política turística, así como los planes y programas derivados de esta, en conjunto con las entidades competentes de los sectores público y privado, con el fin de mejorar la competitividad y sostenibilidad de los productos y destinos turísticos y promover el turismo doméstico y receptivo. Decidir sobre las quejas presentadas por incumplimiento de servicios por parte de los prestadores de servicios turísticos y demás infracciones contempladas en las normas legales vigentes sobre la materia. Ejercer la coordinación necesaria para llevar el Registro Nacional de Turismo, el Sistema de Información Turística y lo relacionado con la certificación de la prestación de servicios hoteleros. Velar por la aplicación del Plan Sectorial de Turismo. (MINCIT, 2019)
- **FONTUR - FONDO NACIONAL DEL TURISMO:** El artículo 42 de la Ley 300 de 1.996 creó el Fondo de Promoción Turística como un instrumento para el manejo de los recursos provenientes de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo. Posteriormente, la Ley 1450 de 2.011 en su artículo 40 estableció al Fondo de Promoción Turística como un instrumento para el manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo, el cual se ceñiría a los lineamientos de la política turística definidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, estableciendo a partir de esa fecha que su régimen de contratación es de carácter privado, es decir que se rige por el Código Civil, Código de Comercio y su Manual de Contratación.

Así pues, a partir de la vigencia de la Ley 1558 de 2.012, la denominación del Fondo de Promoción Turística cambió por la del **Fondo Nacional de Turismo**, y se ordenó su constitución como un patrimonio autónomo, por lo que su administración y vocería fue asumida por la sociedad Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A. FIDUCOLDEX S.A., para lo cual se suscribió el Contrato de Fiducia Mercantil No. 137 de 2.013, entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la mencionada fiduciaria, quien asumió la administración y vocería del Fondo a partir del 1 de septiembre de 2.013.²⁹ (FONTUR, 2019)

²⁹ Adicionalmente, la citada ley en el artículo 22 dispuso que los bienes inmuebles incautados o que les fuere extinguido el derecho de dominio debido a su vinculación con procesos por delitos de narcotráfico, enriquecimiento ilícito, testaferrato y conexos, y los que fueron de propiedad de la antigua Corporación Nacional de Turismo, hoy del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, serán administrados o enajenados por el Fondo Nacional de Turismo.

- **Subsecretaría de Turismo – Alcaldía de Medellín.** Adscrita a la Secretaría de Desarrollo Económico³⁰ de la Alcaldía de Medellín. Tiene dentro de sus funciones, las siguientes:
 1. Implementar estrategias de innovación empresarial como gestor de transformación productiva con el sector turístico.
 2. Impulsar la instalación de capacidades de productividad y competitividad empresarial del sector turístico en la ciudad de Medellín.
 3. Fomentar entorno de negocios a empresas del sector turístico consolidadas con el fin de impulsar la participación de accesos a mercados.
 4. Fomentar la gestión turística local ante los entes públicos y privados del turismo, propiciando grandes eventos que la administración Municipal programe.
 5. Coadyuvar en la Coordinación del observatorio - Ciudad Región - de turismo con el sector público, privado, nacional, departamental y local para realizar el análisis sectorial de la ciudad y la región.
 6. Gestionar la promoción turística y la imagen de la Ciudad, mediante procesos de investigación y desarrollo de mercados local, nacional e internacional. (Alcaldía de Medellín, 2019)
 7. Implementar, mantener y mejorar el Sistema Integral de Gestión de acuerdo a las directrices definidas por la entidad.

- **Greater Bureau Medellín:** El Greater Medellín Convention & Visitors Bureau, es una fundación privada, sin ánimo de lucro, encargada de promocionar a Medellín y Antioquia en el mercado nacional e internacional. Su misión es promocionar la Ciudad - Región como destino turístico, mediante la articulación pública y privada, para que cada vez más visitantes elijan nuestro destino como un lugar para vivir experiencias memorables. Contribuimos así, al desarrollo sostenible y al cumplimiento de los planes de desarrollo de Medellín y Antioquia. (Bureau Medellin, 2019)

³⁰ La Secretaría de Desarrollo Económico tiene como responsabilidad: Fortalecer la productividad, la competitividad, la sostenibilidad, la asociatividad y la solidaridad, para mejorar los ingresos y las condiciones de empleo de la población de la ciudad, mediante mecanismos de desarrollo empresarial, turismo e internacionalización, innovación y alianzas sociales – público - privadas en aras de la equidad y el desarrollo humano integral. (Alcaldía de Medellín, 2019)

- **Dirección de Desarrollo Turístico de Antioquia – Gobernación de Antioquia:** Adscrita a la Secretaría de Productividad y Competitividad de Antioquia. Su función es fomentar el desarrollo del sector, mediante el fortalecimiento empresarial y la promoción de Antioquia como destino turístico sostenible e innovador a través de la ejecución de los siguientes proyectos:
 - Fortalecimiento de la competitividad, mediante asesoría y asistencia técnica, para el desarrollo de productos turísticos enfocados en turismo de naturaleza, patrimonio, cultura, playa y mar.
 - Estrategia digital para la promoción del destino turístico Antioquia.
 - Gestión de recursos mediante proyectos de desarrollo turístico.
 - Proyecto de Ordenanza para establecer la política pública de turismo. (Gobernación de Antioquia, 2019)
- **COTELCO:** La asociación hotelera y Turística de Colombia, COTELCO Capítulo Antioquia es un gremio con amplia trayectoria, reconocimiento y presencia nacional que representa, apoya e intercede por los intereses de los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje (EAH) y el sector turístico colombiano, fortaleciendo su competitividad, productividad y promoción. (Cotelco Antioquia, 2019)
- **ANATO:** La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, ANATO es una entidad sin ánimo de lucro y de carácter gremial que representa, defiende y promociona los intereses generales del turismo y de las Agencias de Viajes en Colombia. Creada el 20 de octubre de 1949, está conformada por Agencias Asociadas en todo el territorio nacional con 9 capítulos de representación, consolidando el sector y la agremiación como la entidad de más amplio reconocimiento nacional por el desarrollo de su gestión. Los departamentos de Antioquia y Chocó constituyen este Capítulo que reúne a importantes Agencias de Viajes de la región. El trabajo del Capítulo se ha destacado por defender la labor del Agente de Viajes, especialmente de los Asociados, y del sector turismo en general, así como trabajar en pro del sector, de la legalidad y la promoción. (ANATO, 2019)
- **Centro de Información Turística de Colombia - CITUR:** El sistema de estadísticas de turismo comprende un conjunto de datos sobre la oferta y demanda de la actividad turística a nivel nacional e internacional, los cuales permiten identificar la estructura y evolución del turismo. (CITUR Colombia, 2019)
- **Sistema de Indicadores Turísticos de Medellín y Antioquia - SITUR:** El SITUR proporciona las cifras oficiales sobre el sector turístico en la ciudad y el departamento, tales como ocupación hotelera, ingreso de visitantes, perfil del turista y comportamiento de la oferta turística, entre otros, consolidándose como una herramienta estratégica para promover el turismo regional. Con el Sistema se busca que la región cuente con una unidad de inteligencia turística que proporcione información en tiempo real del comportamiento de los principales indicadores del sector y una fuente oficial de consulta frente a los análisis económicos y sectoriales. En la actualidad, el SITUR se financia con recursos de la Secretaría de Desarrollo Económico de Medellín. Igualmente, con

FONTUR, Fondo Nacional de Turismo, se cuenta con el respaldo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para fortalecer el sistema de información turística de Antioquia que permita alimentar el centro de información turística de Colombia, alineado con el plan estadístico nacional. (SITUR Medellín, 2019)

- **Medellín Travel:** Medellín.travel es la Guía Oficial de Viajes de Medellín. Una herramienta de promoción turística de propiedad del Municipio de Medellín, donde se ofrecen de manera fácil e integrada información, recursos y servicios para resolver las necesidades de viaje en nuestra ciudad (sitios de interés, eventos, mapas de recorridos y mucho más). (Medellín Travel, 2019)
- **Cluster Turismo de Negocios y Convenciones (Medellín):** Medellín, busca ser un destino exitoso enfocado en los siguientes ejes: Business, el cual es la vocación de Medellín como destino de negocios reuniones, convenciones y eventos, y Leisure³¹, el cual es la vocación de las regiones con la oferta complementaria de naturaleza; estos, al ir de la mano generan bleisure³². El Business o turismo MICE³³, juega un rol relevante en el desarrollo de un destino, es un segmento clave y muy consolidado en la ciudad; es un cliente de alto gasto, que es usuario de los demás productos turísticos de la ciudad, de leisure, como cultura, naturaleza (incentivos), gastronomía, bares, compras, es decir la oferta de ocio. Una de las claves para la captación de eventos es la oferta complementaria, por la orientación hacia el Bleisure (contracción de dos palabras, dos conceptos: Business y Leisure, negocios y ocio) que está tomando el segmento de turismo MICE. Medellín es un destino que permite esta oferta complementaria. (CCMA, 2018)

³¹ Leisure: Ocio.

³² Bleisure: contracción de dos palabras, dos conceptos: Business y Leisure, negocios y ocio

³³ MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions).

G. NORMATIVIDAD QUE APLICA A LAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

- **Decreto 229 de 2.017:** Por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo y se modifican en su integridad las secciones 1, 2 Y 3 del capítulo 1 del título 4 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1074 de 2.015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo. (MINCIT, 2019)
- **Circular 002 de 2.016:** Cobro de IVA por servicios prestados (de interés para prestadores de servicios turísticos) (MINCIT, 2019)
- **Circular 003 de 2.016:** Contratación de guías de turismo y prestadores de servicio turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo. (MINCIT, 2019)
- **Circular 004 de 2.016:** Información sobre impacto del IVA en servicios. (MINCIT, 2019)
- **Resolución 135 de 2.016:** Por la cual se dicta el Código de Ética de la Profesión de Guionaje o Guianza Turística y se deroga la Resolución N° 221 del 8 de abril de 1.999. (MINCIT, 2019)
- **NTS – TS 002.** Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad, 2014.
- **NTS – TS 003.** Agencias de viajes. Requisitos de sostenibilidad, 2.007.
- **NTS – TS 004.** Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad 2.008.
- **NTS - TS 005.** Empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.
- **NTS - TS 006-1.** Sistema de gestión para la sostenibilidad. Organizadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, 2.012.
- **NTS - TS 007.** Empresas comercializadoras de esquemas de tiempo compartido y multipropiedad. Requisitos de sostenibilidad, 2.016. (MINCIT - COLOMBIA, s.f.)

H. PRINCIPALES FERIAS Y EVENTOS COMERCIALES VINCULADOS CON LAS ACTIVIDADES DEL TURISMO

NACIONALES

- **Vitrina Turística de Anato 2.020 (26 al 28 de febrero, Corferias, Bogotá):** La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, ANATO, es el organizador de la Vitrina Turística, el evento que desde 1.982 se ha ido consolidando como el evento más importante del turismo en Colombia. La primera versión se realizó en Popayán con la participación de 20 empresas expositoras y año tras año se ha ido estableciendo como el espacio más importante para vendedores y compradores de productos y servicios turísticos, pasando por ciudades como Manizales, Cúcuta, San Andrés y Medellín.

La Vitrina se creó como una herramienta comercial para que los Agentes de Viajes tuvieran la oportunidad de encontrar, en un solo lugar, toda la cadena turística de bienes y servicios turísticos de más de 35 países y todas las regiones de Colombia, y para que los cerca de 16.000 visitantes profesionales los conozcan y comercialicen en el mercado turístico. La versión 2.019 contó con Salvador y Guatemala como Destinos Internacionales Destacados y Valle del Cauca como Destino Nacional Invitado. Además, ANATO puso a disposición una herramienta tecnológica que permite a visitantes profesionales y expositores agendarse en citas previamente concertadas. (ANATO, 2019)

- **Congreso Nacional de Hotelería (17 al 18 de octubre de 2.019, Centro de convenciones - Hotel Las Américas Cartagena, Colombia):** El Congreso dirigido a todos los profesionales del sector hotelero, en el que se ven involucrados mandos operativos, administrativos y académicos del sector, para los cuales es de vital importancia identificar qué papel tienen los hoteleros con las proyecciones actuales y el desarrollo turístico de acuerdo con el Plan Sectorial del Turismo 2.018 - 2.022, "Turismo: El propósito que nos une". (COTELCO, 2019)
- **Colombia Travel Expo (del 21 al 23 de noviembre de 2.019, Plaza Mayor, Medellín):** es el mayor evento especializado en relacionamiento, promoción y comercialización de los destinos y productos turísticos colombianos. El evento está enfocado tanto en el público corporativo como en el público final, y para cada uno se han creado diversos espacios de interacción:
 - Posibilidad para los empresarios, de realizar recorridos guiados para que compradores corporativos nacionales e internacionales conozcan todas las empresas participantes en la Expo.
 - Posibilidad para los empresarios, de participar en la Rueda de Negocios de la feria.

- Posibilidad para los empresarios, de participar en el segundo speech networking.
- En el último día de la feria, el público en general puede conocer toda la oferta turística colombiana presentada por los expositores y sentir la esencia de la identidad colombiana a través de muestras folclóricas y posibilidades gastronómicas. (Colombia Travel Expo, 2019)

INTERNACIONALES

- **Feria Internacional de Turismo - FITUR³⁴ (del 22 al 26 de enero de 2.020, Madrid):** FITUR es la primera cita anual para los profesionales del turismo mundial y la feria líder para los mercados receptivos y emisores de Iberoamérica es el punto de encuentro global para los profesionales del turismo y la feria líder para los mercados receptivos y emisores de Iberoamérica. En la edición anterior FITUR ha batido récord de participación con 10.487 empresas de 165 países /regiones, 142.642 profesionales y 110.848 visitantes de público general. En FITUR: un foro único para promocionar las marcas, presentar nuevos productos, conocer las últimas tendencias y llenar las agendas de contactos y perspectivas. (IFEMA, 2020)
- **Feria Internacional de Turismo de América Latina – FIT (5 al 8 de octubre de 2.019, Buenos Aires, Argentina):** feria que reúne a todos los protagonistas de la industria global del turismo. Es una oportunidad inigualable para expandir sus objetivos comerciales en una de las industrias de mayor crecimiento mundial. FIT es el encuentro ideal para definir líneas de trabajo, planificar estrategias, realizar acuerdos comerciales, y concretar los mejores negocios. Ser expositor permite potenciar su negocio estableciendo contacto directo con nuevos clientes en un contexto inigualable. (FIT, 2019)

³⁴ Cinco días de altísima intensidad en el gran foro de negocios de la industria mundial del turismo. Cinco días que se traducen en cientos de oportunidades para hacer contactos, iniciar proyectos y cerrar acuerdos. Le ayudamos a sacar el máximo partido a su asistencia, a encontrar profesionales con alto poder de decisión en cualquier segmento turístico: 38% presidentes/directores generales, 34% directores de marketing/ventas/comerciales y 21% ejecutivos de ventas/consultores. Además, en FITUR surgen encuentros fortuitos que también son generadores de grandes ideas y fuente de negocio. La presencia de más de 8.000 periodistas procedentes de 68 países evidencia la expectación que genera este evento en el circuito internacional de ferias del sector: aproveche la cobertura mediática para promocionar su destino o empresa. (IFEMA, 2020)

I. MATRIZ FODA PARA LAS ACTIVIDADES DE SISTEMAS Y SERVICIOS INFORMÁTICOS

Fortalezas:

- Medellín cuenta con una variada oferta turística en su territorio y cerca de la Ciudad, compuesta por lugares que atraen mensualmente a miles de visitantes: Aeroparque Juan Pablo II; Parque de las aguas; Catedrales / Iglesias; Museos; el Cementerio San Pedro; la Plaza Botero: el Pueblito Paisa; el Cerro el volador; el Jardín Botánico Joaquín Antonio Uribe; el Zoológico Santa Fe; el Parque Arví; Parque ecológico Piedras Blancas; el Parque Explora; el Planetario de Medellín; el Parque Norte; además del grafitour³⁵ de la comuna 13. (Situr, 2019)
- Ubicación geográfica estratégica con salida a dos océanos y multiplicidad de paisajes y pisos térmicos que brindan variedad de climas y ambientes al turista.
- Riqueza natural (biodiversidad y vida silvestre), además de una gran diversidad cultural.
- La calidad humana de los colombianos en el trato al turista nacional y extranjero.
- Infraestructura y personal idóneo para la realización de eventos y congresos internacionales.
- Moderna infraestructura de comunicaciones.
- Presencia en el país, de las principales cadenas hoteleras del mundo.
- Atención médica reconocida internacionalmente como de alta calidad, que aumenta el turismo de salud.

Oportunidades:

- Generación de nuevos puestos de trabajo en las diferentes vertientes que ofrece el turismo en Colombia.
- La devaluación del peso colombiano propicia el encarecimiento de los viajes al exterior por parte de los colombianos (estimula el turismo interno) y a su vez, abarata la llegada de turistas desde otros países.
- Implementación de nuevos modelos de negocio, innovadores para el sector que permitan complementar la oferta de servicios para mejorar la experiencia del turista.

³⁵ Hace solo unos años, el barrio Comuna 13 era la comunidad más peligrosa de la ciudad de Medellín, pero hoy es la comunidad más colorida y vibrante de la ciudad. Después de que el gobierno y el sector privado invirtieron en programas sociales y juveniles, los residentes y artistas locales recuperaron los vecindarios y contribuyeron a la transformación milagrosa que vemos hoy, las calles se llenaron de increíbles obras de arte callejero, música, artistas callejeros, vendedores que venden deliciosos bocadillos locales. Gran oportunidad para explorar las animadas calles de Comuna 13 mientras conoce a los residentes y artistas locales, una experiencia cultural y memorable única. (Trip Advisor, 2019)

- Explotación de nuevos nichos de mercado como turismo de negocios, de salud, enseñanza del español a extranjeros, entre otras.
- El uso de internet conlleva grandes oportunidades para el desarrollo del turismo en Colombia, en la medida en que conjuga un medio masivo con la posible interactividad del turista a través de redes sociales y las páginas de los prestadores de servicios turísticos y mayoristas internacionales.

Debilidades:

- Dificultad de conexión aérea directa con potenciales orígenes de viajeros hacia la región y hacia el país.
- Gran parte del turismo en el país es de temporadas turísticas, lo que causa que el flujo turístico no sea estable.
- Escasez de personal bilingüe en algunos de los eslabones que conforman la cadena de la industria turística colombiana.
- Percepción de la región como insegura para los viajeros, en potenciales orígenes de turistas internacionales.
- Falta asociatividad entre las empresas del sector lo cual dificulta la obtención de sinergias.
- Altos impuestos que restan competitividad al país como destino turístico.
- Infraestructura turística y de transporte deficiente e insuficiente para la atención de eventos o flujos de turistas, de gran magnitud.
- La Ciudad y la región, aún deben mejorar en la logística y la preparación del personal que se requiere para el desarrollo de grandes eventos.
- Hay dependencia de pocos mercados de origen de turistas.

Amenazas:

- Desaceleración de la economía tanto en los ámbitos mundial, como regional y local que deriven en aumentos en las tasas de desempleo o que, de alguna manera, disminuyan el poder de compra de los potenciales turistas.
- Tensiones geopolíticas o comerciales que puedan afectar las relaciones con otros países.
- Degradación ambiental y cambio climático ponen en riesgo la existencia de un turismo sostenible en el tiempo
- Alteraciones locales de orden público, de diversa índole que puedan poner en riesgo la seguridad de los turistas.
- Variaciones en el tipo de cambio pueden afectar la llegada o la salida de turistas al país.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Las cifras que anualmente registra el ingreso mundial por turismo internacional reflejan la importante contribución a la dinámica económica que esta actividad representa para muchas regiones en el mundo. Entre sus principales impactos positivos encontramos los relacionados con el ingreso por divisas, la contribución al ingreso privado y público, la generación de empleo, el incentivo a la creación de tecnologías y a la formación de capital humano y las oportunidades de negocio que puede generar en una economía. Estos beneficios han llevado a este sector económico a ganarse un puesto protagónico en el ámbito mundial y desplazar a sectores tradicionales en diversos destinos. (FONTUR, 2012)
- Colombia tiene como gran reto para su industria turística, mejorar su competitividad y fortalecer su posicionamiento frente a los mercados internacionales, prioritariamente hacia los emisores de turismo de Las Américas, para lo cual debe alinear su oferta actual y su imagen con los nuevos requerimientos de la demanda actual y potencial de estos países sin descuidar el potencial de otras regiones del mundo. De esta manera, el país dispondrá de condiciones eficientes para aprovechar las grandes oportunidades de desarrollo y sostenibilidad en materia económica, ambiental y sociocultural que presenta el turismo para mejorar la calidad de vida de las poblaciones y el reconocimiento de la diversidad que brindan las diversas regiones de Colombia. (FONTUR, 2012)
- Aunque la cuota de mercado de turismo proveniente del continente americano es por mucho, la más importante para Colombia, la oferta de productos turísticos del país deberá diversificarse e innovar de forma creativa ajustándose cada vez más a las preferencias y expectativas de los más exigentes mercados internacionales más allá de las fronteras de los países de América, con el fin de crecer por encima de las posibilidades que brinda este mercado natural. En ese sentido, Colombia debe tener un posicionamiento consecuente con sus ventajas competitivas, generando al mercado mundial más valor y mayor diferenciación que sus competidores, en los diferentes productos y destinos turísticos de interés. (FONTUR, 2012)
- Según Migración Colombia³⁶, en el 2.018 el país, recibió 4,1 millones de extranjeros no residentes, lo que supone una variación de cerca del 24% en relación con los 3,3 millones de visitantes del 2.017. Adicionalmente en el año 2.018 el país recibió 1,27 billones de pesos en inversión en infraestructura hotelera, representando cerca de cinco mil habitaciones adicionales que, entre nuevas y remodeladas, se han incorporado en el mercado a disposición de los turistas y viajeros, generando empleo a lo largo de esta cadena. El gobierno, por su parte, sigue apostando a la industria como principal gestora de desarrollo en el corto plazo, generando incentivos impositivos para continuar

³⁶ De acuerdo con el Decreto 4062 del 31 de octubre de 2.011, Migración Colombia es un ente de carácter nacional que tiene como principales funciones: apoyar al Ministerio de Relaciones Exteriores y demás instituciones del Estado en la formulación y ejecución de la Política Migratoria y ejercer la vigilancia y el control migratorio de nacionales y extranjeros en el territorio nacional. (Migración Colombia, 2019)

atrayendo inversión, esta vez de manera uniforme y descentralizada. De igual forma se espera que las nuevas rutas aéreas de, por ejemplo, Santa Marta o Pereira con destinos norteamericanos, sean el comienzo de la expansión en materia de conectividad en ciudades intermedias. Por otra parte, los gremios señalan que todas estas cifras deben venir acompañadas de una política institucional más fuerte, que genere igualdad de condiciones en materia tributaria con plataformas como Airbnb, de modo que el sector pueda crecer de forma ordenada sirviendo como fuente de empleo y desarrollo para los colombianos. (Sectorial, 2019)

- Con más de 1,8 millones de turistas que llegaron al país en el primer semestre del 2019, Colombia mantiene su atractivo para los extranjeros como destino que está de moda, debido a su amplio y variado portafolio turístico; donde muy especialmente, el segmento corporativo ha jugado un papel fundamental, atraído, principalmente, porque el país ha venido siendo sede de numerosos congresos latinoamericanos y cuenta con oficinas clave en la región para compañías multinacionales asentadas en el país. La demanda turística en el país no solo ha requerido mejoramiento de infraestructura, sino que ha permitido y promovido una diversificación de la capacidad hotelera, que se especializa cada vez más, en dar respuesta a las necesidades puntuales de los viajeros. (Portafolio, 2019)
- Desde la mirada del negocio, las agencias de viaje, como actores de primer nivel de la industria turística han identificado cuatro pilares fundamentales en que deben fundamentarse las estrategias de crecimiento del sector:
 1. La automatización de procesos y el procesamiento de tareas repetitivas para que la agencia deje de enfocarse en asuntos operativos y pasen a trabajar en lo que es estratégico, hoy en día existen módulos robóticos que se encargan de esto. (Muñoz, 2017)
 2. Las agencias deben implementar soluciones de inteligencia de negocio es cada vez más primordial. Las agencias deben conocer las tendencias de mercado, saber qué buscan los consumidores, tener presente cómo está la demanda de mercado por origen, destino, aerolínea, etc. para poder tomar mejores decisiones y mejorar su efectividad de ventas y marketing al adaptar una estrategia que refleje la demanda del mercado y permita monitorear la posición dentro del mismo, así como identificar rutas de crecimiento y amenazas de los competidores. (Muñoz, 2017)
 3. Debe contarse con una estrategia de e-commerce en la cual sea posible expandir la base de clientes con las mejores ofertas de viaje, que permita adaptar el motor de reservas para un mejor posicionamiento online vinculado a la página web y tener éxito en su estrategia de marketing digital, así mismo es clave que el motor de reservas se pueda visualizar y sea funcional en cualquier dispositivo móvil ya que según cifras de Google, el 40% de los colombianos que poseen un dispositivo móvil realizan búsquedas relacionadas desde ahí. (Muñoz, 2017)

4. Finalmente, la eficiencia, agilidad, confianza, y seguridad en los procesos y métodos de pago en las agencias de viaje es vital, ya que día a día millones de pagos son realizados para la reserva de un viaje. Contar con soluciones que integren de principio a fin todos estos procesos con los proveedores de pagos y canales de ventas, permiten que las agencias puedan tener confianza, seguridad anti fraude, y ahorros en costos en todas sus transacciones de procesos de pagos. (Muñoz, 2017)



BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía de Medellín. (2019). Recuperado el 24 de noviembre de 2019, de <https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=navurl://9495ec1433648996d8375b4a98fb4835>
- ANATO. (2019). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <https://vitrinaturistica.anato.org/quienes-somos/>
- ANATO. (2019). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <https://www.anato.org/es/capitulo-antioquia-choco>
- Bureau Medellin. (2019). Recuperado el 24 de noviembre de 2019, de <https://bureaumedellin.com/greater/>
- CCMA. (2018). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster/comunidad-cluster/cluster-turismo-de-negocios>
- CCMA. (2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://www.camaramedellin.com.co/biblioteca>
- Ceupe. (s.f.). Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-el-bono-o-voucher.html>
- CITUR - MINCIT. (2019). Recuperado el 21 de noviembre de 2019, de Más Información en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_pib/all/45
- CITUR. (2019). Recuperado el 22 de noviembre de 2019, de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2
- CITUR Colombia. (2019). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <http://www.citur.gov.co/estadisticas>
- Colombia Travel Expo. (2019). Recuperado el 24 de noviembre de 2019, de <https://colombiatravelexpo.co/preguntas-frecuentes/>
- COTELCO. (2019). Recuperado el 26 de noviembre de 2019, de <https://www.cotelco.org/eventos/congreso2019>
- Cotelco Antioquia. (2019). Recuperado el 24 de noviembre de 2019, de <https://www.cotelcoantioquia.org/nosotros>
- DANE. (30 de diciembre de 2009). Recuperado el 14 de agosto de 2019, de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/metodologia_informalidad.pdf
- DANE. (18 de noviembre de 2018). Recuperado el 9 de agosto de 2019, de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cuentas-nal-anuales/nomenclatura-act-productos.xlsx>

- DANE. (15 de agosto de 2018). Recuperado el 9 de agosto de 2019, de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cuentas-nacionales/nomenclatura-act-productos.xlsx>
- DANE. (2019). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuentas-economicas-cuenta-satelite-de-turismo-cst>
- DANE. (12 de septiembre de 2019). Recuperado el 26 de noviembre de 2019, de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encuesta_gastos_turismo_int_EGIT/bol_EGIT_II_2019.pdf
- Datlas. (2018). Recuperado el 24 de noviembre de 2019, de <http://datlascolombia.com/#/location/1>
- Definición. (s.f.). Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de <https://definicion.de/millennial/>
- Educación para el Turismo. (s.f.). Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de <https://sites.google.com/site/educacionparaelturismounimet/evolucion-historica-del-turismo>
- El Nuevo Siglo. (22 de octubre de 2018). Obtenido de <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/10-2018-turismo-el-reto-es-reducir-la-informalidad>
- El Nuevo Siglo. (16 de septiembre de 2019). Recuperado el 22 de noviembre de 2019, de <https://elnuevosiglo.com.co/articulos/09-2019-cada-colombiano-gasta-en-promedio-79352-diarios-en-turismo-interno>
- EMIS. (2019). Recuperado el 22 de noviembre de 2019, de Elaboración propia con base en información licenciada por EMIS, 2019.
- FIT. (2019). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <https://fit.org.ar/presentacion/>
- FONTUR. (noviembre de 2012). Recuperado el 26 de noviembre de 2019, de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKewi74IfYp5bmAhUh1VkJHcsZDu0QFjAAegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Ffontur.com.co%2Faym_document%2Faym_estudios_fontur%2FINVESTIGACION_INTERNACIONAL_DE_MERCADOS_PARA_LA_REGION_DE_AMERICA.PDF&
- FONTUR. (2019). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <https://fontur.com.co/corporativo/naturaleza-juridica/9>
- García López, R. (22 de enero de 2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://www.aprendedeturismo.org/el-turismo-mundial-sigue-creciendo-a-buen-ritmo/>
- Gobernación de Antioquia. (2019). Recuperado el 23 de noviembre de 2019, de <https://www.antioquia.gov.co/direccion-de-turismo>
- IFEMA. (2020). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <https://www.ifema.es/fitur/que-es>



- Kayak. (s.f.). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <https://www.kayak.com.co/news/siete-cosas-que-no-sabias-de-kayak/>
- La Nota. (2 de agosto de 2019). Obtenido de <https://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/ranking-2018-agencias-de-viaje-y-turismo-de-colombia.html>
- m2m. (15 de agosto de 2018). Recuperado el 24 de noviembre de 2019, de <https://m2m.com.co/actualidad/kayak-presento-el-hotel-travel-report-2018-hoteles-de-3-y-4-estrellas-son-los-mas-buscados-por-los-colombianos/>
- Medellín Travel. (2019). Recuperado el 23 de noviembre de 2019, de <https://medellin.travel/quienes-somos-2/>
- Migración Colombia. (2019). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <https://www.migracioncolombia.gov.co/index.php/informacion-general>
- MINCIT - Colombia. (2013). Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/registro-nacional-de-turismo/consulte-el-ciiu-correspondiente-a-la-actividad-ma>
- MINCIT - COLOMBIA. (s.f.). Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=70ca2712-47d0-4b31-afd1-1e71478bb1b6>
- MINCIT. (2019). Recuperado el 24 de noviembre de 2019, de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/viceministerio>
- Miplanilla. (s.f.). Recuperado el 9 de agosto de 2019, de <https://www.miplanilla.com/private/publico/ActividadesEconomicas.pdf>
- Muñoz, J. F. (24 de abril de 2017). Recuperado el 24 de noviembre de 2019, de <https://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/5355-un-colombiano-gasta-en-promedio-91-dolares-diarios-cuando-viaja>
- Navi, I. (2 de junio de 2015). Obtenido de https://es.slideshare.net/ivanna_navi/linea-de-tiempo-de-la-evolucion-del-turismo
- Organización de Estados Americanos. (s.f.). Recuperado el 23 de noviembre de 2019, de https://www.oas.org/es/acerca/quienes_somos.asp
- Organización Muncial del Turismo. (s.f.). Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de <https://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Portafolio. (13 de octubre de 2019). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <https://www.portafolio.co/tendencias/pronostican-cierre-positivo-en-2019-para-turismo-corporativo-534539>
- Revista PyM. (29 de agosto de 2018). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <https://revistapym.com.co/comunicacion/viajeros-colombianos>
- Rodríguez Pulgarín, E. A. (10 de agosto de 2011). Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de



http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/3_evolucion_historica_del_turismo.html

Sectorial. (agosto de 2019). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de Consultado bajo licenciamiento de EMIS

Servidor Alicante. (s.f.). Recuperado el 24 de noviembre de 2019, de <https://glosarios.servidor-alicante.com/turismo/porcentaje-de-ocupacion-hotelera>

Sites Google. (s.f.). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>

Situr. (2019). Recuperado el 24 de noviembre de 2019, de <http://situr.gov.co/publications/viewpublication/124/437>

SITUR Medellín. (2019). Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <https://www.fenalcoantioquia.com/situr-sistema-de-indicadores-turisticos-de-medellin-y-antioquia-fontur>

Situr Medellín. (2019). *abril*. Recuperado el 21 de noviembre de 2019, de 3: <http://situr.gov.co/upload/publications/documents/20190403140455000000Anuario%202018%20FINAL.pdf>

Statista. (2 de septiembre de 2019). Recuperado el 23 de noviembre de 2019, de <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/>

Statista. (23 de abril de 2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://es.statista.com/estadisticas/640133/aportacion-directa-del-sector-turistico-al-pib-mundial/>

Trip Advisor. (2019). Recuperado el 26 de noviembre de 2019, de https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g297478-d7178986-Reviews-Comuna_13_Graffiti_Tour-Medellin_Antioquia_Department.html

Turismo a tiempo. (2018). Obtenido de <https://turismoatiempo.com/noticias/cuanto-gastan-los-colombianos-en-sus-viajes/>

Universia. (4 de febrero de s.f.). Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de <https://noticias.universia.es/cultura/noticia/2017/03/28/1150982/centennials-caracteristicas-principales-nueva-generacion.html>

Vogue México. (20 de agosto de 2018). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://www.vogue.mx/agenda/cultura/articulos/en-que-gastan-dinero-los-millennials/12958>

WTTC. (s.f.). Recuperado el 2 de noviembre de 2019, de <https://sp.wttc.org/about/>