

Turismo en Colombia

A. CIFRAS CLAVE

El 2020 ha sido un año marcado por el grave y profundo impacto mundial que ha tenido la crisis sanitaria provocada por la pandemia de COVID-19. El confinamiento total impuesto por el Gobierno de Colombia durante 6 meses (desde el 25/03 hasta el 31/08) provocó la suspensión de vuelos nacionales e internacionales y el cierre de fronteras terrestres, de manera que el turismo prácticamente experimentó una paralización. No fue hasta septiembre cuando se reinició la reapertura del sector en el país con la implementación de protocolos de bioseguridad, la reactivación paulatina de las conexiones aéreas y la exigencia de pruebas PCR a los viajeros internacionales desde el 7 de enero de 2021.

En consecuencia, la cifra de visitantes en 2020 sufrió una fuerte caída: la llegada de turistas extranjeros y la conectividad aérea cayeron un 69,5 % y un 70,2 %, respectivamente, con respecto al año anterior.

Por último, en 2020 los archipiélagos de San Andrés y Providencia también sufrieron las consecuencias del paso de los huracanes Eta y Iota, que afectaron a ambos entornos naturales.

Estadísticas	2018	2019	2020
Contribución del turismo al PIB	3,82 %	3,82 %	2,54 %
Inversión extranjera¹	2.6975 millones USD	3.381 millones USD	210,11 millones USD
Ingresos por turismo	6.624,14 millones USD	6.785,55 millones USD	1.615,39 millones USD
Población ocupada en el sector²	26,09 %	27,45 %	n. d.

¹ Inversión extranjera directa en comercio, restaurantes, hoteles y transporte.

² Porcentaje de población ocupada en la rama de comercio, hoteles y restaurantes respecto de la población ocupada total.

Llegada pasajeros internacionales (vuelos regulares)	6.883.344	7.076.789	1.966.386
Llegada pasajeros nacionales (vuelos regulares)	23.883.786	27.090.414	9.158.015
Visitantes a Parques Nacionales Naturales	1.831.192	1.504.834	430.599
Cruceros (n.º de pasajeros)	378.081	361.531	134.357
Ocupación hotelera	56,3 %	48,76 %	25,03 %
Capacidad Hotelera (n.º de camas)	525.469	646.785	619.845

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y CITUR.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Actividad turística

Colombia es un país con un gran patrimonio cultural, diversidad climática, una exuberante geografía y una elevada biodiversidad natural (existen 311 ecosistemas) y paisajística gracias su riqueza natural, puesto que posee 3 cordilleras montañosas, 4 desiertos, una sabana tropical, 42 ríos, 4 tipos de selva y acceso a los dos océanos más grandes del mundo (Atlántico y Pacífico), costa caribeña. Ningún otro país del mundo tiene más páramos o especies de aves (el 20 % del total del mundo) y orquídeas y, según datos de la ONU, es el segundo país más biodiverso del planeta después de Brasil.

Así lo demuestran los numerosos premios y reconocimientos recibidos como, por ejemplo, los *Country Brand Awards*, que designaron a **Colombia como mejor marca país de Latinoamérica 2020** en la categoría *Doing Tourism*, o a su página web colombia.travel como **la mejor web mundial de viajes 2020** según los *Webby Awards*, y a **ProColombia como mejor agencia de promoción turística**, según los *World Travel Awards*. Estos prestigiosos premios (conocidos como los “Oscar del Turismo”) le concedieron también 8 galardones, destacando los premios como **Destino Líder Culinario y LGBT en Suramérica**.

A pesar de las debilidades que presenta el país, principalmente una red de infraestructuras terrestres precaria, necesidad de mayor conectividad aérea y seguridad, Colombia está realizando grandes esfuerzos económicos para convertirse en un destino turístico de prestigio y liderazgo internacional. De hecho, su gran apuesta es aprovechar su valor máspreciado, sus recursos naturales únicos, para diversificar así su oferta de productos turístico,s adaptándola a todo tipo de visitantes. De esta manera, destacan los siguientes segmentos:

- **Turismo de naturaleza.** Colombia se beneficia de sus 59 áreas naturales (equivalentes al 15,2 % del territorio nacional), siendo un destino ideal para los amantes del ecoturismo. Los Parques Nacionales más visitados son Los Nevados, Isla Gorgona, Amazonas y Alta Guajira.
- **Turismo de deporte y aventura.** Las actividades de aventura más practicadas son el *trekking*, buceo, turismo ecuestre y pesca deportiva.
- **Turismo de negocios.** Colombia es un destino ideal para eventos y convenciones internacionales, donde ciudades como Medellín, Bogotá, Cali y Barranquilla organizan múltiples feria, congresos y convenciones internacionales cada año.
- **Turismo cultural.** La historia del país cuenta con un rico pasado del que aún se conservan costumbres, tradiciones, arquitectura, ferias y fiestas singulares, producto de su gran diversidad cultural. Uno de sus iconos

por excelencia es **Cartagena de Indias, Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad**, que ha sido elegida como el 2.º destino de Latinoamérica preferido para viajar en 2021, según el prestigioso *ranking* de Forbes.

- **Turismo de bienestar y salud.** Las actividades de bienestar que más realizan los turistas son los masajes tradicionales con productos locales y los programas holísticos. El turismo de salud en Colombia se concentra en la medicina curativa y la estética. Destaca la especialización del capital humano en áreas complejas como son: cardiovascular, bariátrica, ortopedia y estética odontológica. Se prevé que este sector crezca en los próximos años y, según Colombia Productiva, se espera que Colombia sea conocida para 2025 como uno de los líderes mundiales en turismo de salud.
- **Turismo de cruceros.** Colombia se ha convertido en uno de los puertos más visitados debido a su ubicación geográfica privilegiada, siendo Cartagena el puerto principal, seguido de Santa Marta. En 2020 se recibieron 73 cruceros y se destaca el turismo náutico por su gran potencial de crecimiento.
- **Turismo gastronómico.** Colombia es un país con una amplia oferta gastronómica gracias a la diversidad de climas y culturas en las distintas zonas del país, que permiten que en cada departamento existan platos típicos y muy diferentes entre sí. Destacan su café, sus frutas y el chocolate, productos de gran calidad y conocidos a nivel internacional. Según la OMT, la gastronomía supone un 30 % de los ingresos económicos de un destino y los platos colombianos son un aspecto muy representativo de su economía, identidad y cultura.

B.2. Marco legal

De especial relevancia, cabe destacar la nueva Ley de Turismo³ en vigor desde el 31 de diciembre de 2020, que trae medidas tanto a corto plazo, para la reactivación inmediata del sector, como también a largo plazo, asociadas a fortalecer el desarrollo del turismo, la competitividad y la sostenibilidad para que Colombia se posicione como un destino de alta calidad. Entre los principales beneficios se destacan los siguientes:

- El IVA pasa del 19 % al 5 % en billetes de avión hasta el 31/12/22.
- Ampliación de **la tarifa especial del 9 % de la renta para la construcción de hoteles nuevos.**
- Exención de IVA en hoteles y *packs* turísticos hasta el 31/12/21.
- Beneficio tributario del 25 % de la renta para realizar inversiones en materia de control, conservación y mejora del medio ambiente.

Instrumento del MINTIC para el desarrollo de proyectos turísticos nacionales de gran escala e importancia estratégica para el desarrollo o mejoramiento del potencial turístico del país. Los **Proyectos Turísticos Especiales (PTE)**⁴ **podrán ser ejecutados por iniciativa pública, privada o mixta** y financiados a través de contratos de fiducia, alianzas público-privadas o concesiones. Serán aprobados por medio de un proceso expedito, una articulación ágil con los gobiernos locales, **un PTE puede ser calificado incluso en 40 días**, y la expedición se determinará según la viabilidad jurídica, técnica y económica del proyecto.

B.3. Tamaño del mercado

En 2020, llegaron al país un total de 1.383.868 de visitantes no residentes, lo que supuso una caída del 69,5 % con respecto al año anterior. En términos de ciudades de destino, Bogotá recibió el mayor número de extranjeros no residentes, seguida de Cartagena, Medellín y Cali. Entre los motivos principales a la hora de viajar a Colombia está el ocio, con un 78 % de los visitantes, seguido de los viajes de negocios con un 11 %.

En cuanto al origen de los flujos de visitantes, los viajeros estadounidenses se sitúan desde hace años en la primera posición, con una participación del 25,5 %. Venezuela ocupa el segundo lugar, debido fundamentalmente a la inmigración. A continuación, se observan datos comparativos de los últimos años, señalando la variación entre el año 2020 y 2019, que ha sido muy negativa debido a la pandemia.

³ Ley 2068 de Turismo 2020: <https://www.mincit.gov.co/normatividad/leyes/2020>

⁴ Decreto 1155 de 2020: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=139690>

AFLUENCIA DE EXTRANJEROS NO RESIDENTES EN COLOMBIA, POR PAÍSES DE ORIGEN

País	2018	2019	2020	% Var 19-20
Estados Unidos	646.296	705.359	230.331	-67,3 %
Venezuela	398.587	399.812	111.627	-72,1 %
México	181.832	198.455	52.038	-73,8 %
Perú	151.363	180.664	48.098	-73,4 %
Argentina	197.626	174.807	44.738	-74,4 %
Chile	143.034	142.085	43.634	-69,3 %
Brasil	196.764	156.883	39.326	-74,9 %
Ecuador	163.949	159.165	37.918	-76,2 %
Panamá	118.000	129.528	37.578	-71,0 %
España	64.028	129.263	29.641	-77,1 %

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT).

B.4. Tendencias y principales actores

Indudablemente **la recuperación del turismo será lenta durante el año 2021 y el futuro del sector estará muy vinculado a la evolución que tenga la pandemia de COVID-19 y al resultado de la vacunación masiva.** El coronavirus ha supuesto un nuevo paradigma, cambiando el comportamiento y la confianza de los viajeros a escala mundial. De hecho, según un estudio realizado por ANATO, los aspectos que más valoran los pasajeros de las Agencias de Viajes (AAVV) son las políticas flexibles en los términos de cancelación y cambios (77,5 %), información sobre restricciones en el destino (62,7 %) y diseño de paquetes turísticos a la medida (51,4 %). Además, el 78,7 % de las AAVV manifestaron que sus clientes están adquiriendo sus viajes con una anticipación inferior a tres meses.

Según la última encuesta del viajero nacional realizado por ANATO, el 80 % de los encuestados tiene intención de viajar durante el 2021. De hecho, entre el 1 y 23 de marzo la reactivación en el movimiento de pasajeros en vuelos domésticos se situó en el 77 %, y en vuelos internacionales en un 31 %, que se espera aumente ante una desescalada en las restricciones de los países. Además, según datos de ProColombia, las nuevas reservas aéreas internacionales para viajar hacia Colombia durante el primer semestre siguen siendo superiores a las cancelaciones, destacando que 5 países concentran el 76,5 % de las reservas hacia Colombia: EE. UU. (48,4 %), Chile (13,12 %), Argentina (5,66 %), Brasil (4,68 %) y España (4,53 %).

En cuanto a los pronósticos de IATA, en el escenario más pesimista el tráfico aéreo de 2021 equivaldría al 50 % de los niveles de 2019. Con respecto a la hotelería, según Cotelco, en términos de ocupación la estimación es de un 45 %, indicador aún inferior con respecto a 2019 (57,8 %). En concreto, el turismo de negocios seguirá siendo uno de los segmentos más afectados como consecuencia de la paralización de grandes eventos, congresos y convenciones, sustituidos por formatos virtuales.

Los principales actores del sector turístico, tanto públicos como privados, son los siguientes:

TIPO DE ENTIDAD	INSTITUCIÓN
Organismos públicos	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) • Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible • Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) • ProColombia

	<ul style="list-style-type: none"> • Parques Nacionales Naturales • Consejo Profesional de Guías de Turismo (CPG) • Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil (AEROCIVIL)
Asociaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. ANATO • Asociación Hotelera y Turística de Colombia. Cotelco • Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones. ACOLAP • Asociación Colombiana de la industria gastronómica. ACODRES • Asociación Colombiana de Turismo Responsable. ACOTUR • Asociación Nacional de Transportes. ASOTRANS

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La presencia de empresas españolas en Colombia se debe, además de a los lazos culturales, a la muy buena percepción que se tiene de la Marca España. Así lo demuestra que España sea el primer destino europeo para los viajeros colombianos. La oferta española en el sector turístico colombiano permanece muy notable, puesto que se trata de un sector turístico con gran prestigio, experiencia y liderazgo internacional. En Colombia, el *ranking* de cadenas hoteleras españolas con mayor presencia incluye:

- **NH Hotel Group** (13): Bogotá (9), Medellín, Barranquilla, Cali y Cartagena.
- **Sercotel Hotel Group** (11): Bogotá (3), Santa Marta (2), Medellín, Barranquilla, Cajicá, Cúcuta, Pereira.
- **Faranda Hotels** (8): Bogotá, Barranquilla, Cúcuta, Cartagena, y Cali.
- **Eurostars Hotels** (2): Bogotá y Cartagena.
- **BlueBay Hotels & Resorts** (2): Armenia y Cartagena.
- **MIJ Hotels** (2): Bogotá y Santa Marta.
- **Meliá Hotels International** (1): Medellín.
- **Be Live Hotels** (1): Cartagena de Indias.

Según, la base de datos de construcción de Top Hotel Projects, actualmente hay 39 proyectos hoteleros con 6.712 habitaciones en desarrollo en Colombia, con NH Hotels a la cabeza, que planea lanzar 5 hoteles y 1.000 habitaciones en todo el país en los próximos años, seguido de Meliá Hotels International con 1 hotel y 146 habitaciones.

Por otro lado, también encontramos empresas como Pullmantur Cruceros, Agencias de Viajes como Viajes El Corte Inglés o Atrápalo, e incluso empresas de *software* hotelero como Beonprice.

En cuanto a aerolíneas, recientemente Iberia (parte de la matriz IAG) cerró la compra de Air Europa (Grupo Globalia) por 500 millones de euros. Ambas siguen ofreciendo vuelos regulares comerciales entre España y Colombia. Air Europa tiene ruta una diaria Madrid-Bogotá y una Madrid-Medellín con una frecuencia estimada de tres veces por semana. Por su parte, Iberia dispone de un vuelo diario en la ruta Madrid-Bogotá.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

En líneas generales, el Gobierno colombiano se ha marcado como principales retos para 2021 la mejora de las infraestructuras turísticas, así como la atracción de inversiones, el fomento de la sostenibilidad, incrementar la conectividad aérea y la apuesta por la formación de los actores de la industria. A pesar de los avances realizados en los últimos años, Colombia mantiene algunas carencias en el sector, lo cual se traduce en importantes oportunidades de mercado para las empresas turísticas españolas, gracias a las fortalezas conseguidas por su elevado prestigio, experiencia y recorrido internacional.

- **Sostenibilidad.** Indudablemente es el mayor potencial de crecimiento que ofrece el país, puesto que el turismo sostenible sirve como activo estratégico al ser fuente de riqueza y equidad social. El actual Plan Sectorial de

Turismo 2018-2022 apuesta fuertemente por el ecoturismo y está alineado con la Agenda 2030 y los Objetivos sobre el Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

- **Digitalización.** La COVID-19 ha acelerado la transformación digital en muchos sectores y, en especial, el turismo creando muchas **oportunidades** para empresas españolas. El modelo **Destino Turístico Inteligente exportado por SEGITTUR**, está recibiendo una atención especial en Colombia, siendo Medellín la primera que ha recibido esta calificación.
- **Infraestructuras.** El sector ofrece diversos proyectos desde aeropuertos (destaca la subasta para la ampliación del aeropuerto de Cartagena de Indias por valor de 120 MUSD), alojamientos (ya sean hoteles de lujo, *glamping* o *ecolodges*), servicios de entretenimiento (parques temáticos y eventos) y otros de uso mixto en donde se pueden adquirir activos existentes, generar alianzas con oferta local, cadenas hoteleras o realizar coinversiones entre fondos de capital y otras empresas locales. Además, dentro del **Plan de Reactivación “Compromiso por Colombia”** lanzado por Fondo Nacional de Turismo (Fontur) se incluyeron 49 proyectos de infraestructura turística con el objetivo de atraer cerca de 1.000 MUSD en inversión privada. Sin embargo, la carga tributaria, la excesiva burocracia y los altos costos de los insumos son los principales obstáculos para el desarrollo de proyectos.
- **Programas multilaterales del Banco Interamericano de Desarrollo:**
 - ✓ **Destinos Turísticos Inteligentes:** es la gestión y planificación de los destinos turísticos mediante las nuevas tecnologías para poder desarrollar de forma sostenible un turismo más personalizado para el visitante y garantizar mayor calidad de vida para los residentes. Se trata de crear un sistema interconectado a través de *big data* que permita conocer en profundidad al cliente, detectar sus necesidades y ofrecerle un servicio de calidad que se ajuste a lo que busca. Colombia cuenta con 19 ciudades en la Red de Ciudades BID⁵.
 - ✓ **Programa “Patrimonio Vivo” del Banco Interamericano de Desarrollo (BID):** generar riqueza a partir del turismo, con buenas prácticas que apuesten por la inclusión y la equidad para los residentes. Este programa del BID se basa principalmente en cuatro ejes: ecoeficiencia, resiliencia, productividad y colaboración.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

La Asociación Colombia de Agencias de Viajes (ANATO) y la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO) representan a los principales actores del sector turístico. Según los últimos datos disponibles, dentro de la totalidad de prestadores de servicios turísticos en 2019, un 63,74 % fueron establecimientos de alojamiento y hospedaje y un 22,7 % agencias de viajes. Entre las Agencias de Viajes, el Grupo Aviatur es la más grande del país, formada por 21 empresas, tres uniones temporales y más de 4.500 colaboradores, ampliando su liderazgo frente a otras agencias de viajes *online*, como Despegar y Servincludos, e intermediarios como Viajes Falabella y Viajes Éxito. Otras agencias de viaje en Colombia son Atrápalo Colombia, Panamericana de Viajes, Axa Asistencia Colombia, y Amadeus IT Colombia, entre otras.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Según el portal de la Secretaría de Estado de Comercio barrerascomerciales.es no existen barreras al comercio e inversión específicas para el sector del turismo. No obstante, uno de los obstáculos generales de acceso al mercado colombiano en cualquier sector es el exceso de burocracia del país. Existen ciertas [notas técnicas sectoriales](#) sobre establecimientos gastronómicos, alojamiento y hospedaje, turismo sostenible, guías de turismo y agencias de viaje, que establecen las normas que los prestadores turísticos deben cumplir. Además, el MINCIT tiene publicada una

⁵ Plataforma de conocimiento, relacionamiento y soluciones a nivel municipal que tiene por fin socializar el conocimiento, las lecciones aprendidas y las buenas prácticas en sostenibilidad ambiental, económica y social.

[Guía de Registro Nacional de Turismo](#), donde se especifican los trámites que se debe seguir para el registro de cada uno de los tipos de prestadores de servicios turísticos.

E.3. Ayudas

A raíz de la pandemia, surgieron una serie de ayudas público-privadas como plan de choque. Destacó la línea especial de crédito “Colombia Responde” por 250.000 millones de pesos destinados a las empresas colombianas de los sectores de turismo y aviación otorgada por el banco de desarrollo Bancoldex. Según la OMT, **Colombia gastará 14,8 miles de millones de pesos (3,650 MUSD) en medidas de emergencia para aliviar las consecuencias económicas del coronavirus**. Además, se amplió la cobertura del Programa de Apoyo al Empleo Formal (PAEF) y el Apoyo Pago de la Prima (PAP) por un año.

Por otro lado, sigue vigente el **Plan Sectorial de Turismo 2018-2022** para el fomento del emprendimiento, la productividad, la creación de valor añadido y sostenibilidad para las empresas, destinos y comunidades turísticas. Los pilares o líneas estratégicas del plan sectorial son: modernizar el marco regulatorio, diversificar la oferta turística, mejorar la infraestructura y conectividad, atracción de inversión extranjera, fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo y fomento de programas de turismo responsable, accesible y comercio justo.

E.4. Ferias

- 40.ª ANATO Vitrina Turística**
Lugar: Corferias, Bogotá
Fecha: 16 al 18 de junio de 2021 (versión presencial)
Link: www.vitrinaturisticanaato.org/
- FIEXPO Latin America**
Lugar: Centro de Convenciones Hotel Las Américas, Cartagena de Indias
Fecha: del 7 al 9 de junio de 2021
Link: <https://www.fiexpolatinamerica.com/es/>
- Sabor Barranquilla, Feria Gastronómica**
Lugar: Puerta de Oro, Centro de Eventos del Caribe, Barranquilla
Fecha: 26 al 29 de agosto de 2021
Link: www.saborbarranquilla.com
- Expotelco**
Lugar: Hotel Las Américas, Cartagena de Indias
Fecha: Sin definir
Link: <https://www.cotelco.org>



F. INFORMACIÓN ADICIONAL

Otras páginas adicionales sobre turismo en Colombia son las siguientes:

- **Marca País Colombia:** www.colombia.co
- **Colombia Travel:** www.colombia.travel
- **Instituto Distrital de Turismo de Bogotá:** www.bogotaturismo.gov.co
- **Guía de turismo de naturaleza:** www.quianaturaleza.colombia.travel/
- **Cartagena de Indias Web:** www.cartagenadeindias.travel
- **Medellín Web:** www.medellin.travel

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Bogotá** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Colombia**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Colombia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Carrera 9ª, n.º 99-07, Torre “La Equidad”, Oficina 901
Bogotá, Colombia
Teléfono: +57 (1) 5202002
Email: bogota@comercio.mineco.es
<http://colombia.oficinascomerciales.es/>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 97 10 00 000 (L-J 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORES

Andrea Sánchez Hidalgo y Omar Reyes Castro

Oficina Económica y Comercial
de España en Bogotá
bogota@comercio.mineco.es
Fecha: 10/05/2021

NIPO: 114-21-012-2

www.icex.es

