

Perfil del Mercado de Turismo

COLOMBIA

Oficina Comercial de Chile en Colombia

Agosto, 2011

pro|CHILE

I. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO TURÍSTICO

1. Descripción de las fortalezas turísticas:

Turismo Ecológico

Colombia es el segundo país más biodiverso del planeta, en donde prevalecen ecosistemas protegidos y es posible la investigación científica o el simple deleite de la contemplación y la experiencia.

Geográficamente Colombia presenta cinco contextos de gran interés turístico por sus ofertas paisajísticas, fauna y flora, lo cual es resultado de las zonas en que se divide el país: zona Andina, Caribe, Costa Pacífica, Amazonas y Llanos Orientales.

Los datos y las cifras alrededor de la naturaleza de Colombia son de alto interés: cuenta con el 20% de especies de aves en el mundo, el 17% de anfibios, el 8% de peces dulceacuícolas, el 8% de reptiles, el 16% de mariposas diurnas y el 10% de mamíferos entre otros.

Colombia se encuentra en el primer lugar a nivel mundial con:

- ✓ 1.876 especies de aves equivalentes al 20% de las que hay en el mundo.
- ✓ 258 especies de palmas, la mayor en el mundo.

Colombia en el tercer lugar a nivel mundial con:

- ✓ 2.890 especies en vertebrados.
- ✓ 222 especies de saurios.

Fuente: Colombia Travel. Proexport.

Gracias a estas cifras el turismo ecológico es una de las principales atracciones, lo que permite realizar actividades como visitas a parques naturales, recorridos que permiten el avistamiento de aves y otras actividades menos usuales como el turismo rural.

Colombia como destino de congresos y convenciones

Las principales ciudades colombianas cuentan con importantes centros de convenciones y una infraestructura hotelera con altos estándares de calidad, que además incluye cadenas nacionales y extranjeras de gran prestigio y tradición, para la realización de eventos empresariales.

✓ Centros de convenciones y recintos feriales en Bogotá:

Nombre	Número de salones o zonas	Capacidad total asistente tipo auditorio (personas)	Espacio cubierto disponible en metros cuadrados	Espacio aire libre disponible en metros cuadrados
Recinto Ferial CORFERIAS	22	31.500	60.500	15.000
Centro de Convenciones AR	10	1.000	1.800	No aplica
Centro de Convenciones Tequendama Crowne Plaza	30	2.500	6.500	No aplica
Centro de Convenciones Compensar	15	2.635	2.937	No aplica
Centro de Convenciones Hotel Sheraton	11	1.4000	2.224	No aplica
Centro de Convenciones CORFERIAS	3	6.927	6.849	No aplica

Fuente: Colombia Travel

✓ Centros de convenciones y recintos feriales en Medellín:

El centro de exposiciones Plaza Mayor posee una ubicación estratégica en la ciudad que le permite fácil acceso desde cualquier punto, a pocos minutos del sector hotelero, comercial y financiero de la ciudad. Cuenta con el salón más grande de toda Colombia con una capacidad para 3.200 personas, además cuenta con 9 salas de comisiones con capacidad variable de 10 a 300 personas, una Caja de Madera para espectáculos con una capacidad para 1.200 personas. Los grandes hoteles de la ciudad cuentan con salones con capacidad variable de 20 a 1.500 personas.

Fuente: Medellín Convention & Visitors Bureau.

✓ Centros de convenciones y recintos feriales en Cartagena:

Cartagena cuenta con una capacidad total de 45 salones principales para reuniones, conferencias, convenciones, ferias y exposiciones entre otros. Distribuidos en sus prestigiosos hoteles y centros de convenciones para alojar a un total de 8.500 personas aproximadamente. Entre las ciudades de Colombia, Cartagena ostenta la mejor posición en el Ranking de ICCA (International Congresses and Convention Assotiation), posición número 60 entre 288, superando ciudades como San Francisco, Nueva Dheli, y Nueva York.

Fuente: Cartagena Travel.

2. A continuación, algunas de las cualidades turísticas de Colombia por ciudad:

Amazonas



Con el río más caudaloso del mundo y la mayor selva tropical del planeta, la Amazonía es también un tesoro de Colombia.

Barranquilla



El Carnaval de Barranquilla es una fiesta mestiza de cumbias, porros, mapalés, gaitas, chandés, puyas, fandangos y fantásticos

Bogotá



Para conocer Bogotá hay que venir muchas veces. Es imposible disfrutar todo lo que la ciudad tiene para ofrecer en un solo viaje.

Boyacá



Boyacá es un mar de fértiles montañas de la Cordillera Oriental decoradas por cultivos testigos de las batallas independentistas que moldearon América del Sur.

Cali y Valle del Cauca



Cali se distingue en Colombia como capital de la "rumba", la fiesta callejera, el baile y la salsa, pero también como detino religioso.

Cartagena



Por sus historias de piratas, sus playas doradas, su arquitectura, su rumba y sus comidas, Cartagena es el destino predilecto de los viajeros.

Huila



Huila se caracteriza por una variada producción agrícola, por la formación de paisajes y por la belleza del baile de sus bambucos.

Medellín - Antioquia



Por sus hermosas mujeres, gente cálida, clima de primavera, paisaje de flores y montañas, Medellín y sus alrededores atraen al viajero.

Pacífico



Las ballenas jorobadas llegan cada año al Pacífico colombiano para procrear y las tortugas marinas habitan su hábitat natural.

Providencia y Santa Catalina



Providencia y Santa Catalina son un destino romántico rodeado de un mar intenso que enamora a los turistas.

San Andrés



En San Andrés, hay extensas playas de arena blanca para practicar deportes acuáticos bajo la guía de sus isleños amables y alegres.

Santa Marta



Santa Marta posee un patrimonio arquitectónico inigualable que evoca los tiempos de la bonanza bananera y la literatura de García Márquez.

Santander



La tierra santandereana ofrece excelentes escenarios naturales para amantes de los deportes extremos y el ecoturismo.

Triángulo del Café



Caldas, Quindío y Risaralda conforman el Triángulo del Café, llamado así porque ahí nace el mejor café del mundo.

Fuente: Colombia Travel. Proexport.

3. Aerolíneas

- Como aspecto positivo, encontramos que Chile ofrece paisajes diferentes al que está acostumbrado el colombiano, así como una oferta cultural y de esparcimiento aún desconocida en este país, lo que genera oportunidades para hacer crecer el turismo.
- De acuerdo a las aerolíneas el principal problema para el turista colombiano lo constituye el costo total de viajar a Chile, comparado con otros destinos de la misma región (Argentina) o con destinos tradicionales de descanso, como es el caso de Miami.
- Según lo indicado por las aerolíneas, si ellos entregan a las agencias el mismo valor en el tiquete para viajar a Santiago y a Buenos Aires, al sumarle todos los demás servicios que requiere el viajero, el costo final al viajar a Argentina es al menos un 50% más barato que el viajar a Santiago.
- LAN considera que la oferta turística chilena se ha especializado en atender viajeros con alta capacidad de gasto, como es el caso de los turistas norteamericanos, europeos y asiáticos, pero la oferta que existe para viajeros con las características del latinoamericano son limitadas (buenos hoteles 3 ó 4 estrellas).

- Consideran además, que los receptores deberían analizar con más detalle las épocas del año en las que tienen menos demanda, y ofrecer precios más asequibles a turistas como el colombiano (por ejemplo, promocionar el sky en baja temporada y no sólo Valle Nevado).

4. Agencias

El destino Chile se vende muy bien, aunque está demasiado centrado en unos pocos productos, como el Cruce de Lagos, las rutas del vino y algo del desierto. Están interesados en ofrecer opciones como el tema de Santiago, la Patagonia, o rutas intermedias.

En materia de turismo corporativo, les hace falta información sobre seminarios o ferias que puedan utilizar para llegar al público colombiano y promocionar el destino.

Ocurre lo mismo con actividades precisas que podrían ser un motivador para viajar a Chile, como por ejemplo el Festival Lollapalooza, el Rally Dakar, Teatro a Mil, fiestas de la vendimia, etc.

También consideran que la oferta está muy centrada en épocas definidas del año y creen que por las características del viajero colombiano, se podría hacer ofertas durante las temporadas consideradas bajas.

II. TAMAÑO DEL MERCADO:

1. Total de habitantes: 44' 725.543 Millones de habitantes.

Las proyecciones de población señalan que a junio 30 de 2011, Colombia tendrá algo más de 46 millones de habitantes de los cuales cerca del 49.4% serán hombres y 50.6% mujeres.

El informe indica que por cada 100 mujeres habrá 97.5 hombres; en las principales ciudades colombianas se contarán alrededor de 35 millones de habitantes y 11 millones de habitantes en el resto de territorio.

En el período 2005-2011, la proporción de personas adultas, entre 15 y 59 años, pasó de 60% a 67.8% del total de la población. Por otra parte la población adulta mayor pasó de un 8.9% a 10%, para el mismo período. Se observa una reducción de la proporción de población entre 0 y 14 años, al bajar del 31% al 28%.

Fuente: DANE y Diario El Espectador.

2. Feriados nacionales y promedio de vacaciones:

Colombia es uno de los países con mayor número de festivos, lo que puede responder a una estrategia para promover el turismo en el mercado doméstico:

Fecha	Fiesta
1 de Enero	Año Nuevo
10 de Enero	Epifanía, Reyes Magos
21 de Marzo	San José
17 de Abril	Domingo de Ramos
21 de Abril	Jueves Santo Festividad Cristiana
22 de Abril	Viernes Santo Festividad Cristiana
24 de Abril	Domingo de Resurrección
1 de Mayo	Día del Trabajador (Recordatorio de la masacre de Chicago (EE.UU.))
6 de Junio	Ascensión de Jesucristo
27 de Junio	Corpus Christi
4 de Julio	Sagrado Corazón
4 de Julio	San Pedro y San Pablo
20 de Julio	Día de la Independencia
7 de Agosto	Batalla de Boyacá
15 de Agosto	Asunción de María
17 de Octubre	Día de la Raza
7 de Noviembre	Día de Todos los Santos
14 de Noviembre	Independencia de Cartagena
8 de Diciembre	Inmaculada Concepción de María
25 de Diciembre	Navidad

-Periodos de Vacaciones Colegios y Universidades: Este segmento de la población cuenta con 4 periodos de vacaciones en el año. El primero conocido como Semana Santa, entre el 18 y 23 de abril. El segundo periodo se da entre el 15 de junio y el 15 de julio, son unas de las vacaciones más largas del año, y en algunas universidades se extiende por periodos de hasta 2 o 3 meses. El tercer periodo se da en el mes de octubre, se conoce como semana de 'Receso', y es una semana de descanso adicional que toman tanto colegios como universidades. Por último, están las vacaciones finalizando el año, las cuales tienen una duración de 2 meses para los colegios y un mes para las universidades.

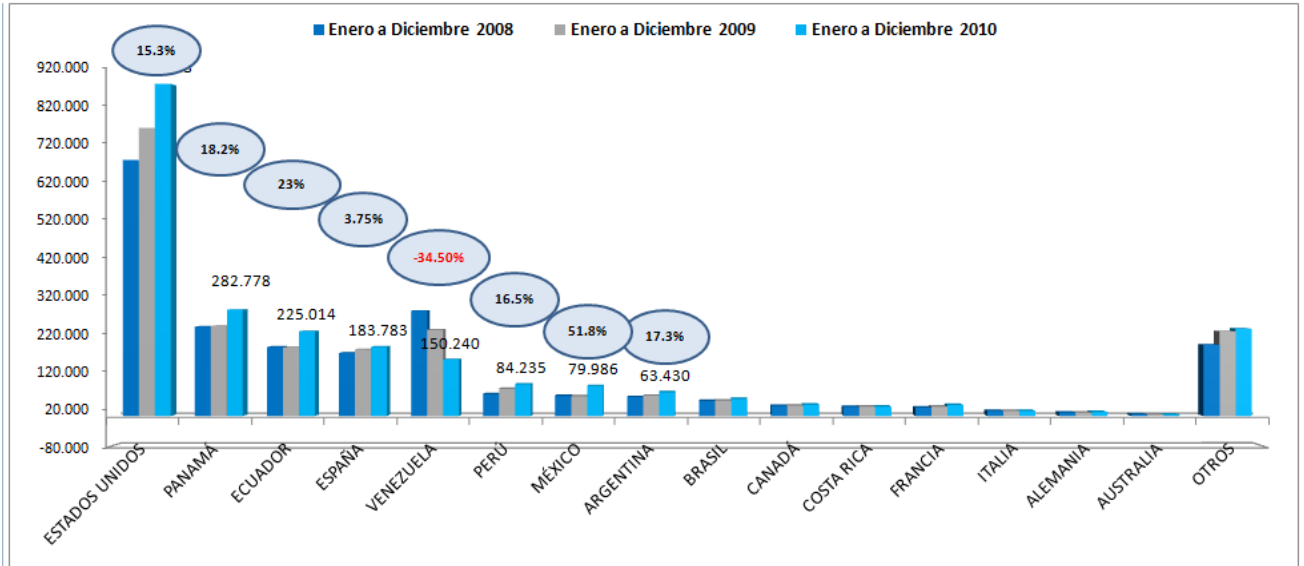
Cabe señalar que una porción menor de estudiantes de secundaria tienen un calendario diferente a la mayoría de colegios, está acorde con el calendario de estudios de Estados Unidos.

-Periodos de Vacaciones Laborales: varía de acuerdo al contrato específico de cada persona, pero en promedio una persona cuenta con 15 días laborales de descanso, los cuales son utilizados prioritariamente a mitad, o a final de año.

3. Principales destinos:

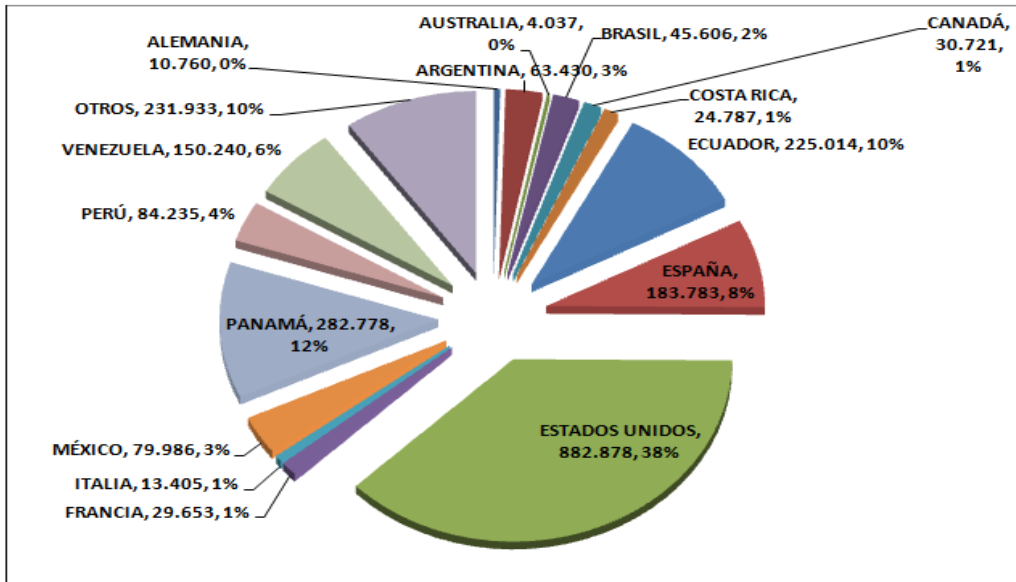
A continuación se exponen los principales destinos a los que viajan los colombianos al exterior, de acuerdo a información del Departamento Administrativo de Seguridad - DAS:

Salida de Colombianos al exterior por Lugar de Destino (2008-2010)



Fuente: DAS - Gráfica Anato con base de datos suministrada por el DAS.

Participación porcentual Salida de Colombianos al exterior por lugar de destino - Acumulado (2010)



Fuente: DAS - Gráfica Anato con base de datos suministrada por el DAS.

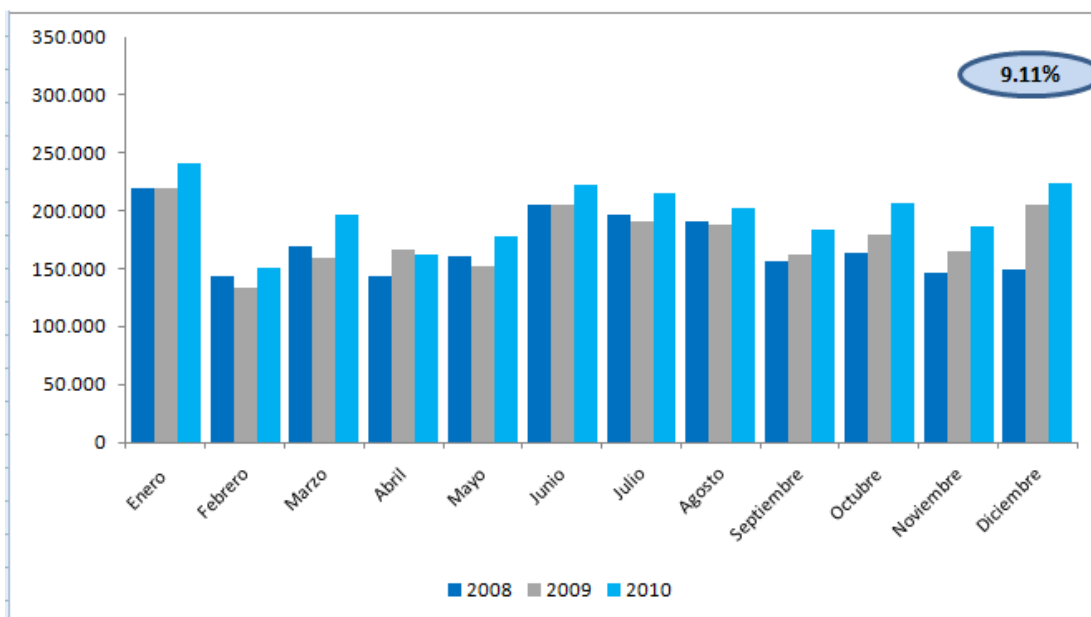
4. Datos del mercado:

PAÍS	DURACIÓN DE LA ESTADÍA	MÉTODOS DE RESERVA
ESTADOS UNIDOS	15 días	No existen estadísticas sobre los métodos de compra o de reserva de los colombianos. Aun así, varias fuentes de información nos indican que el turista colombiano estudia su viaje por internet, pero la compra la ejecuta con las agencias de viaje.
PANAMÁ	6 a 8 días	
ECUADOR	16 noches	
ESPAÑA	20 a 30 días	
VENEZUELA	2 a 14 noches	

Fuente: Prochile Colombia – Información procesada

5. Fluctuación estacional:

Salidas de colombianos al exterior 2008 - 2010



Fuente: ANATO

La fluctuación estacional no influye en el mercado colombiano en la medida en que hay varios periodos de vacaciones (ver punto I. 2) que le permiten al viajero elegir la fecha de su viaje sin perjuicio de la estación, también pueden seleccionar el destino en términos de la temporada (baja o alta).

III. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

1. CIFRAS CLAVES

- El sector de cruceros es el de mayor expansión dentro de la industria turística en Colombia con un crecimiento por encima del 1.000% desde 2003, de acuerdo con datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

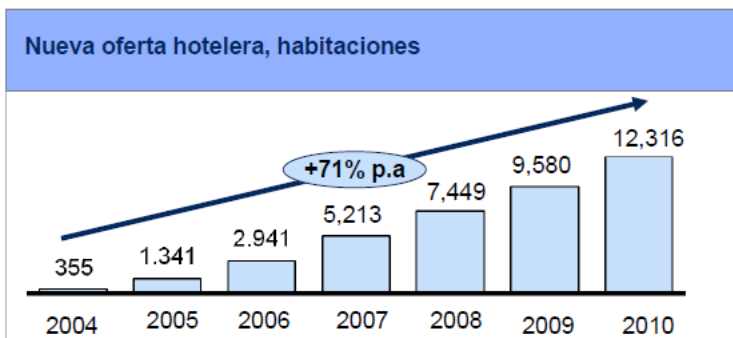
De acuerdo con datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en 2007 llegaron a Colombia 99 embarcaciones con 126.890 pasajeros; en 2008 arribaron 161 buques con 228.221 turistas; en 2009, 204 con 324.581 pasajeros, y en 2010 se alcanzó un máximo de 267 cruceros con 401.008 turistas.

Fuente: Caribbean News Digital.

- Se ha incentivado el turismo los últimos 5 años a través del aumento de la conectividad aérea y del aumento en la oferta hotelera:



Fuente: Aerocivil



Elaboró: Oficina Estudios Económicos – MCIT

- La oferta hotelera se incrementó gracias a beneficios tributarios por 30 años a los operadores hoteleros.
- Para este año está proyectado la construcción de 3.036 habitaciones
- Para el 2014 el total de habitaciones será de 140.000

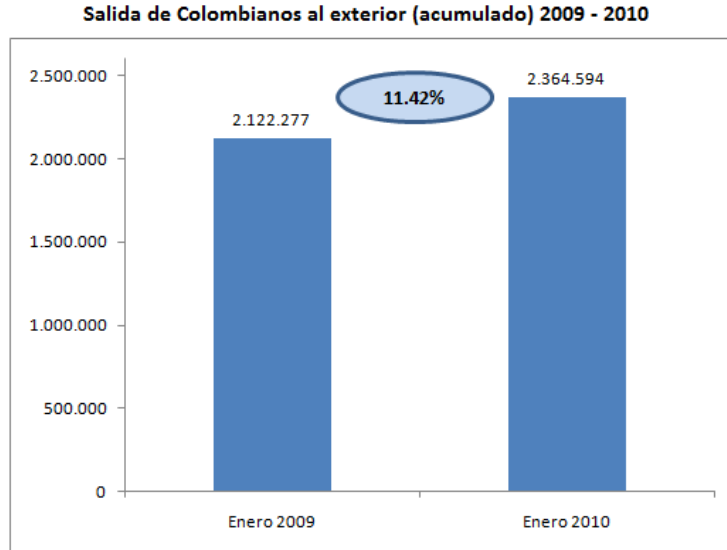
- Viajes promedio que realizan anualmente los colombianos, el gasto en el mercado receptor y sus motivaciones:

PAÍS DE DESTINO	VIAJES AL AÑO (Datos. Aprox)	GASTO PROMEDIO POR PERSONA (US\$)	MOTIVACIÓN EN LA SELECCIÓN DEL DESTINO
ESTADOS UNIDOS	882.878	\$1.000	De los viajeros colombianos que visitan Estados Unidos el 85,4% lo hace por descanso, y el 12,7% por negocios.
PANAMÁ	282.778	\$1.670	Las motivaciones principales son sobre todo el Canal de Panamá, las Playas y los negocios, aunque la visita a amigos y familiares es cada vez más importante. El visitante considera muy relevante la Provincia de Panamá, sin embargo cada vez crece más el interés por las zonas del interior.
ECUADOR	225.014	\$690	La principal motivación por parte de ciudadanos colombianos que visitan Ecuador, de acuerdo al estudio "Marca hábitos de turistas no residentes en el Ecuador" realizado por la Dirección de inteligencia de Mercados de Proexport durante el mes de julio de 2010, es diversión y recreación con el 44,2%, seguido por visita a familiares y amigos.
ESPAÑA	183.783	\$3.000	Cerca del 83% de los turistas internacionales que visitaron España en 2010 lo hicieron por motivos de ocio y vacaciones. Entre los viajes de los residentes, el ocio también fue el motivo mayoritario, si bien, su peso (53,7%) resultó bastante inferior al correspondiente a los turistas internacionales. Esta diferencia se debe a la importancia que tienen los viajes por motivos personales (salud, familiares o compras) entre los residentes en España, con un peso cercano al 30% frente al 5,5% de los turistas internacionales.
VENEZUELA	150.240	\$500	La salida de colombianos a Venezuela ha disminuido un 34% entre el año 2008 y 2010, lo que explica que los viajes hacia este destino se dan prioritariamente por negocios.

Fuente: Prochile Colombia – Información procesada.

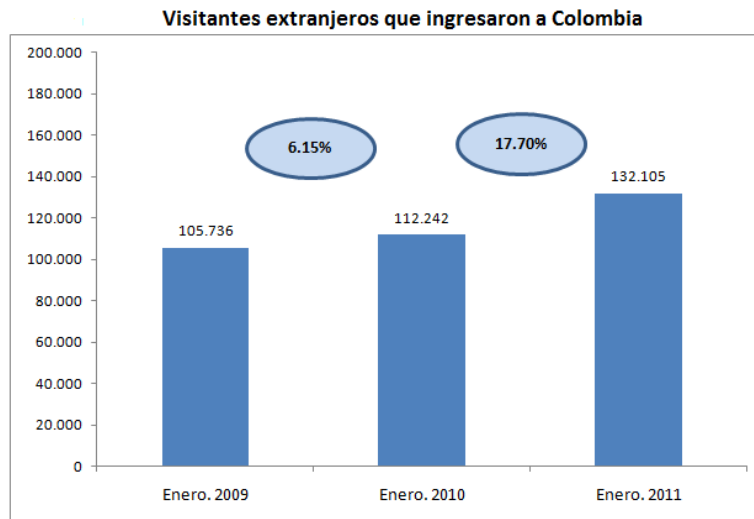
- Cifras que demuestren aumento o disminución de salida de pasajeros:

Entre 2009 y 2010 se registró un aumento del 9,11% en el porcentaje de salidas de colombianos al exterior. Las cifras exponen que no hay afectación en el número de viajeros por cambios estacionales.



Fuente: ANATO

- El porcentaje de turistas extranjeros que visitan Colombia también ha registrado un aumento considerable los últimos 3 años, como se observa en la tabla siguiente:



Fuente: ANATO

2. DESARROLLO DEL TURISMO DE INCENTIVO O DE NEGOCIOS (MICE)

De acuerdo a lo conversado con agencias mayoristas e intermediarios, identificamos que no hay un grupo de empresas que se encarguen de manera exclusiva al turismo de negocio o incentivos. Las agencias mayoristas e intermediarios realizan alianzas que les permiten crear paquetes que se acomodan a la necesidad específica de la empresa, pero en realidad no hacen distinción entre el turismo vacacional y el de negocios.

En cuanto al caso colombiano, Proexport se ha encargado de promover el turismo de incentivo o de negocios a Colombia teniendo en cuenta los mercados que ya se han alcanzado y los que son prioritarios para la promoción:



Fuente: ProExport

3. TENDENCIAS ACTUALES DEL TURISMO

1. Perfil del Turista:

Colombiano perteneciente a la clase media y alta, entre los estratos 3 y 6 (los estratos hacen referencia a los niveles socio-económicos en Colombia, en donde el 1 es el más bajo y el 6 el más alto). De acuerdo a la Encuesta sobre los Hábitos de Viaje de los Turistas Colombianos, dentro de este grupo los destinos preferidos siguen siendo los de sol y playa que encabezan, fundamentalmente Cartagena, San Andrés y Santa Marta.

Sin embargo, hay un creciente interés por el ecoturismo que ya es la primera opción para 2 de cada 5 colombianos. Igualmente la encuesta evidencia que el colombiano sigue siendo un viajero que improvisa sus vacaciones, paga con sus ingresos habituales y no con un ahorro programado o un pago diferido.

De entre las respuestas a las 16 preguntas que se formularon, hay datos llamativos como que solo el 25 por ciento de los colombianos no conoce el mar y un 76 por ciento no ha viajado nunca al exterior.

Para el 65 por ciento de los encuestados el motivo de los viajes es por descanso y placer, y el 11 por ciento lo hace por negocios.

Fuente: Diario El Colombiano; Asociación Colombiana de Periodistas y Escritores de Turismo (Acopet); Call Center S.A.

2. Turismo Vacacional:

- Clases medias con mayor poder adquisitivo: Consumidores de sol y playa. Es un consumidor que gasta poco, pero de gran impacto en el posicionamiento. Aprovecha las temporadas bajas. El factor precio es decisivo al momento de tomar la decisión de viaje.

- Turistas tradicionales: Buscan mejores y renovadas experiencias, principalmente se inclinan por el ecoturismo.

Fuente: Proexport.

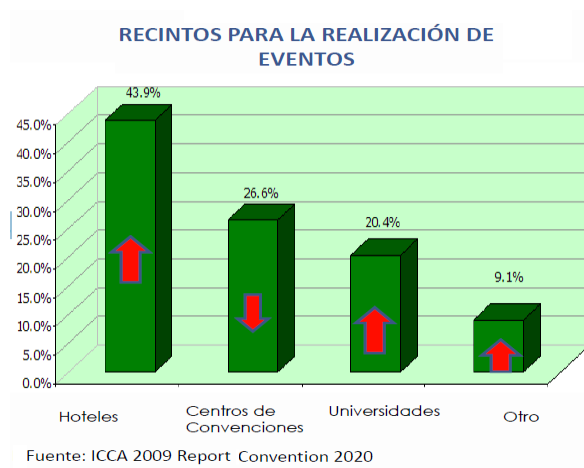
3. Tendencias MICE:

- Innovación: Locaciones no tradicionales; eventos verdes y consideraciones ambientales/sociales; tecnología antes, durante y después de la reunión; eventos virtuales.

- Nuevos modelos de negocio: Mayores oportunidades para exhibir, comercializar y comprar productos o servicios: reuniones más pequeñas y especializadas: modelos e incentivos de precios para atraer participantes (eventos públicos, pagar por sesión).

Fuente: Proexport.

4. Los lugares no tradicionales se convierten en locaciones preferidas por los organizadores de eventos. El uso de salones dentro de hoteles ha incrementado gradualmente, al igual que la disposición de los auditorios de las universidades como se observa a continuación:



Fuente: Proexport.

IV. ESTABILIDAD POLITICA Y ECONOMICA DEL MERCADO

En primer lugar, es importante señalar la importancia que tiene Colombia en el contexto sudamericano, aspecto que es dado por ser el segundo país más poblado de esta región con **45 millones de habitantes**.

Este país cuenta con un sistema democrático regulado por la Constitución de 1991. Dicha constitución establece un régimen descentralizado con 32 departamentos, 1.024 municipios y un distrito capital (Bogotá).

Como característica particular de Colombia se aprecia una fuerte **descentralización y especialización en la producción**, debido a aspectos geográficos e históricos que han permitido que se desarrollen ciudades diferentes a la capital.

Si bien Bogotá es muy relevante para la economía nacional (representa el 25,7% del PIB total), se destacan otras ciudades como Medellín, la segunda ciudad en población de Colombia, la cual es sede de las principales empresas de retail, así como de los principales bancos del país y las empresas textiles, mientras que en Cali, tercera ciudad en importancia, se asientan empresas agroindustriales, locales y extranjeras. La especialización que señalamos se repite en Barranquilla y Bucaramanga, ciudades que cuentan además con más de un millón de habitantes cada una.

Después de la desaceleración de 2008-2009 ocasionada primordialmente por la crisis económica global, la economía colombiana retomó un sendero de crecimiento durante 2010. La recuperación del consumo de hogares, así como de la inversión privada y pública y un mayor dinamismo de las exportaciones tradicionales, especialmente hidrocarburos, contribuyeron a que durante el mencionado año la economía colombiana mostrara un **crecimiento del 4,3%**.

Si bien a la fecha no se tienen datos del comportamiento de la economía durante el primer semestre del año, analistas privados y públicos prevén que **la economía crecerá en un rango entre el 5,2% y el 6%**. Basan su análisis en la inercia que trae la economía colombiana, y específicamente a la aceleración en el consumo de los hogares (disminución en el desempleo), fuerte inversión extranjera y la reactivación de la actividad edificadora y manufacturera.

Cuadro No 1
Economía Colombiana
Principales Variables

VARIABLE	2007	2008	2009	2010	2011 PY
PIB					
US\$ millones	213.959	213.306	246.227	276.458	334.572
% Crecimiento Real	6,9	2,7	0,8	4,3	5,2
US\$ Per cápita	4.986	4.874	5.516	6.071	7.204

TASA DE CAMBIO					
Diciembre (\$/US\$)	2.015	2.244	2.044	1.950	1.750
INFLACIÓN (%)					
IPC (Variación Dic.-Dic.)	5,7	7,7	2	2,6	3,2
COMERCIO EXTERIOR					
Exportaciones (US\$ Millones)	29.991	37.626	32.853	39.820	45.300
Importaciones (US\$ Millones)	30.816	37.155	32.898	38.351	43.000
DEFICIT FISCAL(%PIB)					
Consolidado (Metodología FMI)	-0,8	-0,1	-1,8	-3,2	-3,6
TASA DE DESEMPLEO URBANO					
Promedio Anual (%)	10,2	10,9	12,3	11,1	10

Fuente: Banco de la República, DANE, DIAN.

Hasta la fecha de elaboración de este informe, los hechos más relevantes para la economía colombiana han sido:

Baja tasa de inflación: En el primer semestre del año, los precios al consumidor acumularon una variación de 2,53%. Esta tasa es superior en 0,06 puntos porcentuales a la registrada para igual período del año 2010 (2,47%).

Aumento de la Inversión Extranjera Directa (IED): Según las cifras del Banco de la República durante el primer trimestre del 2011 la inversión extranjera directa (IED) alcanzó los 3.698 millones de dólares, 55% del total de la IED durante el 2010.

Leve disminución en el desempleo: De acuerdo a información del Departamento Nacional de Estadísticas (DANE), en Colombia, la tasa de desempleo promedio del trimestre marzo-mayo de 2011 fue del 11,1%, frente al 12,2% observada en el mismo periodo del año anterior.

Recuperación del grado de inversión: En el mes de marzo, firmas como Moody's y Standard & Poor's, modificaron positivamente la nota que tenía la deuda colombiana, refrendando de esta forma los buenos resultados que tiene la economía y abriendo espacio para el ingreso de inversiones extranjeras.

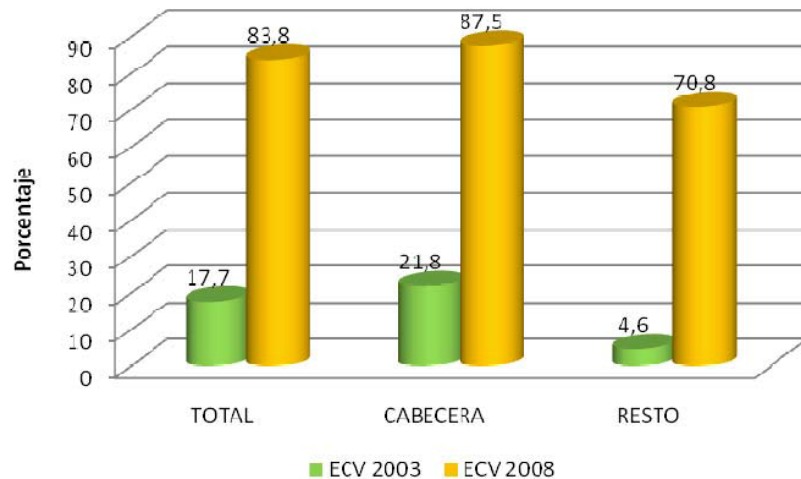
Fuente: Prochile Colombia – Información procesada de diversas fuentes.

V. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES

1. Telefonía Móvil:

En el Total Nacional en 2008, el 83,8% de los hogares poseía teléfono móvil (celular), frente al 17,7% en 2003. En la cabecera en 2008, el 87,5% tenía celular, comparado con 21,8% en 2003, lo que corresponde a un aumento de 65,7 puntos porcentuales. En el resto, entre 2003 y 2008, se presentó un aumento de 66,2 puntos porcentuales en la tenencia de teléfono móvil (celular); el porcentaje pasó de 4,6% en 2003 a 70,8% en 2008.

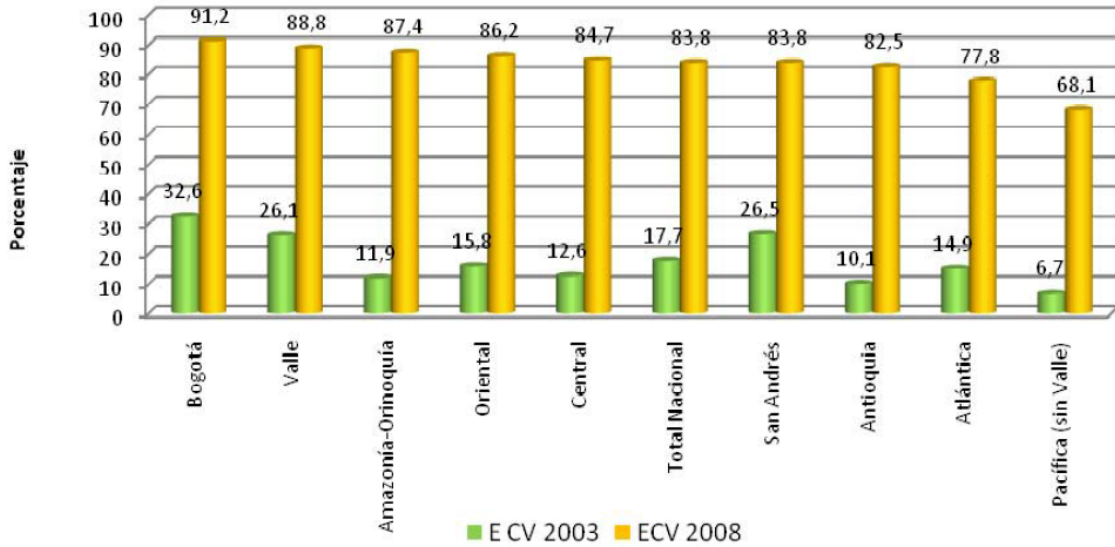
Gráfico 1. Porcentaje de hogares que poseen teléfono móvil (celular)
Encuesta de Calidad de Vida 2003 y 2008
Total Nacional, cabecera y resto



Fuente: DANE-Encuesta de Calidad de Vida 2003 y 2008.

En 2003 y 2008, Bogotá presentó el mayor porcentaje de hogares que poseían teléfono móvil con 32,6% y 91,2% respectivamente. La Región Pacífica (sin Valle) registró el porcentaje más bajo de tenencia de celular tanto en el 2003 como en el 2008 con 6,7% y 68,1% respectivamente.

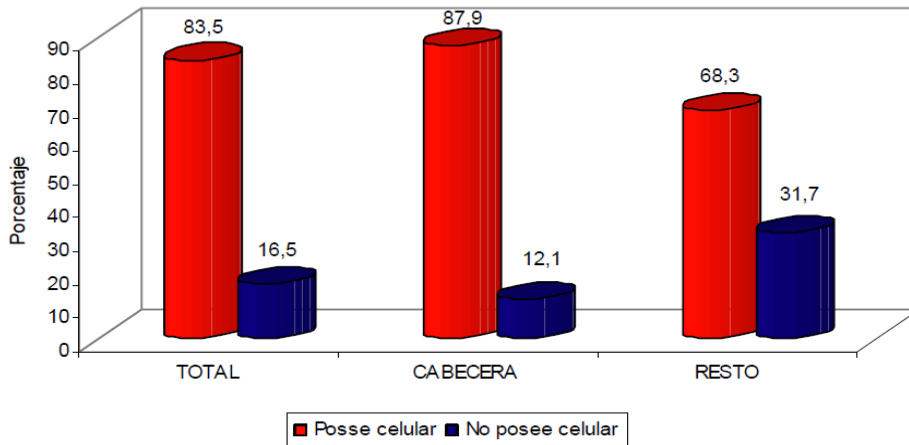
Gráfico 5. Porcentaje de hogares que poseen teléfono móvil (celular)
Encuesta de Calidad de Vida 2003 y 2008
Total Nacional y regiones



Fuente: DANE – Encuesta de Calidad de Vida 2003 y2008

Para el total nacional en 2009, 83,5% de los hogares poseía celular; 87,9% en las cabeceras, y 68,3% en el resto.

Gráfico 4. Porcentaje de hogares que poseen celular
Total Nacional, Cabecera y Resto



FUENTE: DANE- Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) 2009.

Finalmente, el Informe Trimestral de Conectividad realizado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, que registra un incremento del 4,03 por ciento en el total de suscriptores de este servicio durante el primer trimestre de 2010.

2. Internet:

3,3 millones de usuarios de internet tiene Colombia de acuerdo al Informe Trimestral de Conectividad realizado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, que registra un incremento del 4,03 por ciento en el total de suscriptores de este servicio durante el primer trimestre de 2010.

Además el informe destaca que el 92,33 por ciento de los accesos dedicados fijos a internet son de banda ancha. Se estima que en el país existen 8 millones 9 mil 745 usuarios residenciales de internet fijo, conmutado y dedicado.

En cuanto a las modalidades tecnológicas utilizadas para acceder a internet móvil, el informe del Ministerio de TIC indica que 654 mil 814 usuarios utilizan módem y 51 mil 835 personas cuentan con terminales de 3G para navegar.

El estudio deja ver los logros del programa social Compartel durante el primer trimestre del año. Gracias a este programa se conectaron 26 mil 5 instituciones públicas en distintas regiones del país. Entre ellas, 21 mil 919 instituciones educativas, mil 32 alcaldías, 839 hospitales, 411 bibliotecas públicas y 57 centros provinciales de gestión agroempresarial.

Fuente: Ministerio de TIC

3. Redes Sociales:

Las principales motivaciones por las que las personas participan en las redes sociales son: 1. Comunicarse. 2. Mantenerse en contacto con sus amigos y familiares. 3. Establecer relaciones comerciales. 4. Expresarse. 5. Ser creativos.

Algunas cifras:

- 9 de cada 10 colombianos visitan las redes sociales cada día según estudio de Insites Consulting 2010.
- A Noviembre de 2010 había más de 13 millones 700mil usuarios de Facebook en Colombia. Internet World Stats 2010.
- A Agosto 31 de 2010 había más de 16 millones de usuarios de Twitter en Colombia. Twitter Colombia 2010.

Las empresas colombianas están entendiendo que las redes sociales llegaron para quedarse y que cada día es mayor el número de colombianos que participan activamente en ellas.

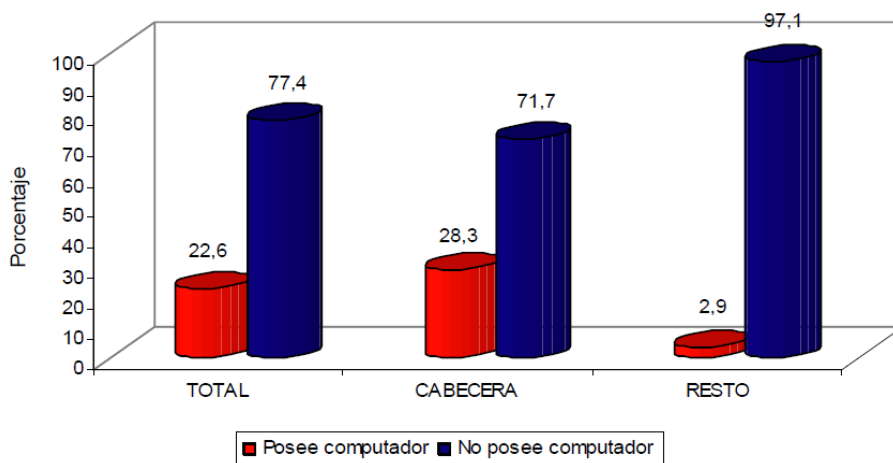
78% de los consumidores confía en las recomendaciones que recibieron sobre algún producto o servicio en las redes sociales. Internet World Stats 2010.

Fuente: Ministerio de TIC

4. Número de Computadores en Colombia:

En el total nacional en 2009, 22,6% de los hogares poseía computador; 28,3% en las cabeceras, y 2,9% en el resto.

Gráfico 1. Porcentaje de hogares que poseen computador
Total Nacional, Cabecera y Resto



FUENTE: DANE - Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) 2009.

VI. POLITICA NACIONAL SOBRE TURISMO

1. Principales políticas públicas implementadas para el desarrollo del subsector (anuncios de medidas especiales como subsidios, normas de calidad para el alojamiento, entre otras):
 - Entidades encargadas de la promoción del turismo en Colombia:
 - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
 - Proexport
 - Fondo de Promoción Turística de Colombia
 - Otras entidades:
 - ANATO - Asociación Colombiana de Agencias de viajes y turismo
 - COTELCO - Asociación Hotelera y Turística de Colombia
 - ACOPET - Asociación Colombiana de Periodistas y Escritores de Turismo
 - Políticas y programas del Gobierno colombiano:
 - a) Política de Turismo Cultural:

-Objetivo General: Posicionar a Colombia como un destino de turismo cultural nacional e internacional que, a través del aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural, genere dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones.

-Objetivos específicos: I. Posicionar a Colombia como uno de los principales destinos de turismo cultural en el mercado internacional; II. Posicionar rutas y regiones, como productos turístico-culturales, a través de las cuales se permita el intercambio y reconocimiento cultural de los colombianos, con su identidad y patrimonio (turismo cultural doméstico); III. Promover iniciativas para la consecución de recursos destinados al cuidado y mantenimiento del patrimonio; IV. Propiciar mecanismos de promoción de los sitios turísticos en el país; V. Definir y rescatar hitos urbanos, nacionales y regionales que hagan parte del patrimonio cultural colombiano, para que sean imprescindibles dentro del recorrido turista; VI. Fortalecer la infraestructura turística en los lugares en que se promoció el patrimonio cultural; VII. Fomentar acciones para lograr compromisos y cooperación entre los representantes locales, las comunidades indígenas. Los conservacionistas, los operadores turísticos, los gestores culturales y vigías del patrimonio, para que los bienes patrimoniales con interés turístico sean gestionados dentro de los parámetros de sostenibilidad, lo que permitirá aumentar la protección en beneficio de futuras generaciones; VIII. Fortalecimiento organizacional de las industrias de turismo cultural y de las cadenas y minicadenas del sector; IX. Establecer mecanismos de financiación que garanticen el desarrollo y sostenibilidad del sub-sector de turismo cultural en el país; X. Promover la inclusión de visitas a los lugares del patrimonio cultural material y actividades de reconocimiento de las expresiones inmateriales de los destinos colombianos, en los paquetes y productos estructurados por el sector privado que constituyen la oferta turística del país; XI. Realizar campañas y programas educativos de sensibilización social y de apropiación del patrimonio cultural; XII. Generar empleo para las poblaciones locales y regionales con el fin de establecer una cadena productiva que haga sostenible los planes, programas y proyectos turísticos.

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

b) Política de Ecoturismo:

-Objetivo General: Fortalecer y diversificar la actividad eco-turística, teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible, en razón del cual ésta debe propender por el uso racional de los recursos, el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores residentes en las regiones y el permanente esfuerzo para proporcionar una oferta competitiva de servicios, en armonía con la diversidad ecológica y cultural.

En este contexto, es importante entender que el ecoturismo es uno de los productos especializados considerados fundamentales para la diversificación de la oferta cualificada del sector turismo en Colombia tanto para el mercado nacional como para el internacional.

Aunque el criterio de sostenibilidad debe aplicarse a todos los tipos de turismo, en el turismo especializado – y particularmente en el ecoturismo - es un imperativo porque está en juego la

perdurabilidad de los recursos naturales y culturales de las regiones y de las localidades. Para lograrlo es indispensable: optimizar equitativamente los beneficios derivados de la afluencia de turistas a las áreas donde se practica el ecoturismo; minimizar los impactos negativos que ella pueda causar sobre los recursos naturales y culturales; propiciar la integración de las comunidades locales y regionales en la planificación, gestión de proyectos y desarrollo de la actividad; impulsar el desarrollo de la mipymes turísticas como mecanismo eficiente de participación de la comunidad regional y local en la prestación de los servicios; promover la educación y la investigación en los temas relacionados con el ecoturismo y productos afines, buscando que el conocimiento se revierta sobre la comunidad; ofrecer alternativas recreativas al público en general que contribuyan a la sensibilización sobre el patrimonio natural y cultural que poseen las diversas regiones del país y fortalecer la gestión de las áreas – protegidas o no - con vocación para este tipo de turismo; generar conciencia en todas las instancias – públicas y privadas- y en el visitante sobre el hecho de que el ecoturismo es esencialmente una experiencia educativa.

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

c) Programa de Turismo Responsable:

El Programa Turismo Responsable es una iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y del Fondo de Promoción Turística que busca promover el ejercicio ético del turismo por parte de turistas, prestadores de servicios turísticos y comunidad receptora.

Concentra dos líneas de trabajo: Prevención de la Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes en el Turismo y Promoción de Colombia como un Destino Turístico Libre de Drogas.

Frente a la prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en el turismo; se adelantan diversas acciones. Entre las más destacadas, se encuentra la formación y sensibilización de la cadena productiva del turismo y autoridades locales frente a la problemática y acciones para asumir un rol activo en su prevención. De igual manera, se dispone de la campaña publicitaria “Turismo Responsable”, desde la cual se busca que los prestadores asuman una posición de tolerancia cero frente a este delito, así como informar a los turistas que nuestro país es un gran destino turístico, pero nuestros niños no.

Fuente: Fondo de Promoción Turística de Colombia.

2. Transporte aéreo y conectividad: principales conexiones aéreas hacia Chile.

- LAN:
 - ✓ 5 frecuencias a la semana en vuelos non-stop.
 - ✓ A partir de agosto de 2011 14 frecuencias adicionales, con escala en Lima.
- AVIANCA:
 - ✓ 1 vuelo diario de Bogotá a Santiago.
 - ✓ Es posible que en noviembre aumentará a 2 vuelos diarios.

- AEROLÍNEAS ARGENTINAS:
 - ✓ Vuelos con escala de dos días Bogotá-Buenos Aires-Santiago los días domingos, miércoles y viernes.
- COPA AIRLINES:
 - ✓ 2 frecuencias diarias con conexión panamá.

3. Campañas promocionales de turismo interno:

- Ferias Nacionales del sector turismo:

VITRINA TURISTICA DE ANATO: la Feria de Turismo más importante de Colombia que reúne todo el sector, hoy goza de gran reconocimiento como una de las actividades gremiales más importantes de América Latina, donde los Agentes de Viajes y actores del sector, encuentran el escenario ideal para la consecución de negocios y alianzas en pro del crecimiento del País.

- Campañas:

Proexport ha sido la entidad encargada de la promoción del turismo interno entre los turistas extranjeros, teniendo como base las fortalezas de cada región, éstas han sido su 'insumo de venta internacional'. A continuación ejemplo de una de las herramientas para diseñar las campañas:

Cartagena

Mercados:

- USA
- Brasil
- Centro America
- Alemania

Productos:

- Historia y Cultura
- Sol & Playa
- Gastronomía
- Bienestar
- Cruceros

Instrumentos:

- Guía especializada de ciudad en 2 idiomas
- Apoyo en la captación de congresos
- Video, comercial y banco de imágenes




VII. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO

1. Catastro tour operadores y agencias: Principales agencias/mayoristas de turismo con interés comercial en Chile.

Empresa	Contacto	Cargo	Giro
Inclusive Tours	John Chain	Gerente	Mayorista
ALL Reps.	Odalys Bautista	Gerente	Mayorista
Giratour	Francisco Rodríguez	Gerente	Mayorista
AVIATUR	Claudia Díaz	Jefe excursiones Internacionales	Mayorista y Agencia
Turismo Al Vuelo	Leonardo Cañón	Gerente	Mayorista

2. Ferias Nacionales:

ENERO	
1. Festival de verano 2009 Puerto Gaitán -Meta	
2. Feria de Cali	
3. Carnaval de Negros y Blancos en Pasto.	
4. Feria de Manizales.	
5. Temporada Taurina en Cartagena	
6. Corralejas en Sincelejo	
7. Hay Festival Cartagena	
8. Cartagena festival internacional de música	

FEBRERO

1. Carnaval de Barranquilla



2. La Fiesta de La Candelaria en Bogotá Bogotá D.C, Cundinamarca



3. Vitrina Turística de Anato



4. Fiestas de Nuestra Señora de La Candelaria Cartagena de Indias, Bolívar



5. Concurso de Barriletes San Juan de Urabá, Antioquia



6. Feria del Cuero



MARZO

1. Festival de Duetos - Ibagué



2. Festival de Cine de Cartagena



ABRIL

1. Festival Vallenato



2. Feria artesanal del Eje Cafetero 2006



MAYO

1. Festival Internacional de la Cultura en Tunja



2. Festival de la cultura Wayúú



3. Festival Nacional del Porro



4. Feria de las colonias



5. Festival Internacional de la Cachama



JUNIO

1. Festival de la Cumbia
2. Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco
3. Festival del "Mono Nuñez"
4. Feria deTuluá



JULIO

1. Quindío café y sabor
2. Feria de las Colonias
3. XXX festival del porro en San Pelayo Córdoba
4. 34° Festival Folclórico Colombiano en Ibagué
5. Festival Colombia al parque
6. Alimentarte
7. Colombiamoda



AGOSTO

1. Feria de las Flores en Medellín
2. Carnaval de Bogotá
1. '
 2. VIII Feria Belleza y salud
4. Festival de Verano
5. Ibagué Maquila & Moda



SEPTIEMBRE	
1. Feria del Hogar	
2. Festival Jazz al parque	
OCTUBRE	
1. Festival Internacional de la Diosa Chía	
2. XXIV Festival de cine de Bogotá 2007	
NOVIEMBRE	
1. Copa América de Coleo	
2. Festival de la Cultura en Tunja	
3. XXII Festival de Acordeones del Río Grande de la Magdalena	
3. Gastronomía - Corferias 2009	
DICIEMBRE	
1. Expoartesánias	
2. Festival gastronómico de Chía	
3. Feria de Cali	

3. Comportamiento de la competencia en el país: Son pocas las campañas enfocadas a la atracción de turistas colombianos hacia el exterior. Las principales campañas de otros países en Colombia tienen por objetivo promover el intercambio de estudiantes, principalmente, por periodos de 6 meses a 1 año.

Sin embargo, es preciso mencionar que a través de los canales de televisión internacional que son vistos por algunos colombianos se exponen comerciales promocionando destinos en el exterior.

VIII. OTRA INFORMACION RELEVANTE SOBRE EL MERCADO

PAÍS DE DESTINO	VISADOS	IMPUESTOS
ESTADOS UNIDOS	Si	Para todos los destinos se debe pagar un impuesto de salida (US \$35) y una tasa aeroportuaria que generalmente está incluida en los tiquetes (US \$33).
PANAMÁ	No	
ECUADOR	No	
ESPAÑA	Si	
VENEZUELA	Vía terrestre: No - Vía Aérea: Si	

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores y Aeronáutica Civil.

IX. CONTACTOS RELEVANTES (ASOCIACIONES, CÁMARAS DE COMERCIO, ETC.)

- Proexport: www.proexport.com.co
- Ministerio de comercio, Industria y Turismo: www.mincomercio.gov.co
- ANATO - Asociación Colombiana de Agencias de viajes y turismo: www.anato.org
- COTELCO - Asociación Hotelera y Turística de Colombia: www.cotelco.org
- ACOPET - Asociación Colombiana de Periodistas y Escritores de Turismo: www.acopet.com
- Fondo de Promoción Turística de Colombia: www.fondodepromocionturistica.com
- Colombia Travel: www.colombia.travel/es