

# ESTUDIO DE LA OFERTA TURISTICA NACIONAL - PRESTADORES DE SERVICIOS Y AUTORIDADES LOCALES-



CONSORCIO ALIANZA TURISTICA – FONDO DE  
PROMOCIÓN TURÍSTICA



GG SIGMA DOS COLOMBIA

Diciembre de 2011

# Contenido

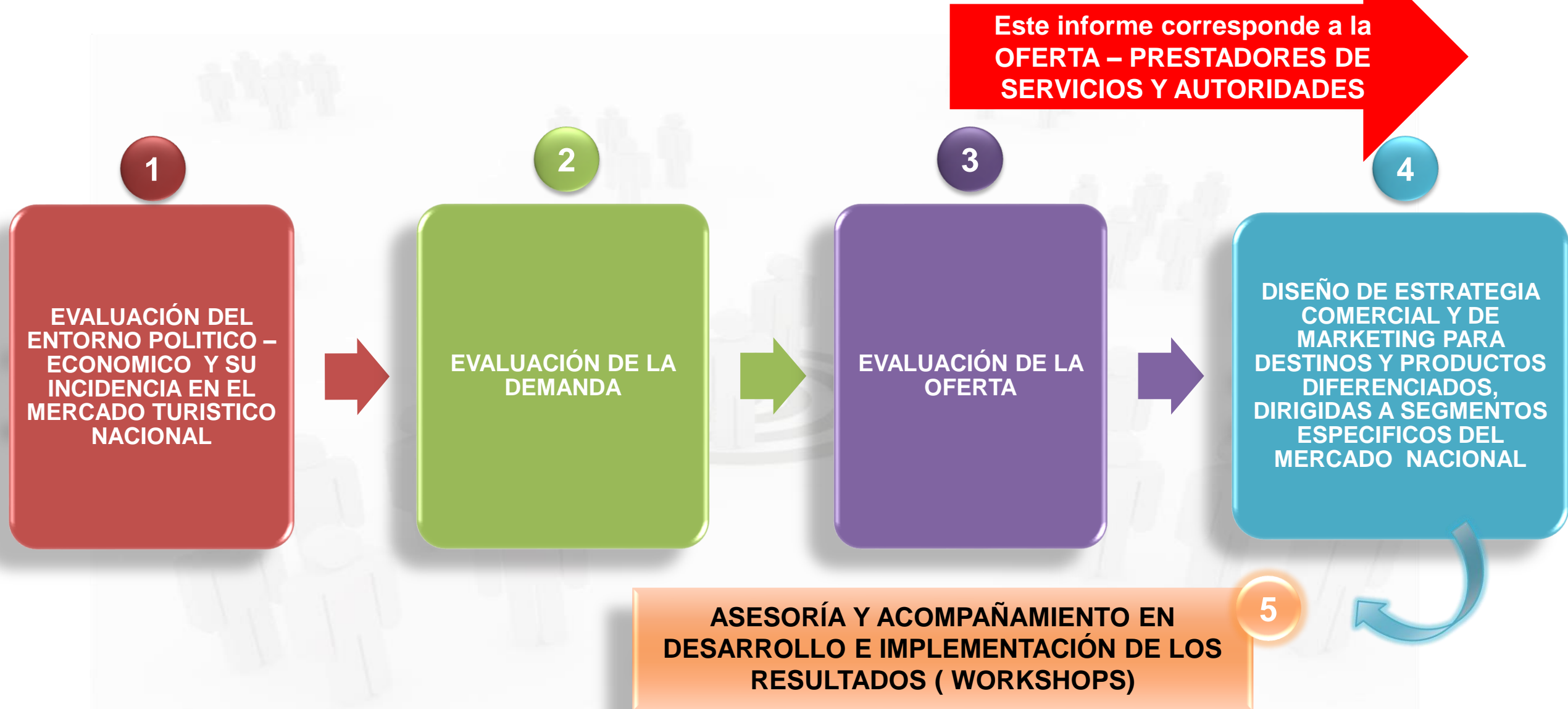
- 1. Conceptualización de la investigación: diseño técnico de la investigación global, ficha técnica y descripción del grupo objetivo de prestadores de servicios turísticos.**
- 2. Generalidades del Turismo Nacional**
- 3. Evaluación del destino/región**
- 4. Percepción de la gestión de las autoridades para el desarrollo turístico de los regiones/departamentos**
- 5. Evaluación de los productos ofrecidos por los operadores**
- 6. Percepción de una marca para la promoción de la región/departamento**
- 7. Puntos clave**



# 1. Conceptualización de la Investigación

- Diseño técnico de la investigación global
- Ficha técnica de la oferta – prestadores de servicios y autoridades
- Descripción de la muestra y prestadores y autoridades entrevistadas
- Consideraciones generales frente a los resultados de la investigación

# Diseño técnico de la investigación Global



# Evaluación del entorno político – económico y su incidencia en el mercado turístico nacional

EVALUACIÓN DEL ENTORNO  
POLÍTICO – ECONÓMICO Y SU  
INCIDENCIA EN EL MERCADO  
TURÍSTICO NACIONAL



¿CÓMO?  
CON RECURSOS DE  
INFORMACIÓN Y FUENTES  
SECUNDARIAS

# Evaluación del entorno político – económico y su incidencia en el mercado turístico nacional



## Temas de Análisis

- ✓ **Participación del sector turístico en la economía nacional**
- ✓ **Importancia de la economía turística en la generación de empleo a nivel nacional**
- ✓ **Papel institucional en el desarrollo de los destinos y productos turísticos**
- ✓ **Examen de la estructura institucional del sector en los diferentes niveles territoriales.**
- ✓ **A partir de la organización administrativa, análisis de casos piloto para observar niveles de inversión del sector público en los destinos turísticos - San Andrés, Cartagena, Quindío, Meta- y su relación con el grado de desarrollo de los mismos.**

# Evaluación del entorno político – económico y su incidencia en el mercado turístico nacional



Fuente

- Cifras Ingreso divisas por concepto de transporte de pasajeros y viajes . Banco de la República.
- Cifras del valor agregado generado por rubro relacionado con servicios de hotelería y restaurante, de las Cuentas Nacionales-DANE.
- Análisis de relaciones entre sector externo y balanza turística, y entre esta última y el PIB
- Análisis de relaciones entre grado de apertura y de cobertura turística del país, entre otros.
  - World Travel & Tourism Council.
  - Encuesta anual de servicios adelantada por el DANE.
  - Operación Hotelera de Colombia de COTELCO.
  - Censo Nacional de las Agencias de Viajes de ANATO.

# Evaluación del entorno político – económico y su incidencia en el mercado turístico nacional

## Descripción de la técnica de investigación fuentes secundarias

- Consiste en recurrir a fuentes existentes de información diferentes al consumidor final o a los oferentes de producto.
- Usualmente estas fuentes provienen de instituciones gubernamentales, gremios, u otras fuentes oficiales de información, incluso información de las empresas, siempre y cuando sean relevantes para el proyecto.
- Puntualmente para esta fase del proyecto se contó con la asesoría exclusiva de un consultor experto en turismo y en el análisis estratégico de información sectorial.



# Evaluación de la demanda

## Análisis de la Demanda

### FASE CUALITATIVA

Para definir hipótesis y bases instrumentos medición

**Observación participante**

**Sesiones de grupo**

### FASE CUANTITATIVA

Para comprobación de hipótesis y obtener información cuantitativa

**Entrevista estructurada en hogares**

TÉCNICAS



# Evaluación de la demanda

## Segmento objetivo

FASE CUALITATIVA

FASE CUANTITATIVA

Observación  
participante

Sesiones de grupo

Entrevista estructurada en  
hogares

HOMBRES Y MUJERES DE DIFERENTES CICLOS DE VIDA, EN PROCESO DE DEFINICIÓN DE UN PLAN DE VIAJE DENTRO DEL PAÍS:

TARGET:  
AL 6

HOMBRES Y MUJERES DE 18 EN ADELANTE, DE ESTRATOS 2

FILTRO:

QUE HAYAN REALIZADO UN VIAJE DE TURISMO O VACACIONES EN COLOMBIA EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES. SE ENTIENDE POR TURISTA EL QUE HAYA PASADO AL MENOS UNA NOCHE EN EL LUGAR DE DESTINO.

# Evaluación de la demanda

## Fase cualitativa Observación participante

### Distribución muestral

1. Observaciones Participantes	BOGOTÁ
•JÓVENES DE 18 A 25	2
•26 A 35 AÑOS	2
•36 A 60 AÑOS	2
•61 A MAS	2
	8



# Evaluación de la demanda

## Fase cualitativa Observación participante

### Descripción de la técnica de observación participante

- La observación participante de clientes, es una técnica mediante la cual, un psicólogo experto “acompaña” procesos reales de compra del producto/servicio a evaluar.
- El observador experto lleva una guía de observación con los temas globales a registrar, y profundiza durante el proceso –antes,durante,después del servicio- para clarificar la información obtenida a través de la observación.
- La gran ventaja de la técnica es que se basa en recoger la experiencia real de un cliente frente a una situación de compra de planes vacacionales, por lo cual permite validar y conocer los elementos realmente relevantes desde la perspectiva del usuario final.
- Es contundente para darnos información no evidente sobre el tema bajo estudio.

# Evaluación de la demanda

## Fase cualitativa Sesiones de grupo

### Distribución Muestral

EDADES	BOGOTÁ	CALI	MEDELLN	B/QUILL	B/MNGA	C/AGENA	CUCUTA	PEREIRA	PASTO	IBAGUE	V/DPAR	V/CEN	TOTAL S
JOVENES 18-25	1 Estratos 5 y 6		1 Estratos 3 y 4		1 Estrato 2		1 Estratos 3 y 4	1 Estratos 5 y 6			1 Estrato 2		6
25 A 35		1 Estratos 5 y 6		1 Estrato 2		1 Estratos 3 y 4			1 Estratos 3 y 4	1 Estratos 5 y 6		1 Estratos 3 y 4	6
36 A 60	1 Estratos 3 y 4		1 Estratos 5 y 6			1 Estratos 5 y 6	1 Estrato 2		1 Estratos 5 y 6		1 Estratos 3 y 4		6
61 A MÁS		1 Estrato 2		1 Estratos 5 y 6	1 Estratos 3 y 4			1 Estratos 3 y 4		1 Estrato 2		1 Estratos 5 y 6	6
TOTAL	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24

# Evaluación de la demanda

## Fase cualitativa Sesiones de grupo

### Descripción de la técnica

- Los focus groups o sesiones de grupo son reuniones de 10 a 12 personas, de características demográficas homogéneas, en las que se busca la profundización en algún tema específico.
- Son realizadas por un psicólogo, moderador experto, quien a través de una guía de discusión va obteniendo la información relevante.
- La gran ventaja de esta técnica es que a través de la interacción y la discusión de los asistentes, se enriquece la información y el planteamiento de diferentes puntos de vista.
- Más que buscar consensos, las sesiones de grupo buscan explorar todos los puntos de vista posibles alrededor de un concepto, producto o tema .
- Esta técnica es útil cuando se tratan productos y servicios masivos que no requieren espacios de intimidad para ser explorados.

# Evaluación de la demanda- Fase cuantitativa

## Entrevista estructurada en hogares

### Distribución muestral

3. ENTREVISTAS ESTRUCTURADAS/ ENCUESTAS	MUESTRA	ERROR DE MUESTREO
BOGOTA	480	4.5%
CALI	320	5.5%
MEDELLIN	320	5.5%
BARRANQUILLA	320	5.5%
CARTAGENA*	320	5.5%
BUCARAMANGA	320	5.5%
CUCUTA	320	5.5%
PEREIRA	320	5.5%
PASTO	320	5.5%
IBAGUE	320	5.5%
VALLEDUPAR O SANTA MARTA	320	5.5%
VILLAVICENCIO*	320	5.5%
<b>TOTAL</b>	<b>4000</b>	<b>1.5%</b>

# Evaluación de la demanda- Fase cuantitativa

## Entrevista estructurada en hogares

### Descripción de la técnica

- Esta consiste en realizar entrevistas totalmente estructuradas ó con preguntas cerradas, para obtener información concluyente respecto a las hipótesis del proyecto particular.
- Es una técnica cuantitativa que permite obtener información concluyente, aunque no aleatoria, en tiempos más reducidos.
- Las entrevistas se realizan de forma presencial en hogares.
- El diseño del cuestionario estuvo a cargo de Sigma Dos Colombia, con la asesoría de los expertos en mercadeo turístico, para su aprobación se presentó al MCIT- Viceministerio de Turismo.
- Se elaboró un manual para apoyar el trabajo de campo, que incluyó un marco conceptual sobre la metodología para la recolección de la información y conceptos o términos de turismo relevantes para el estudio.
- El equipo de trabajo de campo -Encuestadores, Supervisores y coordinadores de campo- recibió una capacitación sobre sobre el instrumento de recolección de información, la terminología utilizada y la metodología de recolección de la información.





# Evaluación de la demanda

## Fase cualitativa Sesiones de grupo

### Descripción de la técnica

Se realizó una crítica del 100% de los cuestionarios para eliminar incongruencias y recuperar información faltante.

Los cuestionarios fueron codificados, grabados y procesados mediante la utilización de un programa de tabulación cruzada.

Los resultados de esta fase fueron trabajados por el equipo de analistas y estadísticos, y de expertos en turismo, quienes realizaron el reporte final con las conclusiones y recomendaciones para esta fase.

Los resultados se procesaron bajo un software estadístico (SPSS), y se exportaron a Excel para dar cumplimiento a los entregables especificados en los términos de referencia.

# Evaluación de la oferta

## Diseño metodológico



PARA DEFIINIR HIPÓTESIS DE LA OFERTA DE DESTINOS Y PRODUCTOS.

FASE CUALITATIVA

FASE CUANTITATIVA

PARA COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS Y OBTENER INFORMACIÓN CUANTITATIVA

TÉCNICAS

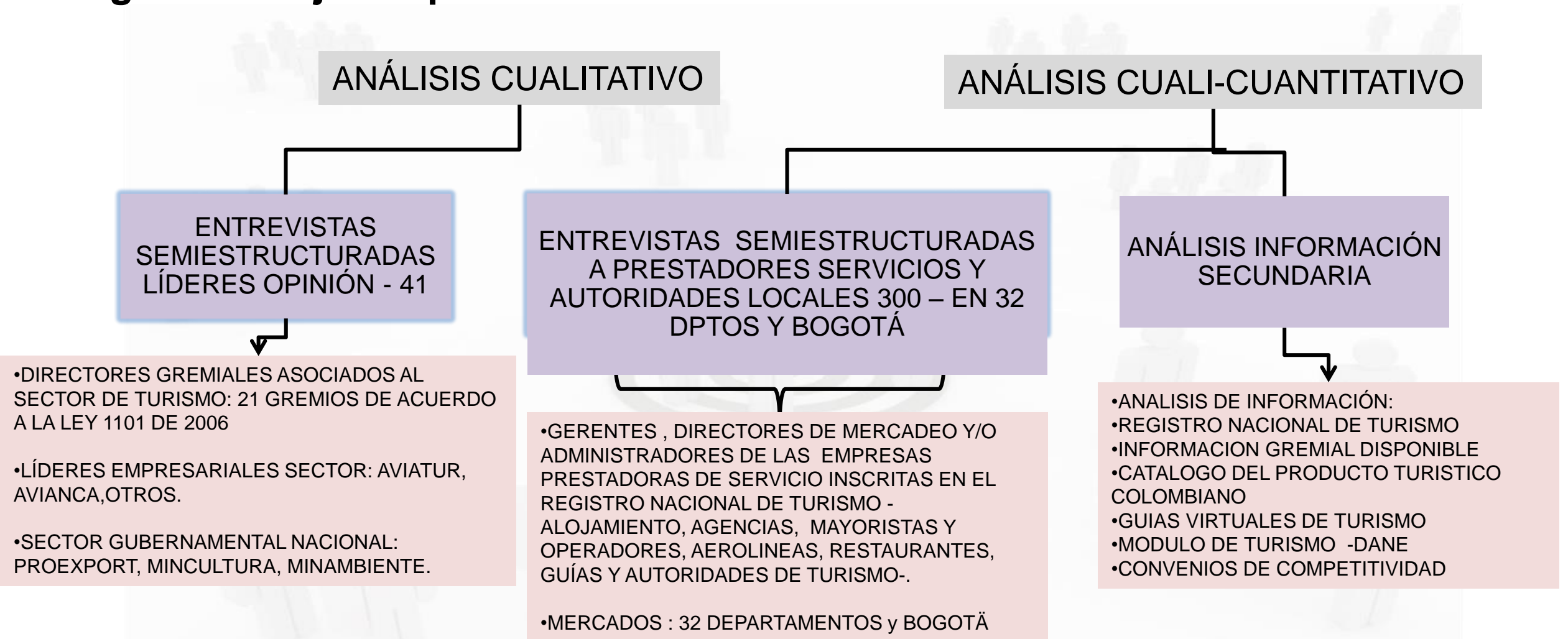
ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD LÍDERES OPINIÓN

ENTREVISTA A PROFUNDAD PRESTADORES SERVICIOS

INFORMACIÓN SECUNDARIA

# Evaluación de la oferta

## Segmento objetivo para la evaluación de la oferta



# Evaluación de la oferta

## Descripción de la técnica

- A través de esta técnica, se busca conocer la opinión, sentimientos y reacciones del entrevistado alrededor de un tema.
- Es especialmente útil en segmentos difíciles de agrupar –como altos ejecutivos, líderes de opinión, políticos, periodistas, entre otros- y en segmentos expertos, cuando se quiere aprender
- Las ventajas de la técnica son la obtención de información con un alto nivel de profundidad, además de la objetividad y desprevenida del entrevistado.
- Es una técnica cualitativa.

# Diseño de una estrategia comercial y de marketing para destinos y productos diferenciados, dirigida a segmentos específicos identificados del mercado nacional

Consolidación información a través de modelos de análisis y desarrollo de trabajo de campo complementario

MODELOS DE  
COMPETITIVIDAD  
TURÍSTICA

MODELO BCG: MATRIZ  
DE PRODUCTO

ANÁLISIS DOFA

BENCHMARKING:  
NACIONAL /  
INTERNACIONAL

ÍNDICES ANÁLISIS  
SATISFACCIÓN

RESULTADO:  
ESTRATEGIAS POR DESTINO

# Asesoría y Acompañamiento en desarrollo e implementación de los resultados – Valor agregado –

Taller seminario para accionar los planteamientos de políticas, lineamientos de mercadeo y estrategias

ENTES INVOLUCRADOS

MCIT –VICEMINISTERIO  
FONDO DE PROMOCION  
PROEXPORT

LÍDERES GREMIALES

EXPERTOS DEL  
SECTOR

GG SIGMA DOS  
COLOMBIA

ACADEMIA

RESULTADO:  
PLANES DE ACCIÓN DERIVADOS DEL PROYECTO ORIENTADOS A CONCRETAR Y ACCIONAR POLÍTICAS, ESTRATEGIAS Y LINEAMIENTOS.

# Asesoría y Acompañamiento en desarrollo e implementación de los resultados – Valor agregado –

## Descripción Workshop

- Consiste en un seminario taller con los entes claves involucrados en la gestión del proyecto, orientado a concretar y accionar los planteamientos del proyecto.
- Se realiza con la moderación de consultores expertos y teniendo como eje de la información la voz del consumidor y de los prestadores de servicio estudiados, para convertir en planes de acción concretos las conclusiones y recomendaciones del estudio, garantizando que estén en la mesa de discusión todas las partes involucradas.
- Estos workshops contarán con dos consultores expertos, uno en investigación de mercados y otro en turismo, y la asistencia de líderes gremiales.

# Asesoría y Acompañamiento en desarrollo e implementación de los resultados – Valor agregado –

## Descripción Workshop

- Se realizará un workshop para cada una de las siguientes zonas:
  - Costa Caribe
  - Santanderes
  - Eje Cafetero
  - Cali y Sur Occidente
  - Antioquía y Choco
  - Centro del país
- El MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, será responsable de la infraestructura, refrigerios y tiquetes aéreos para la realización de WorkShop.



# Ficha técnica de la oferta – Prestadores de Servicios y autoridades locales

<b>Objetivo General</b>	<b>Conocer la percepción del Turismo Nacional, desde la óptica de los prestadores de servicios turísticos y autoridades locales en cada uno de los departamentos del país.</b>
<b>Técnica</b>	<b>Entrevista telefónica a través un *cuestionario semi –estructurado.</b>
<b>Grupo Objetivo</b>	<b>Prestadores de servicios turísticos y autoridades locales</b>
<b>Mercado</b>	<b>Los 32 departamentos de Colombia</b>
<b>Tamaño de la muestra</b>	<b>309</b>
<b>Error muestra Total País</b>	<b>5,6%</b>
<b>Levantamiento de la información</b>	<b>16 al 30 de noviembre</b>

\*Cuestionario semi estructurado: es un cuestionario de preguntas abiertas, no existen variables preestablecidas para las respuestas de los entrevistados. Permite profundidad en las respuestas y no se limita a una serie de variables.

Es importante tener en cuenta que la muestra no permite un análisis representativo por regiones, ni por grupo objetivo; únicamente un análisis total país y, al interior, la observación de las tendencias por región de los resultados obtenidos.

# Descripción del grupo objetivo

## Por regiones y departamentos

Atlántico	2%
Bolívar	6%
Cesar	2%
Córdoba	2%
Guajira	2%
Magdalena	4%
San Andrés Islas	3%
Sucre	2%
<b>TOTAL</b>	<b>22%</b>
<b>Base</b>	<b>78</b>

Cauca	3%
Chocó	2%
Nariño	2%
Valle	6%
<b>TOTAL</b>	<b>13%</b>
<b>Base</b>	<b>38</b>

Arauca	5%
Casanare	1%
Meta	4%
Vichada	3%
<b>TOTAL</b>	<b>13%</b>
<b>Base</b>	<b>39</b>

Amazonas	3%
Caquetá	1%
Guaviare	4%
Putumayo	1%
Vaupés	0%
<b>TOTAL</b>	<b>9%</b>
<b>Base</b>	<b>27</b>

Antioquia	4%
Boyacá	2%
Caldas	4%
Bogotá	16%
Huila	5%
N. Santander	1%
Quindío	4%
Risaralda	3%
Santander	4%
Tolima	3%
<b>TOTAL</b>	<b>44%</b>
<b>Base</b>	<b>126</b>



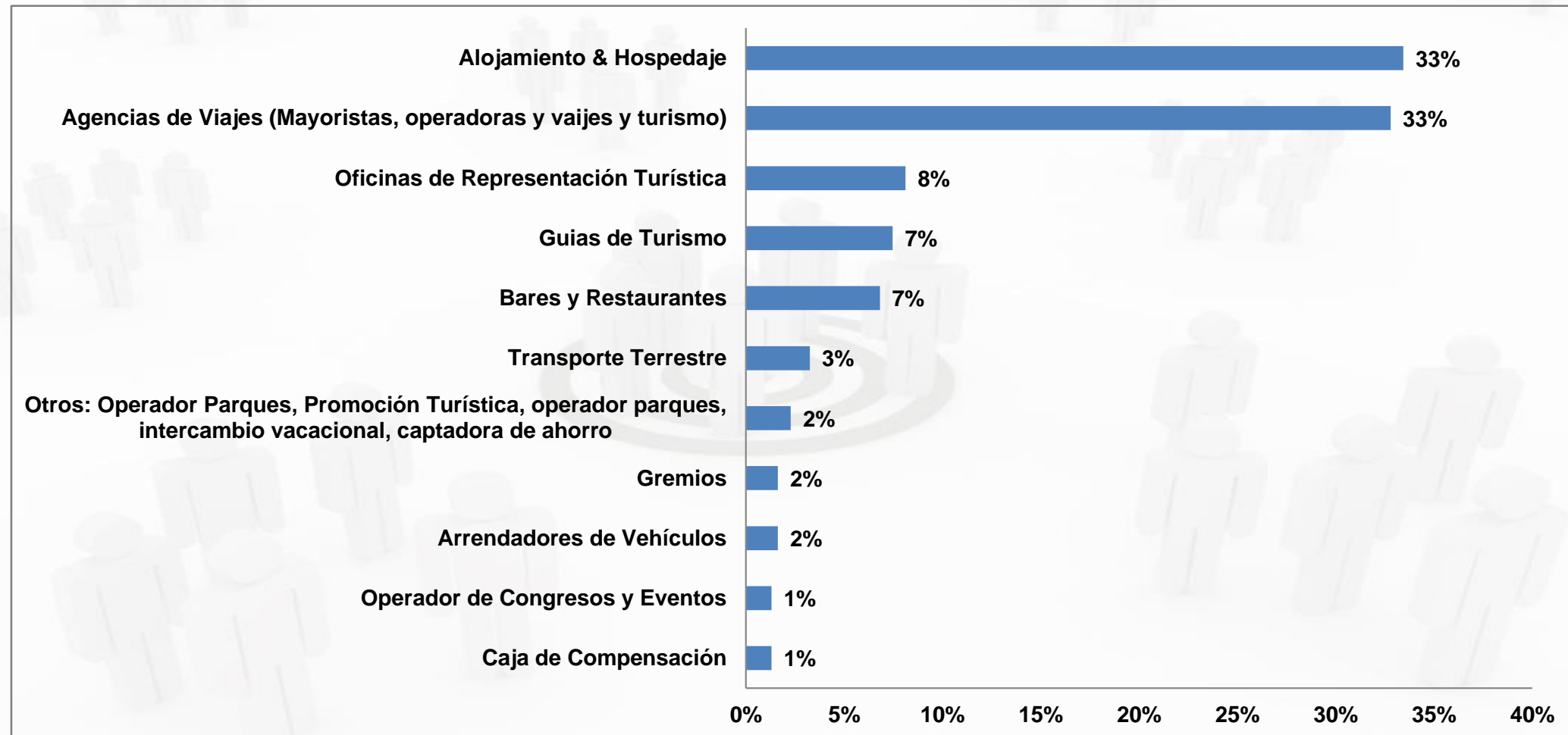
Es conveniente aclarar con respecto a la agrupación de departamentos de la región Andina, que el peso de Bogotá no genera sesgo, puesto que en la evaluación general; de destino; de producto, entre otras es homogénea. La oferta por parte de los prestadores no varía sustancialmente, es una región cuyos departamentos ofrecen en mayor medida productos de Cultura, Historia, Naturaleza y Ecoturismo.

Al interior del análisis se señalan las diferencias por departamentos de cada región en caso de requerirse.

# Descripción del grupo objetivo

Por tipo de prestador  
turístico o autoridad

Se entrevistó al presidente, gerente general, gerente comercial o de mercadeo y a la autoridad local de turismo.



Base: 308

# Descripción del grupo objetivo

## Por tipo de prestador o autoridad local vs. Región

GRUPO OBJETIVO	Total	Región				
		Atlántico	Pacífico	Andina	Orinoquia	Amazonia
Alojamiento & Hospedaje	33%	28%	34%	25%	64%	41%
Agencias de Viajes	33%	37%	34%	35%	18%	30%
Oficinas de Representación Turística	8%	8%	13%	6%	5%	15%
Guías de Turismo	7%	6%	8%	10%	3%	4%
Bares y Restaurantes	7%	12%	3%	7%	--	7%
Transporte Terrestre	3%	3%	3%	5%	3%	--
Arrendadores de Vehículos	2%	3%		2%	--	4%
Gremios	2%		3%	3%	--	--
Caja de Compensación	1%	1%		2%	3%	--
Otros: operador parques, promoción turística, operador parques, intercambio vacacional, captadora de ahorro	2%	1%	3%	2%	5%	--
Operador de Congresos y Eventos	1%	1%		2%	--	--
<b>BASE</b>	<b>308</b>	<b>78</b>	<b>38</b>	<b>126</b>	<b>39</b>	<b>27</b>

# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado	Fecha Entrevista
3	Arauca	Alojamiento	Hotel NovaPark	Administradora	Ángela Rodríguez	16-nov
146	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hotel de Paso MD	Gerente/Propietario	Santiago González	23-nov
147	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hotel Las tres palmas	Propietaria	Diana Angarita	23-nov
148	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hotel Arauca Capital	Gerente/Propietario	Salomón Hurtado	23-nov
149	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hostal Scala de Arauca	Administradora	Marily Granados	23-nov
150	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hotel Samaru	Gerente	Eusebio Caro	24-nov
151	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hotel Monteblanco	Gerente	Henry Alberto Lago	24-nov
152	Arauca	Otros (Compañía de intercambio vacacional)	Caja de Compensación Familiar de Arauca	Promotora de turismo	Olga Giraldo	25-nov
153	Arauca	Agencia de viajes y turismo	Araucatur	Gerente	Alfonso Santoyo	25-nov
154	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hotel los ejecutivos	Administrador	Vladimir Granados	25-nov
155	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hostal el Tabor	Propietario	Leonardo Fuentes	25-nov
156	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hotel Verano Plaza	Administrador	Emilse Barón	26-nov
157	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hostal Cima Real	Administrador	Yair Álvarez	26-nov
158	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hotel El Gran Viajero	Propietaria	Julia Hernández	28-nov
159	Arauca	Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Hotel Mi posada El Silencio	Propietaria	Leidy Santos H.	28-nov
222	Arbeláez	Autoridad	Alcaldía de Arbeláez	Jefe de ala oficina de Turismo de Arbeláez	William Rodríguez	26-nov
40	Armenia	Alojamiento	Hotel Zuldemanya		Martha Cecilia Jaramillo	23-nov
41	Armenia	Agencia Viajes	Turismo Colombia Net	Gerente	Jorge Iván Gutiérrez	23-nov
45	Armenia	Alojamiento	Hotel Maitamá	Gerente	Jaime Tobón Uribe	25-nov
46	Armenia	Guía de Turismo	Oficina de Representación Turística	Propietario	Pedro José León Ramírez	24-nov

# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado	Fecha Entrevista
104	ARMENIA	AGENCIA DE VIAJE (02)	TRAVEL Y TRAVEL LTDA	GERENTE/ TEL: 67497248	PATRICIA MUÑOZ	28-nov
106	ARMENIA	GOBIERNO	SECRETARIA DE TURISMO DEPARTAMENTAL	DIRECTORA/3175008143/67440264	MARIA NEILA APONTE VALENCIA	28-nov
109	ARMENIA	TRANSPORTE	EXPRESO CAFETERO S.A	GERENTE/67483366	JINA PAOLA GUTIERREZ	28-nov
110	ARMENIA	RESTAURANTE	ZALAMANDRA	GERENTE/3127765540/3004541059/67342880	AIDA TORREZ	28-nov
111	Armenia	Restaurante	La Tienda de los Mecatos	Gerente	Luis Bernardo Gallo	29-nov
112	ARMENIA	Operador Agencia de Viajes	Viajes Aéreo Armenia	Gerente	Soraya Hoyos D.	29-nov
187	ARMENIA	VIAJES Y TURISMO	ARMENIA TOURS LTDA/	GERENTE/3155296987	Teresa Valencia Atehortua	30-nov
23	Barranquilla	Agencia Viajes	Agencia de Viajes Costa Tours	Gerente	Elvira Ortega	22-nov
98	Barranquilla	Guía turístico	Mariluna Servicios Turísticos	Gerente	Martha Rincón	23-nov
99	Barranquilla	Viajes y Turismo	J.B. Travel	Gerente	Judy Meléndez	23-nov
100	Barranquilla	Hoteles	Hotel Majestic	Gerente	Luz Elena Buchaire	23-nov
101	Barranquilla	Gobierno	Gobernación de Barranquilla	Subsecretario de Turismo	Afif Simón Slebi	29-nov
102	Barranquilla	Viajes y Turismo	Agencia de Viajes Chauchar	Administradora	Marlene Cox	28-nov
24	Bogotá	Agencia Viajes	Excursiones y Representaciones Ltda..	Gerente General	Juan Leonardo Ramírez	22-nov
25	Bogotá	Agencia Viajes	Viajes Chapinero	Directora Mayoreo	Gloria Corredor	23-nov
60	Bogotá	Agencia Viajes	Aviatur S.A	Gerente General	Luis Carlos Bonil	22-nov
124	Bogotá	Viajes y Turismo	Prontur Viajes y Turismo	Propietario	Enrique Pardo García	23-nov
125	Bogotá	Viajes y Turismo	Ávila Amazonate.com	Coordinadora Administrativa	Martha Arbeláez	23-nov
126	Bogotá	Viajes y Turismo	Organización Record Beard Tourist	Gerente	Milton Fredy Rodríguez	23-nov
127	Bogotá	Viajes y Turismo	Continental de Viajes	Administrador	Héctor Lisandro Torres	26-nov
128	Bogotá	Arrendador de vehículos	National Rent A Car	Relacionista Pública	María Fernanda Ramírez	24-nov

# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado	Fecha Entrevista
129	Bogotá	Arrendador de vehículos	Avis Rent A Car	Jefe de Operaciones Alquiler	Janeth Carvajal Poveda	24-nov
130	Bogotá	Intercambio Vacacional	Interval International	Gerente Regional de Ventas y servicios	Ana Cristina Ortiz	24-nov
131	Bogotá	Operadora de congresos	Eventos Empresariales GB	Gerente	Gina Bohórquez	25-nov
160	Bogotá	Operador	Viajes de Luz	Gerente	Flor Alba Gesena	28-nov
206	Bogotá	Agencia Viajes	Expreso Viajes y Turismo Comercial	Ejecutiva Turismo Comercial	Sara Sierra	29-nov
207	Bogotá	Agencia Viajes	Rutas, Culturas y Caminos	Socio	Víctor Antonio Casas	29-nov
208	Bogotá	Agencia Viajes	Destino Extremo	Gerente	Irma Oviedo	30-nov
209	Bogotá	Guía Turístico	Wilson Ruíz Ruíz	Guía Turístico	Wilson Ruíz Ruíz	30-nov
210	Bogotá	Agencia de viajes y turismo	Celta Tours	Gerente	Camilo Gómez	30-nov
211	Bogotá	Alojamiento	Hostal Brisas	Gerente	Fabián Vallejo	30-nov
212	Bogotá	Alojamiento	Hostal Gran Chaparral	Gerente	Ernesto Chávez	30-nov
213	Bogotá	Agencia Viajes	Aviatur Toberín	Jefe de Oficina	Rubiel Rodríguez	01-dic
214	Bogotá	Agencia Viajes	Rosa Mayerly Ortiz	Agente de Viajes	Rosa Mayerly Ortiz	01-dic
215	Bogotá	Operador de eventos	Prosocultur Eventos Ltda..	Coordinador de Eventos	Adriana Gómez	01-dic
218	Bogotá	Operador Logístico	Grupo Hobby	Gerente Operaciones	Manuel Gómez	23-nov
220	Bogotá	Guía Turismo	Viajes Colombia Viva	Gerente	Dana María Sánchez	26-nov
221	Bogotá	Operadores	Editores	Gerente	Carlos Hernández	26-nov
223	Bogotá	Agencia Viajes Mayorista	Mundial de Viajes	Gerente	Miguel González	23-nov
254	Bogotá	Transporte Terrestre de Pasajeros	Turivans	Director de Calidad	Alexander Ovalle	01-dic
255	Bogotá	Agencia de viajes y turismo	Tutoures	Asesor de Viajes	Damián Romero	01-dic
256	Bogotá	Alojamiento	Aparta Hotel Chico 93	Gerente	Lilia Pardo	30-nov
257	Bogotá	Operador de eventos	Gómez Arguello Cenc	Administración y Operación	Ximena Hernández	30-nov
258	Bogotá	Bares y restaurantes	Casa de la Cerveza	Jefe de Servicio	Carlos Pineda	01-dic
259	Bogotá	Alojamiento y hospedaje	Hotel Diamante Internacional	Directora de Gestión	Franzua Morales	30-nov

# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado	Fecha Entrevista
260	Bogotá	Alojamiento	Lloyds Inmobiliaria SAS	Administrador	Raúl Obando	30-nov
261	Bogotá	Eventos	Organización Colombia ILLSA Hotel del Parque	Administradora	Dolores Guzmán	30-nov
263	Bogotá	Gremios	Cotelco	Directora Ejecutiva	María Patricia Guzmán	01-dic
267	Bogotá	Gastronomía	Piazzo Luna	Administradora	Carolina Gutiérrez	01-dic
268	Bogotá	Agencia de viajes y turismo	Ideal tour Ltda..	Jefe de Departamento de Mayoreo y eventos	Leonardo Esteban	02-dic
269	Bogotá	Alojamiento y hospedaje	Hotel Augusto	Gerente	Fernando Sáenz Posada	02-dic
270	Bogotá	Alojamiento y hospedaje	Hoteles Charleston S.A	Director	Mauricio Gómez	02-dic
271	Bogotá	Guía	Manuel Parada Gómez	Guía Turístico	Manuel Parada Gómez	01-dic
279	Bogotá	Agencia de viajes y turismo	FinColombia Destinos Alternativos	Propietario	Mauricio Cadena	01-dic
280	Bogotá	Alojamiento y hospedaje	Hotel Quintas de Normandía	Administrador	Carlos Acevedo	01-dic
281	Bogotá	Alojamiento y hospedaje	El Cafecito Café Hostal	Administrador	Jackeline Romero	01-dic
282	Bogotá	Agencia de viajes y turismo	Travel Time	Socia	Catalina Mora	01-dic
304	Bogotá	Operador	Argus Colombia	Representante Legal	Jonny Fernando López	03-dic
305	Bogotá	Operador	Casa Turística	Gerente	Peter Premianier	03-dic
306	Bogotá	Mayorista	Bable Travel Education	Gerente	Edgardo Moya	03-dic
74	Bucaramanga	Gremios	ANATO Capítulo Oriente	Gerente	Gloria Inés Cepeda	29-nov
77	Bucaramanga	Alojamiento	Hoteles Dann	Gerente	Héctor Cristancho	29-nov
85	Bucaramanga	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	HOTEL LAS BAHAMAS	Gerente/Propietario	Orlando Carvajal Villamizar	23-nov
233	Bucaramanga	Turismo Emisivo	Santur Ltda..	Encargada de Turismo	Martha Jones	01-dic
234	Bucaramanga	Caja de Compensación	Turismo Coomeva	Asesora Turismo	Silvia Mantilla	01-dic
235	Bucaramanga	Guía Turístico	Alfonso Ayala Porras	Gerente	Alfonso Ayala Porras	01-dic
236	Bucaramanga	Guía Turística	Agencia de Viajes Horizonte	Gerente	Marinéala Velosa	01-dic
237	Bucaramanga	Guía Turística	Global Turist	Gerente	Edelmira Carvajal	01-dic
283	Bucaramanga	Transporte	Transporte Piedecuesta	Junta Directiva	Yoinerida Hernández	02-dic
285	Bucaramanga	Ecoturismo	Agencia de Viajes Expedición Guane	Gerente	Viviana Rocío Pedraza	02-dic



# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado	Fecha Entrevista
6	Cali	Agencia Viajes	Viajes Calitur	Gerente	Ligia Ospina Suárez	17-nov
7	Cali	Agencia Viajes	Comercializar JETours SAS	Director Comercial	Elián rincón	22-nov
47	Cali	Agencia Viajes	Comercializadora Jetours	Directora Comercial	Claudia Gómez	26-nov
75	Cali	Alojamiento	Hotel Obelisco	Directora Comercial	Sandra Gutiérrez	29-nov
108	CALI	Alojamiento	HOTEL RADISSON		ADRIANA SABINO	28-nov
132	Cali	Hotel	Hotel Radisson Royal Cali	Jefe de Reservas	Marcela Ocampo López	28-nov
133	Cali	Viajes y Turismo	Comercializadora J E tours SAS	Contadora y Ventas	Claudia Palacios	28-nov
134	Cali	Alojamiento	Hotel Torre de Cali	Gerente de Mercadeo y Ventas	Isabela Victoria	29-nov
135	Cali	Transporte	Avis Rent A Car	Jefe de Agencia	María Fernanda Caicedo Garrido	29-nov
161	Cali	Agencia de Viajes	Viajes Calitur			23-nov
162	Cali	Alojamiento	Hotel Torre de Cali	Gerente de Mercadeo	Viviana Uribe	23-nov
163	Cali	Agencia de Viajes	Panturismo Belmonte	Gerente de Mercadeo	Daniel Gutiérrez	24-nov
226	Cali	Gobierno	Oficina de Turismo	Coordinadora	Bania Guerreño Ramos	01-dic
253	Cali	Alojamiento	Hostal Cali Real Ltda..	Secretaria de Gerencia	Claudia Rocío Blandón	02-dic
262	Cali	Alojamiento	Casa del Turismo en Colombia Ltda..	Asistente de Gerencia	Leydi Yaneth Mondragón Sandoval	02-dic
264	Cali	Gobierno	Oficina de Turismo Secretaria de Cultura y Turismo	Asesora en Planificación	Dulce María Peña	01-dic
265	Cali	Agencia de Viajes	Circular de Viajes	Directora de Servicio Regional	Betty Castro	01-dic
266	Cali	Agencia de Viajes	Pista Tours Ltda..	Directora Administrativa	Paula Andrea Mera	01-dic
2	Cartagena	Agencia Viajes	Juncha Tour de Palenque	Administrador	Miguel Obeso	16-nov
61	Cartagena	Agencia Viajes	Gema Tours	Administrador	Ivett Arana	24-nov
62	Cartagena	Restaurante	Restaurante La Bruschetta	Gerente	Álvaro Arévalo	22-nov
63	Cartagena	Alojamiento	Hotel Santa Cruz	Administrador	Adrian Torres Ruiz	23-nov
64	Cartagena	Transporte ecoturismo	Empresa Asociativa de Trabajo Los Arriberos	Presidente	Eduardo Jiménez C.	22-nov
65	Cartagena	Alquiler de Vehículos	Car y Renta	Auxiliar de Ventas	Sofía González	24-nov

# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado
66	Cartagena	Transporte	Emcooprotur	Representante Legal	Fernando Arnedo Tinoco
67	Cartagena	Agencia Viajes	Agencia de Viajes Paraíso	Propietario	Jaime García
68	Cartagena	Alojamiento	Hotel Monterrey	Gerente	Rafael Cuestas
69	Cartagena	Guía Turística	Manuel Teheran Julio Chiva Rumbera	Guía de Turismo	Dionisio Herrera
70	Cartagena	Restaurante	Restaurante y Bar Pacos	Administradora/Gerente	Mercedes Suárez
182	Cartagena	Operador de Congresos	Centro de Convenciones	Gestión y Calidad	Gustavo Ortiz
183	Cartagena	Gobierno	Corporación de Turismo de Cartagena	Director de Planeación	Irwin Pérez Muñoz
274	Cartagena	Alojamiento y hospedaje	Hotel Agua	Propietario	Gustavo Pinto
275	Cartagena	Renta de Carros	Dager Tour	Gerente Administrativo	Alba Dager
276	Cartagena	Agencia de viajes y turismo	Viajes Bole	Coordinadora	Gloria Díaz
277	Cartagena	Agencia de viajes y turismo	Over Rabbit	Asesora	Anahí Cogollo
278	Cartagena	Guía	Nidia Núñez	Guía Turístico	Nidia Núñez
	Cartagena	Gobierno	Corporación de Turismo de Cartagena		Irwin Pérez/Jorge Barve
184	Coveñas	Agencia de viajes y turismo	Destino Morrosquillo	Administradora	Mary González
113	Cúcuta	Hotel	Hotel Amarú	Gerente	Ricardo Romero
114	Cúcuta	Hotel	hotel La embajada Antioqueña	Administrador	Ricardo Álvarez M.
115	Cúcuta	Mayorista	Tasajero tours	Tiqueteadora nacional	Dora María González
116	Cúcuta	Operadores	Organización interactiva de eventos	Directora comercial	Mayra Carolina García
83	Florencia	ESTABLECIMIENTO DE GASTRONOMIA, BARES Y NEGOCIOS SIMILARES DE INTERES TURISTICO	HOTEL KAMANI	Administrador	Yaneth Pala
84	Florencia	ESTABLECIMIENTO DE GASTRONOMIA, BARES Y NEGOCIOS SIMILARES DE INTERES TURISTICO	RESIDENCIA LUPE	Administrador	Fernando Vera
137	Huila	Bar Restaurante y Alojamiento	Casa Tarzán	Propietaria	Dally Yanith Valdes Portilla
238	Ibagué	Viajes y Turismo	Beraca Travel		William Ricardo Tocora Aragón
174	Ibagué	Alojamiento y hospedaje	Cecitours		Aurora Cecilia Triviño
175	Ibagué	Agencia de viajes y turismo	Pijao Tours	Director	René Suarez
176	Ibagué	Agencia de Viajes	Beraca Travel	Representante Legal	William
177	Ibagué		Directos xxxxx		Antonio Chávez
178	Ibagué	Transporte	Chivas y Tours	Representante Legal	J. Camilo Gutiérrez
179	Ibagué	Agencia de viajes y turismo	Andariegos Turismo Rutas y Destinos		Fabián Barbosa

# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado	Fecha Entrevistada
35	Manizales	Agencia Viajes	Viajes Agentur	Gerente	Cristina Londoño Osorio	21-nov
36	Manizales	Guía Turística	Paula Andrea Serna	Guía de Turismo	Paula Andrea Serna	22-nov
37	Manizales	Viajes y turismo	Turizman	Gerente comercial	Sandra Vandenvanden	22-nov
39	Manizales		Simón dice y Milagros	Gerente	Camilo Lopera	23-nov
165	Manizales		Fundación Ecosocial	Presidente	Irma Giraldo	30-nov
188	Manizales	GOBIERNO	SECRETARIO/68842400	SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO	PEDRA A. ZARATE V.	30-nov
189	Manizales	GOBIERNO	DIRECTORA/68720420	INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO	CAROLINA VASQUEZ BOTERO	30-nov
294	MEDELLIN	RESTAURANTE	RESTAURANTE BAR NUQUI	Propietaria/45129694745131425	MONICA MARIA GUTIERREZ	01-dic
297	MEDELLIN	HOTEL (01)	HOTEL PARK 10	GERENTE/43106060	JUAN DAVID MONSALVE	02-dic
298	MEDELLIN	RESTAURANTE	RESTAURANTE LA PROVINCIA	GERENTE/43110630	MARIA ADELAIDA MORENO C	02-dic
301	MEDELLIN	HOTEL (01)	CONFENALCO PARQUE PIEDRAS BLANCAS	GERENTE/44601100	LYDA DE YANIRA HERNANDEZ	03-dic
1	Medellín	Alojamiento	Hotel Parador del Gitano	Propietario	Jairo Restrepo	21-nov
38	Medellín	Agencia Viajes	Viajes Bolívar Ltda..	Gerente	Jaime Humberto Anzola	23-nov
42	Medellín	Gobierno	Directora departamental de Desarrollo Turístico	Directora	Victoria Eugenia Ramírez	24-nov
44	Medellín	Agencia Viajes	Turismo Total	Directora	Gloria Patricia Villegas	24-nov
103	Medellín	HOTEL (01)	HOTEL NUEVO SAMARITANO	GERENTE/ TEL: 42513687	HECTOR IGNACIO CHICA	28-nov
191	Medellín	RESTAURANTE	GERENTE/43117602	SAN CARBON MEDELLIN	FEDERICO MIRANDA	30-nov
192	Medellín	HOTEL (01)	ADMINISTRADORA/45221316	HOTEL METROPOLITANO	MARIA CECILIA GRANDA	30-nov
219	Mitú	Autoridad	gobernación del Vaupés	Secretaria de Planeación	Doris Pérez	25-nov
86	Mocoa	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	HOTEL MARLI PLAZA	GERENTE	Manuel Orlando Estrada Villota	24-nov
87	Mocoa	AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO	ECO AVENTURAS DEL SUR	GUÍA DE TURISMO	Paulo Narváez	24-nov
138	Montería	Alojamiento	Hotel Montería Real	Administradora	Maura Salgado	29-nov
139	Montería	Agencia de viajes	Agencia Montería Tours	Gerente	Roberto Cueter Chalita	29-nov
140	Montería	Agencia de Viajes y Turismo	Agencia de Viajes y Turismo Conexiones Ltda.	Gerente	Oscar Herrera	29-nov
143	Montería	Alojamiento	Hotel Platinum	Recepcionista Encargada	Lizbeth Díaz	23-nov

# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado	Fecha Entrevista
144	Montería	Operadores	Turismo Eventos y Contactos	Administradora	Piedad Agamez	23-nov
145	Montería	Operadores	Ecotures de Colombia	Director Comercial	Germán Vuelvas	23-nov
56	Nariño-Pasto	Agencia Viajes	Aventura por Nariño	Gerente	Mario Rosero	24-nov
73	Nariño-Pasto	Ecoturismo	Centro Ecoturístico Piraroku	Administradora	Liliana Guerrero	28-nov
12	Nariño-Tumaco	Alojamiento	Flores Z y Cía. S.C.A. Los Corales Complejo hotelero	Director Comercial	Solanlly Vargas	23-nov
4	Neiva	Agencia Viajes	Agencia de Viajes y Turismo Zaira	Gerente	Hermelinda Velásquez	23-nov
5	Neiva	Alojamiento	Merlot Hotel Boutique Zen	Gerente	Andrea del Pilar Iriarte	23-nov
48	Neiva	Guía Turística	Asociación de Guías Turísticos	Gerente	Jorge Enrique Hurtado	26-nov
54	Neiva	Agencia Viajes	HuilTour	Gerente	Denir Yesid Ramírez	25-nov
58	Neiva	Restaurante	Restaurante La Casa del Folclor	Gerente	Víctor Charri	24-nov
59	Neiva	Transporte	Ecotour Huila Ltda..	Gerente	Edilson Ducuara	24-nov
78	Neiva	Aparta hotel	Aparta Hotel Los Cerezos	Dirección Administrativa	Diana Jimena Aguilar	29-nov
224	Neiva	Gobierno	Oficina Municipal de Turismo	Directora	Teresa Penagos	01-dic
225	Neiva	Gremios	Cotelco	Directora Ejecutiva	Liliana Serrano	01-dic
229	Neiva	Caja de Compensación	Comfamiliar del Huila	Secretario General	Harold Salamanca	01-dic
230	Neiva	Centro Vacacional	Isabel Sepúlveda	Gerente	Playa Juncal	01-dic
164	Paipa-Boyacá	Guía de Turismo	Fundación Muisca Caminatas y Turismo	Guía de turismo	Nelcy López	30-nov
49	Pasto-Nariño	Restaurante	Restaurante Sanbor Nariñense	Gerente	Mariela Córdoba	25-nov
76	Pasto-Nariño	Alojamiento	Hotel Agualongo	Gerente	Alix Quintero	29-nov
141	Pasto-Nariño	Gobierno	Secretaría Municipal de Turismo	Socióloga	Mónica Donoso	29-nov
142	Pasto-Nariño	Guía turística/ Agencia de Viajes	Representaciones Turísticas Internacional ISOLINE	Gerente	Isoline Quintero	29-nov
43	Pereira	Alojamiento	Robín Alexander Meza	Propietario	Robín Alexander Meza	24-nov
105	PEREIRA	GOBIERNO	SECRETARIA DE TURISMO DEPARTAMENTAL	DIRECTOR/TEL 63386603/3163600620	DIEGO ORDUZ	28-nov
107	PEREIRA	MAYORISTA	VIAJES MUNDICOL /LOPEZ Y GARCIA LTDA/	GERENTE/63354480	CIELO GARCIA	28-nov
190	PEREIRA	HOTEL (01)	ASISTENTE ADMINISTRATIVA/63215960	HOTEL ANVAMAR	ERIKA RICAURTE	30-nov
295	PEREIRA	HOTEL (01)	HOTEL PEREIRA	GERENTE Y PRESIDENTE COTELCO/63113300/3321	MARIA CECILIA JIMENEZ	01-dic
296	PEREIRA	RESTAURANTE	IL FORNO	Propietaria/63250802	MARIA LUCIA DE AGUDELO	01-dic
299	PEREIRA	HOTEL (01)	HOTEL LAS PALMAS	GERENTE/67479284/3113150365	FERNANDO SALAZAR	02-dic

# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado	Fecha Entrevista
300	PEREIRA	ALOJAMIENTO RURAL	FINCA EL PARTENON	GERENTE DUEÑA/63379366	GLORIA QUICENO	03-dic
302	PEREIRA	HOTEL (01)	HOTEL TORREON	TESORERA AUDITORA/63360340	BEATRIZ BLANDON	03-dic
303	PEREIRA	HOTEL (01)	HOTEL BENIDOR	AUDITORA/63153800	AURA LORENA ALVAREZ	03-dic
232	Pitalito-Huila	Operador de Turismo	IVAN HOYOS Servicios Turísticos Ltda..	Director Turismo Receptivo	Iván Hoyos	01-dic
117	Popayán	Agencia de viajes Mayoristas	Avialoil Alianza Ltda.. Convenio con Caja de Compensación	Asesora Comercial	Mercedes Fino Córdoba	28-nov
118	Popayán	Alojamiento	Hotel el Recuerdo	Auxiliar Administrativo	Gloria Sara Guevara	25-nov
119	Popayán	Alojamiento	Hotel Valle de Pubenza	Administradora	Alba Lucía Cifuentes	25-nov
120	Popayán	Alojamiento	Hotel La Casona Del Virrey	Recepcionista	Yaneth Delgado	25-nov
121	Popayán	Agencia de viajes Mayoristas	Altur Agencia De Viajes	Gerente	Nury Stella Solarte	26-nov
122	Popayán	Guía de Turismo	María Del Carmen Torres	Guía de Turismo	María Del Carmen Torres	26-nov
123	Popayán	Guía de Turismo	José Fernando Parra Torres	Guía de Turismo	José Fernando Parra Torres	26-nov
245	Popayán	Gobierno	Gobernación del Cauca	Coordinador de Turismo	Jaime Burbano	01-dic
240	Puerto Carreño	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	HOTEL LOS DELFINES DEL ORINOCO	Propietario	Jesús Guillermo Toro López	24-nov
242	Puerto Carreño	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	CARREÑO PLAZA HOTEL	Propietario	Nayibe Muñoz	24-nov
243	Puerto Carreño	Gobierno	Secretaria Departamental de Cultura y Turismo	Coordinador de Turismo	Guillermo	24-nov
286	Puerto Carreño	Alojamiento y hospedaje	Vichada Exótica	Propietario	Rosevelt Rodríguez	29-nov
287	Puerto Carreño	Alojamiento	Hotel Martha Elena	Propietario	Gerardo Mahecha	29-nov
289	Puerto Carreño	Agencia de Viajes	Agencia de Viajes Turapezca	Propietario	Alirio Rendón	26-nov
290	Puerto Carreño	Alojamiento	Hotel Lago de Oriente	Propietaria	Martha Cecilia Silva	30-nov
292	Puerto Carreño	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	HOTEL LA VORAGINE DE PUERTO CARREÑO	Propietario	Cicerón González	30-nov
293	Puerto Carreño	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO	Agencia de Viajes y Turismo Orinoco Mágico	Propietario	Abelardo López	30-nov
21	Putumayo	Agencia Viajes	Mocoatours	Gerente General	Harold Wilson López	22-nov
89	Quibdó	Viajes y Turismo	Viajes Truando	Gerente	Aura Castillo	24-nov
90	Quibdó	Hotel	Hotel Stephany	Dueño	Álvaro Álvarez	24-nov

# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado	Fecha Entrevistada
91	Quibdó	Servicios Aéreo	Servicios Aeroportuarios Coordinados	Gerente	Luz Colombia	24-nov
92	Quibdó	Gremios	Asociación de Hoteleros de Nuqui y Bahía Solano	Presidente	Rodrigo Fajardo	28-nov
93	Quibdó	Gremios	Gobernación de Choco	Jefe de Turismo	Leonadis Tagua	28-nov
14	Riohacha	Arrendadores Vehículos	Tours la guajira	Administrador	Ermis Ortega	02-dic
26	Riohacha	Agencia Viajes	Agencia Guajira Mágica	Reservas y Tiquetes Aéreos	Ligia Santiago	24-nov
186	Riohacha	Alojamiento	Hotel Arimaca	Subgerente	Manuel Julián Oliveros	29-nov
216	Riohacha	Restaurante	Restaurante Bar la Tinaja	Administradora delegada	Derly Beth Arnau	30-nov
217	Riohacha	Posada Turística	Hotel Damaris- Cabo de la Vela	Administradora-Propietaria	Damaris Mangual	30-nov
172	San Agustín	Hostal	Hostal Alto de los andaquies	Administradora	Sonia Calderón	30-nov
50	San Andrés Islas	Guía Turística	Island Tour Alianza Ltda..	Gerente	Gloria Amparo Correa Aldana	25-nov
51	San Andrés Islas	Agencia Viajes	Nobitours Viajes y Turismo	Gerente	Luz Dary Villada	25-nov
52	San Andrés Islas	Caja de Compensación	Cajasai	Coordinadora de Turismo	Linne Davis	25-nov
53	San Andrés Islas	Ecoturismo	Dairo Centro de Snorkelling y Ecoturismo	Gerente	Dairo Cuenca	25-nov
55	San Andrés Islas	Gastronomía	Acodres San Andrés	Gerente	Carlos Franco Cubillos	24-nov
170	San Andrés Islas	Alojamiento	Hotel Verde Mar	Supervisora de Turismo	María Isabel Barato	30-nov
171	San Andrés Islas	Restaurante-Alojamiento	Hotel Sol Caribe	Gerente	Milton López	30-nov
173	San Andrés Islas	Alojamiento	Viajes Portofino	Asistente de Gerencia	Martha Castellote	30-nov
199	San José Guaviare	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO	Viajes Orión	Propietario	Jaime Jaramillo	24-nov
200	San José Guaviare	Alojamiento	Hotel Resort Las Palmas	Administrador	Libardo	25-nov
201	San José Guaviare	Alojamiento	Hotel Wimpy	Propietaria	María Deyder Naranjo	25-nov
202	San José Guaviare	Alojamiento	Hotel San José Capital	Coordinadora	Zully Constanza Rivera	25-nov
203	San José Guaviare	Alojamiento	Los Ángeles de San José	Propietaria	Indira	25-nov
204	San José Guaviare	Alojamiento	Hotel Orinoco	Administradora	Nayibe Muñoz	25-nov
205	San José Guaviare	Alojamiento	Hotel Pórtico Suite	Administrador	William Pérez	25-nov

# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado	Fecha Entrevistada
251	San José Guaviare	Autoridad	Secretaría Municipal de Cultura y Turismo	Secretaria encargada		30-nov
252	San José Guaviare	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	HOTEL REAL PRIMAVERA	Propietario	Alexander Arley Bermúdez Lasso	25-nov
288	San José Guaviare	Alojamiento	Hotel Aeropuerto	Administradora	Yorleidy Alvernia	28-nov
291	San José Guaviare	Alojamiento y hospedaje	Guaviare Comercial	Propietario	Roberto Becerra	30-nov
19	San Martín Meta	Parque Temático Hospedaje	Colombia Ostrich EU	Gerente General	Javier Téllez	22-nov
8	Santa Martha	Alojamiento	Getaway Tú Colombia	Director	Javier Fernando Sánchez	21-nov
13	Santa Martha	Agencia Viajes	Eureka Tours	Gerente General	Eudoro Acosta Daza	22-nov
16	Santa Martha	Operador de Parque	Expedición Tayrona	Gerente	Gerardo Guerreo	21-nov
20	Santa Martha	Ecoturismo	Agencia Operadora de Turismo	Asistente Administrativa	Lina Castillo	22-nov
94	Santa Martha	Viajes y Turismo	Viajes Chayrama	Gerente	Patricia Avendaño	24-nov
95	Santa Martha	Restaurante	Presto Ocean Mall	Coordinadora de Punto	Byanis Cortés	24-nov
96	Santa Martha	Hotel	Hotel Santamar	Gerente	Carlos Leal	24-nov
97	Santa Martha	Gobierno	Gobernación del Magdalena	Coordinador de Turismo	Pedro Bonilla	28-nov
169	Santa Martha	Alojamiento	Bienes Ltda..	Gerente	Felicia Carrillo solano	30-nov
247	Santa Martha	Alojamiento	Irotama Resort	Gerente Comercial	Diana Betancourt	21-nov
272	Santa Martha	Guía	William Navarro	Guía Turístico	William Navarro	02-dic
273	Santa Martha	Alojamiento y hospedaje	Inversiones Camo	Propietario	Carmelo Morel	02-dic
246	Santander	Gobierno	Corporación Mixta de Promoción de Santander	Directora Ejecutiva	Lina Mercedes Silva	01-dic
307	Sincelejo	Agencia de viajes	Agencia de Viajes Paraíso	Gerente	Sofía mena	03-dic
27	Sincelejo	Agencia Viajes	Turismo del Morrosquillo Ltda..	Contadora	Rosario Herrera	24-nov
72	Sincelejo	Gobierno	Gobernación del Sucre	Profesional Especializado	Miguel Antonio Herrera Luna	28-nov
309	Sucre	Hotel	Hotel Eco Resort la iguana	Gerente	Patricia Jiménez	03-dic
248	Tolú-Sucre	Operador turismo	Mundo Mar	Administrador	Alejandro Urrea	01-dic
88	Tunja	AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO	MAPANI TOUR S OPC	DIRECTOR EJECUTIVO	Julio Ernesto Gómez	24-nov

# Base de datos entrevistada

No. Enc.	Ciudad	Tipo de operador	Nombre de la empresa/entidad entrevistada	Cargo de la persona entrevistada	Nombre Entrevistado	Fecha Entrevistada
166	Tunja	Agencia de Viajes	Travels Caribbean Colombia	Gerente	Elizabeth Hernández	30-nov
168	Tunja	Alojamiento	Hotel Hunza	Gerente	Vidal Vanegas	30-nov
227	Tunja	Posada Turística-Bares-Restaurantes	Hotel Posada San Laureano	Gerente-Propietario	Jairo Mauricio Palacios	01-dic
228	Tunja	Gobierno	Secretaria Municipal de Cultura y Turismo	Secretario Municipal de Cultura y Turismo	Julio Emiro López	01-dic
136	Uribía-La Guajira	Agencia de Viajes y Turismo	KaishiTravel	Director Comercial	Andrés Delgado	29-nov
28	Valledupar	Gobierno	Casa Municipal de la Cultura de Valledupar	Director	Julio César Daza	23-nov
79	Valledupar	Hotel	Tativa Hotel - Al Hotel		Dora Jazmín Pérez	29-nov
185	Valledupar	Agencia de viajes y turismo	Avianca Oficina Centro de Valledupar	Asistente de Gerencia	Clara Inés Granadilla	26-nov
249	Valledupar	Transporte	Transportes Mansol SAS	Encargado sucursal	Balmero Anaya	01-dic
308	Valledupar	Agencia de viajes	Fénix Tours	Gerente	Fénix Fernández	03-dic
167	Villa de Leiva	Operador Turismo y Transporte	Colombia Natural	Gerente	Oscar Evelio Rueda	30-nov
9	Villavicencio	Ecoturismo	Vergel Servicios Turísticos	Gerente General	Ramón Darío Vergel	22-nov
10	Villavicencio	Gobierno	Instituto de Turismo del Meta	Asistente de Gerencia	César Alfonso Vaca	21-nov
11	Villavicencio	Alojamiento	Agencia de Viajes Operadora Hotel Marlon	Gerente	Alejandro Forero	23-nov
15	Villavicencio	Alojamiento	Hotel del Llano	Director Ejecutivo de Ventas	Rafael Paternina Daza	23-nov
17	Villavicencio	Alojamiento	Inversiones MRH S.A.S	Director Comercial	Leonardo Muñoz Matiz	23-nov
18	Villavicencio	Alojamiento	Finca La Zarabanda	Gerente	Orlando Zarabanda	23-nov
22	Villavicencio	Transporte Terrestre	Chivas tours de los llanos	Director	Nelson Arturo Quiroga	21-nov
57	Villavicencio	Ecoturismo	Marsella Hacienda Ecoturismo	Directora comercial	Silvia Ximena Nieto Gechem	24-nov
71	Villavicencio	Caja de Compensación	Cofrem	Coordinadora de Turismo	Sandra Liliana Herrera	28-nov
231	Villavicencio	Agencia de Viajes y Turismo	Agencia de Viajes y Turismo Mar Verde	Gerente	Dora Ninza Ortiz Pérez	01-dic
284	Villavicencio	Cabaña	Rancho El Potrillo	Gerente	Gilberto Traslavina	02-dic
80	Yopal	GUIA DE TURISMO	HOSTAL AY SI SI	Propietario	Leonardo Andrés Rojas	23-nov
81	Yopal	EMPRESA CAPTADORA DE AHORRO PARA VIAJES Y EMPRESAS DE SERVICIOS TURISTICOS PREPAGADOS	HOSPEDAJE RUSIO MORO	Administrador	Derly Valera	23-nov
82	Yopal	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	HOTEL HOSTAL DEL PARQUE	Administrador	Giovanni Porras	23-nov



# Consideraciones generales a la Investigación

Los resultados obtenidos en cuanto a **producto** se refiere por parte de los Prestadores de Servicios Turísticos, presentan un particularidad a nivel general que es conveniente mencionar y que podría ser parte de una conclusión de la investigación.

- **Los productos están sobre puestos:**

Al referirse a **naturaleza** muchos de los prestadores incluyen dentro de este concepto **Ecoturismo** y **Turismo Ecológico**.

Se sobreponen también el **Turismo Cultural, Histórico** y **Religioso**; en algunos casos se mencionan independientemente y en otros; el cultural, abarca los tres conceptos. También incluyen en menor medida dentro del grupo al **Etnoturismo**.

# Consideraciones generales a la Investigación

- **Todos ofrecen todo**

Y por otro lado, se observa como a **nivel de destinos**; la geografía colombiana permite que todos puedan ofrecer casi la totalidad de los **productos turísticos** clasificados en **El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**.

Sólo existen **excepciones**, como el producto **Sol y Playa**, que se ofrece en las regiones donde el departamento tiene el recurso (región Caribe y Pacífica). Claro está, que a pesar de que los destinos ofrecen la mayoría de productos en todas las regiones; cada uno por obvias razones tiene su especialidad dependiendo de lo que sobre sale en cada una ellas.

Sin embargo **todas las regiones y sus departamentos** consideran que pueden ofrecer en igual medida, productos de naturaleza, culturales e históricos; todos cuentan con naturaleza, todos cuentan con historia, todos cuentan con cultura.

# Consideraciones generales a la Investigación

- Todos ofrecen todo

Otro comportamiento general de la Investigación, tiene que ver con los **Prestadores de Servicios** que participaron en ésta. Independientemente de que se haya entrevistado el Sector Hotelero, Restaurantes, Guías Turísticos, Agencias de Viajes, Transportadores; entre otros, se evidencia que TODOS ofrecen TODO.

- Los hoteles ofrecen: alojamiento, recorridos dentro de la ciudad, alimentación (por fuera y dentro del hotel), transporte, guías; entre otros. Lo mismo sucede con las Agencias de Viaje, con los guías y demás.



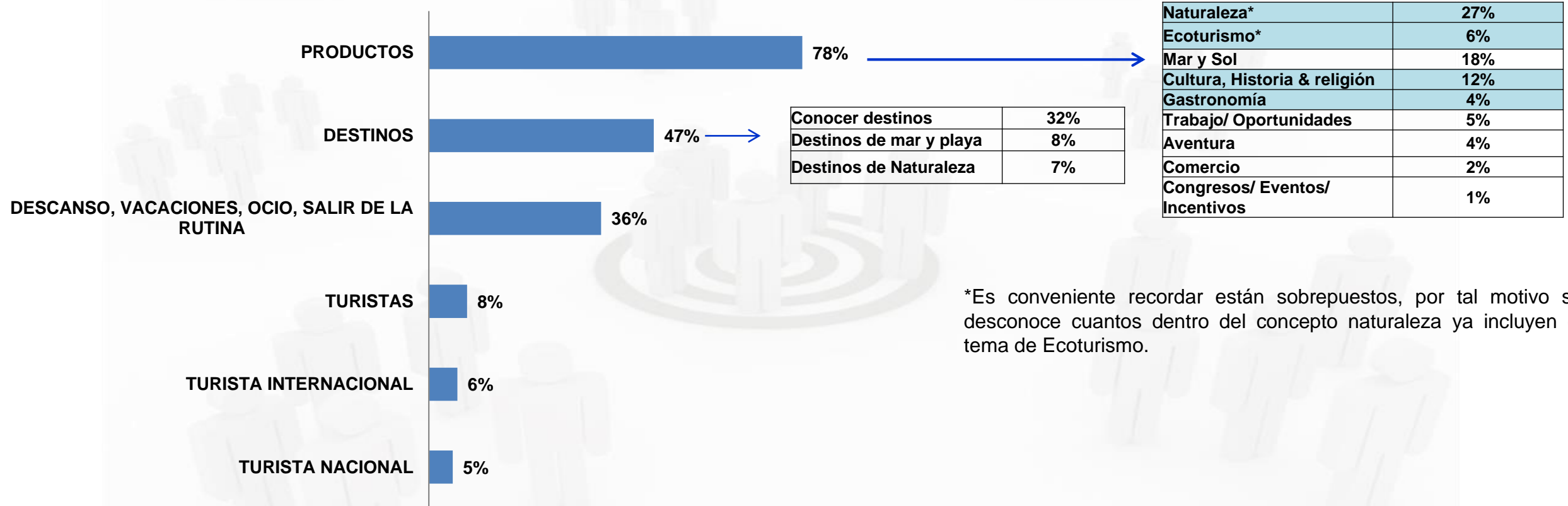
## 2. Generalidades del Turismo Nacional

- Asociaciones espontáneas
- Posibilidades o ventajas
- Dificultades o desventajas

# Generalidades del Turismo Nacional

## Asociaciones espontáneas

La mayoría de las reacciones espontáneas que se generan alrededor del concepto “Turismo Nacional”, giran en torno y/o se relacionan con **productos y destinos**.



\*Es conveniente recordar están sobrepuestos, por tal motivo se desconoce cuantos dentro del concepto naturaleza ya incluyen el tema de Ecoturismo.

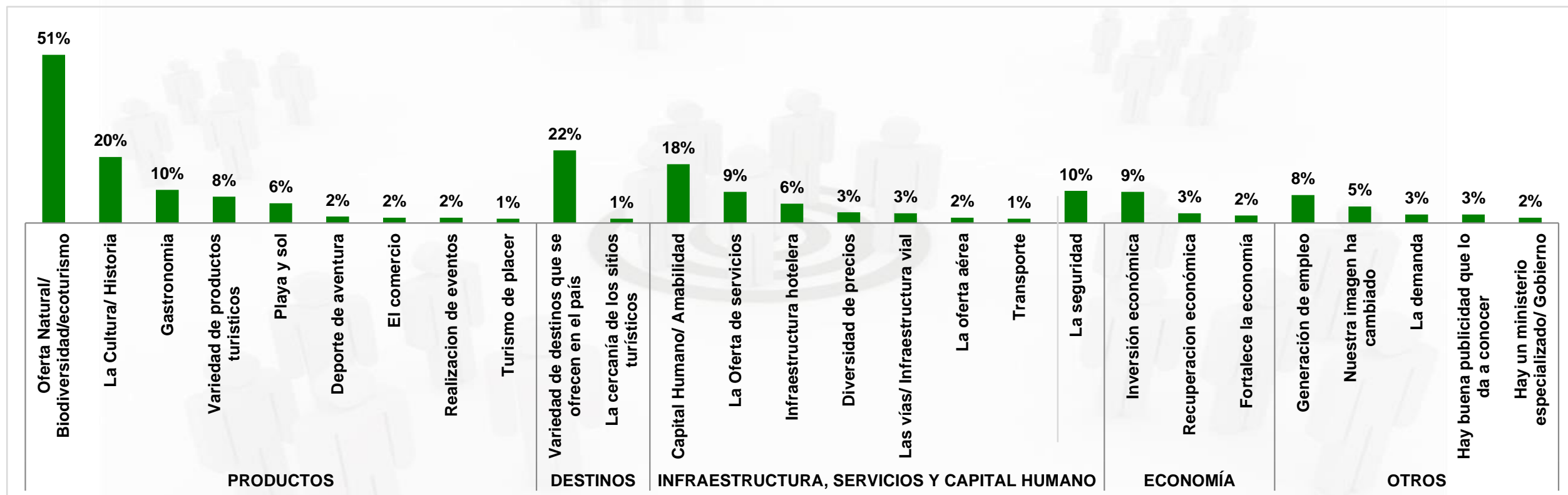
Base: 308  
Promedio: 2,21

# Generalidades del Turismo Nacional

## Posibilidades o ventajas del turismo nacional

Consecuente con las reacciones espontáneas, la oferta de “**los productos**” turísticos parece ser la principal ventaja del turismo nacional, donde la **naturaleza , la biodiversidad y el ecoturismo** se destacan entre ellos.

En menor proporción, pero también importantes como ventajas se reportan: la **diversidad de destinos que ofrece el país y el capital humano, su calidez y amabilidad.**

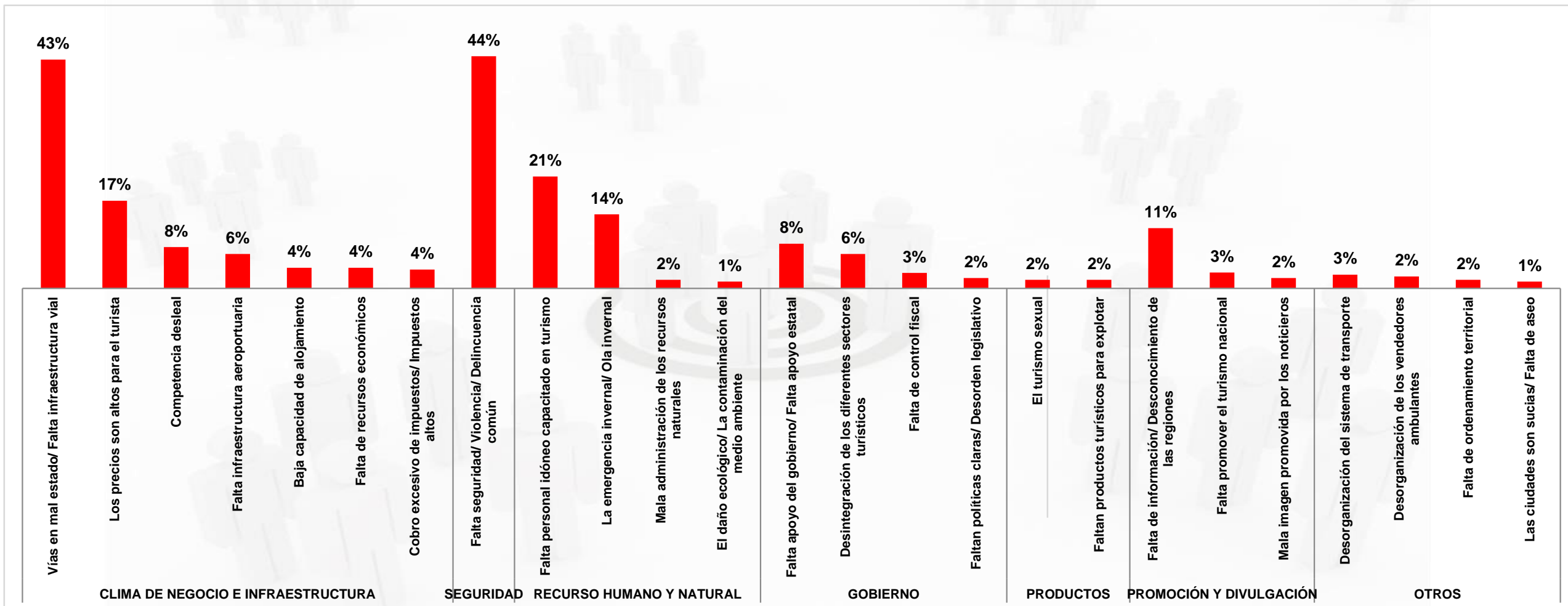


Base: 308  
Promedio: 2,24

# Generalidades del Turismo Nacional

## Principales **dificultades** que enfrenta el turismo nacional

La **inseguridad** y las deficiencias en la **infraestructura vial**, son las principales dificultades que afronta el turismo nacional. Otros temas, aunque con menor peso, se mencionan: **la falta de personal idóneo capacitado en turismo y los altos precios para el turista**.



Base: 308  
Promedio: 2,37



### 3. Evaluación del destino/región

- Fortalezas
- Debilidades
- Productos que ofrecen
- Productos de mayor demanda
- Productos de menor demanda
- Productos potenciales
- Competencia de cada región
- Retos para el desarrollo de la región



# Principales Fortalezas de la Región como destino turístico

Naturaleza/ Paisajes	57%
Oferta histórica/ Cultural	54%
Playas/ Mar/ Sol	48%
Calidad de la gente	18%
Gastronomía variada/ Restaurantes	10%
La ubicación geográfica es privilegiada	8%
Infraestructura adecuada	7%
Es un lugar y tranquilo para visitar	5%
Diversidad de productos turísticos	3%
Infraestructura Hotelera	3%
Suficiente oferta de Centros de Convenciones	3%
Ecoturismo	2%
Se garantiza la seguridad al turista	2%
Base	61
Respuestas promedio	2

Naturaleza/paisajes	74%
Oferta histórica/ Cultural	45%
Playas/ Mar/ Sol	24%
Calidad de la gente	16%
Gastronomía variada/ Restaurantes	13%
Ecoturismo	13%
La ubicación geográfica es privilegiada	13%
Infraestructura adecuada	16%
Diversidad de productos turísticos	5%
Base	38
Respuestas promedio	2,18



Naturaleza/ Paisajes	54%
Oferta histórica/ Cultural	39%
Cultura cafetera	12%
Calidad de la gente	11%
Gastronomía variada/ Restaurantes	10%
La Capital/ Bogotá	9%
Turismo de aventura	9%
Ecoturismo	7%
La ubicación geográfica es privilegiada	7%
Diversidad de productos turísticos	6%
Infraestructura Hotelera	6%
Infraestructura adecuada	5%
La cercanía a la capital	4%
Suficiente oferta de Centros de Convenciones	3%
Es un lugar y tranquilo para visitar	2%
Atractivo para los turistas	2%
Fincas	2%
Base	137
Promedio respuestas	1,89

Naturaleza/ Paisajes	86%
Oferta histórica/ Cultural	36%
Calidad de la gente	12%
Gastronomía variada/ Restaurantes	10%
Base	42
Promedio respuestas	1,43

Naturaleza/ Paisajes	88%
Oferta histórica/ Cultural	15%
Ecoturismo	12%
Diversidad de productos	12%
Calidad de la gente	6%
Base	33
Promedio respuestas	1,33

Caldas, Quindío y Risaralda

Santander

Bogotá

Bogotá

Caldas, Quindío y Risaralda

Valle

# Principales Debilidades de la Región como destino turístico

Falta de capacitación /personal idóneo para la prestación de servicios	37%
Falta infraestructura vial	22%
Inseguridad en las vías	13%
Falta de publicidad nacional en medios masivos	13%
No hay hoteles de calidad	13%
Falta voluntad política	12%
Altos costos para el turista	13%
Falta cultura turística/ Abuso al turista	10%
Base	67
Promedio respuestas	1,25

Falta capacitación / personal idóneo	22%
Inseguridad en las vías	21%
Falta infraestructura vial	21%
Falta de publicidad nacional en medios masivos	18%
Falta de conocimiento de más sitios turísticos en la misma ciudad	11%
Falta de unión de empresarios emergentes/ Sector desarticulado	11%
Base	38
Promedio respuestas	1,04



Falta infraestructura vial	44%
Falta capacitación / personal idóneo para la prestación de servicios	24%
Falta de publicidad nacional en medios masivos	13%
Inseguridad en las vías	11%
Falta voluntad política	11%
No hay hoteles de calidad	10%
Falta de unión de empresarios emergentes	8%
Infraestructura aeroportuaria	7%
Emergencia invernal	7%
Base	137
Promedio respuestas	1,35

Falta infraestructura vial	26%
Inseguridad en las vías	26%
Altos costos de los pasajes aéreos	21%
Falta de publicidad nacional en medios masivos	13%
Falta capacitación /personal idóneo para la prestación de servicios	15%
Falta acceso aéreo/ Infraestructura aeroportuaria	10%
No hay hoteles de calidad	5%
Base:	39
Promedio respuestas	1,15

Inseguridad en las vías	37%
Falta de publicidad nacional en medios masivos	22%
Falta capacitación /personal idóneo para la prestación de servicios	11%
No hay hoteles de calidad	11%
Falta voluntad política	11%
Base	33
Promedio respuestas	,93

# Productos turísticos que ofrece la Región

Sol y Playa	63%
Cultura e Historia	58%
Naturaleza	55%
Gastronomía	16%
Ecoturismo	15%
Deporte Náutico	12%
Recreación	10%
Congresos y eventos	9%
Deporte y Aventura	4%
Rumba	3%
Base	67,00
Promedio respuestas	2,46

Bolívar,  
Magdalena  
y San  
Andrés

Bolívar y  
San  
Andrés

Magdalena

Bolívar y  
Sucre



Cultura e Historia	77%
Naturaleza/Ecoturismo	68%
Deporte y Aventura	20%
Recreación	15%
Gastronomía	15%
Salud y Bienestar	11%
Congresos y eventos	7%
Base	137
Promedio respuestas	2,12

Naturaleza	67%
Cultura e Historia	44%
Deporte Náutico	23%
Gastronomía	18%
Ecoturismo	10%
Recreación	10%
Base	39
Promedio respuestas	1,72

Naturaleza/Ecoturismo	71%
Cultura e Historia	55%
Sol y Playa	26%
Gastronomía	26%
Deporte y Aventura	16%
Base	38
Respuestas promedio	1,95

Naturaleza	74%
Deporte y Aventura	59%
Ecoturismo	52%
Cultura e Historia	44%
Base	33
Promedio respuestas	2,29

# Productos turísticos de **mayor demanda**

Playa y Sol	67%
Naturaleza/ Paisajes	30%
Cultural e historia	39%
Rutas turísticas/ Paquetes turísticos	13%
Náutico	7%
Base	67,00
Promedio respuestas	1,57

Cultura e historia	56%
Naturaleza/ Paisajes	48%
Gastronomía	14%
Deporte de aventura/ Extremos	9%
Turismo a los pueblos	9%
Parques temáticos	6%
Recreación y descanso	6%
Convenciones/ Eventos	9%
Paquetes turísticos	5%
Turismo de salud/ Belleza	5%
Base	137
Promedio respuestas	1,67

Naturaleza/ Paisajes	45%
Cultura e historia	42%
Playa/ Sol/ Mar	13%
Turismo a los pueblos	16%
Base	38
Respuestas promedio	1,16

Cultura e historia	57%
Naturaleza/ Paisajes	54%
Base	39
Promedio respuestas	1,11

Naturaleza/ Paisajes	81%
Cultura e historia	26%
Base	27
Promedio respuestas	1,07



# Productos turísticos de **menor demanda**

En las regiones en general, excepto la región Caribe, más que productos de menor demanda, se observa que en el sentimiento de los entrevistados; los productos mencionados anteriormente **de mayor demanda** requieren de **mayor explotación y desarrollo**, puesto que a su vez se mencionan como los de menor demanda.

Turismo Histórico y cultural	40%
Ecoturismo/ Naturaleza	24%
Ninguno	6%
Base	67,00
Promedio respuestas	1



Turismo Cultural e historia	33%
Naturaleza	20%
Municipios aledaños a la ciudad	8%
Aventura	7%
Turismo de salud	4%
Base	137
Promedio respuestas	0,73

Turismo Histórico	28%
Naturaleza/ecoturismo	26%
Aventura	5%
Base	42,
Promedio respuestas	1,43

Ecoturismo/ Naturaleza	26%
Cultura e historia	23%
Aventura	5%
Municipios aledaños a la ciudad	5%
Turismo de salud	3%
Ns/ Nr	16%
Base	38
Respuestas promedio	0, 78

Todos son iguales	22%
Turismo Histórico	22%
Ecoturismo/ Naturaleza	15%
Aventura y deportes	15%
Base	27
Promedio respuestas	0,74

# Productos turísticos con potencial

Cultura e Historia	53%
Naturaleza	45%
Gastronomía	16%
Ecoturismo	13%
Deporte y aventura	6%
Base	67,00
Promedio respuestas	1,34



Naturaleza/ecoturismo	36%
Cultura e Historia	33%
Deporte y Aventura	7%
Gastronomía	6%
Recreación	5%
Salud y Bienestar	4%
Ns/ Nr	10%
Base	137
Promedio respuestas	1,02

Naturaleza/ecoturismo	41%
Cultura e Historia	26%
Gastronomía	8%
Base	39
Promedio respuestas	0,74

Naturaleza/ecoturismo	50%
Cultura e Historia	32%
Gastronomía	13%
Deporte y Aventura	13%
Sol y Playa	8%
Salud y Bienestar	5%
Base	38
Respuestas promedio	1,21

Naturaleza	45%
Cultura e Historia	30%
Ninguno	15%
Deporte y Aventura	11%
Base	27
Promedio respuestas	1

# Productos turísticos - Síntesis

Como eje transversal a todas las regiones, **la naturaleza** que ofrece el país es el principal recurso que tienen los destinos como producto turístico, por otro lado, la falta de **infraestructura vial** y **la inseguridad** de la misma son los principales problemas que afrontan las regiones en Colombia.

En cuanto a los productos se refiere observamos que falta desarrollo y explotación de los productos de mayor demanda en cada región, por lo que pareciera presentarse inconsistencias en estos resultados.

**En algunas de las regiones bajo estudio, los productos que ofertan actualmente se reportan a la vez como potenciales y de mayor y menor demanda; es decir, son productos que aún están en proceso de desarrollo y, o bien, las opiniones sobre su desempeño están divididas, o bien, así los consideren de mayor demanda, esta no es la esperada.**

	Fortalezas de la región	Debilidades de la región	Productos que ofrecen	Producto de mayor demanda	Producto de menor demanda	Productos potenciales
<b>Región Caribe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> <li>▪ Historia y Cultura</li> <li>▪ Playas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de personal idóneo</li> <li>▪ Infraestructura vial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sol y Playa</li> <li>▪ Cultura e historia</li> <li>▪ Naturaleza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sol y Playa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cultura e historia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cultura e historia</li> </ul>
<b>Región Pacífica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> <li>▪ Historia y Cultura</li> <li>▪ Playas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de personal idóneo</li> <li>▪ Inseguridad vial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> <li>▪ Cultura e historia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> <li>▪ Cultura e historia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ecoturismo-Naturaleza</li> <li>▪ Cultura e historia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> </ul>
<b>Región Andina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> <li>▪ Historia y Cultura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de personal idóneo</li> <li>▪ Infraestructura vial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cultura e historia</li> <li>▪ Naturaleza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cultura e historia</li> <li>▪ Naturaleza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cultura e historia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> <li>▪ Cultura e historia</li> </ul>
<b>Región Orinoquía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Infraestructura vial</li> <li>▪ Inseguridad vial</li> <li>▪ Costos de pasajes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> <li>▪ Cultura e historia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> <li>▪ Cultura e historia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cultura, historia y naturaleza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> </ul>
<b>Región Amazónica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inseguridad vial</li> <li>▪ Publicidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> <li>▪ Aventura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ninguno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturaleza</li> </ul>

# Competencia para la región – CARIBE

Los destinos que son competencia directa para cada uno de los departamentos que conforman la región Caribe de Colombia son:

## BOLIVAR

- Santa Marta
- San Andrés
- **Eje Cafetero**
- Bogotá
- Coveñas
- Parque Tayrona

## SUCRE

- **Eje Cafetero**
- Santander
- Santa Marta
- Cartagena
- Barranquilla
- Montería

## CORDOBA

- Sincelejo
- Cartagena
- Santa Marta
- Guajira

ATLÁNTICO: Cartagena, Santa Marta y Guajira



## GUAJIRA

- Santa Marta
- Cartagena
- **Eje Cafetero**
- Amazonas

## CESAR

- **Eje Cafetero**
- Guajira
- Santa Marta

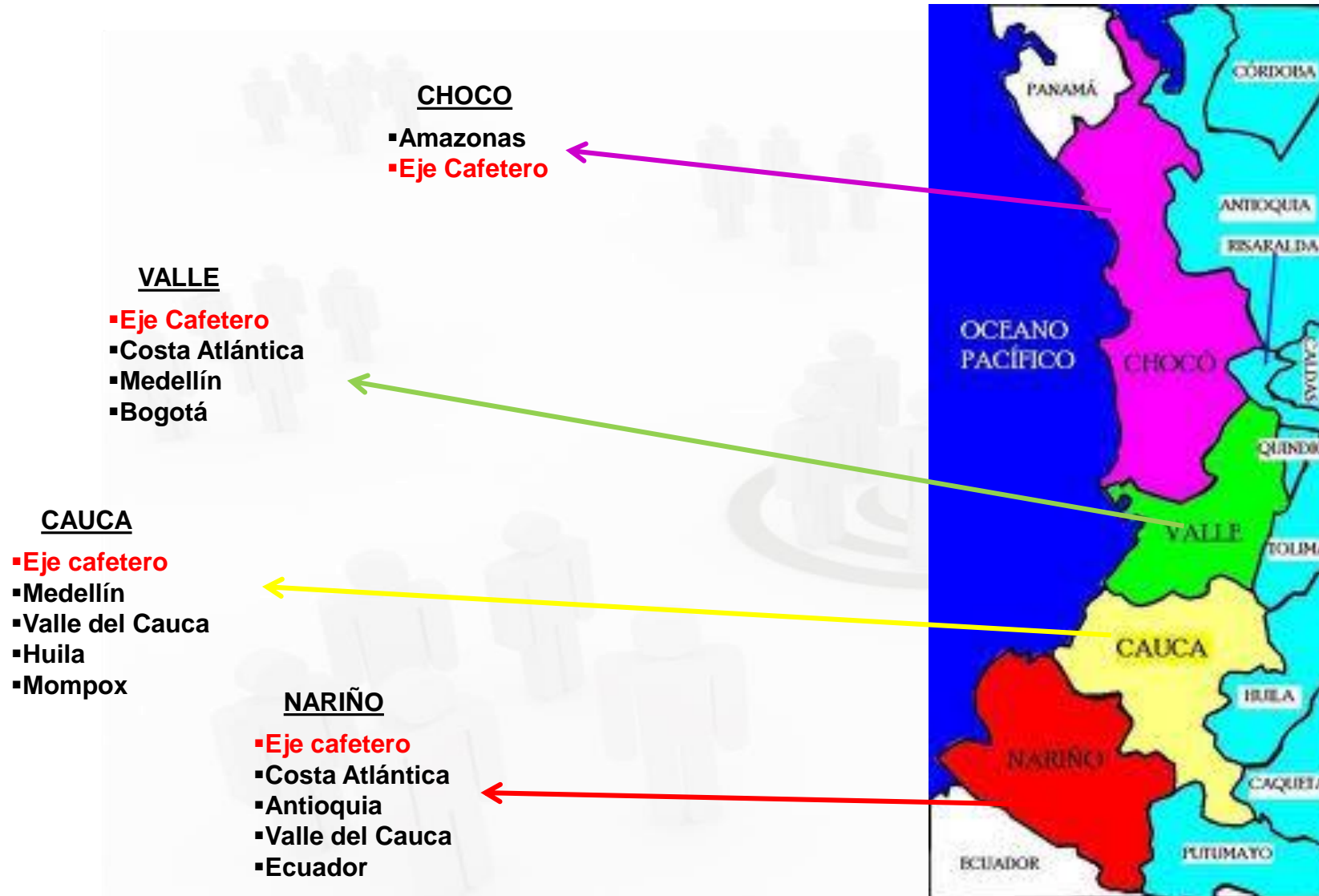
## MAGDALENA

- Cartagena/Islas del Rosario
- Guajira
- **Eje Cafetero**
- San Andrés
- Sincelejo



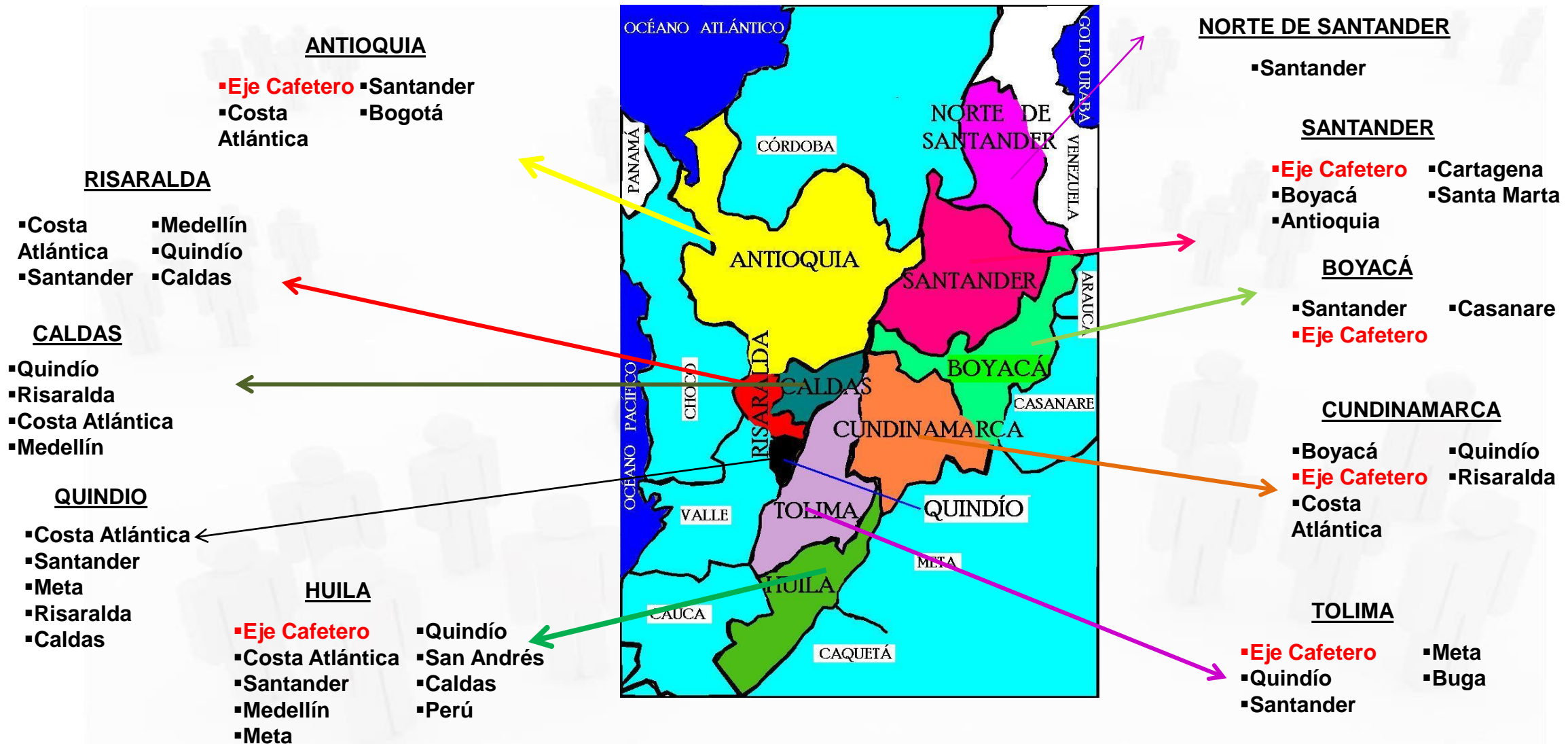
# Competencia para la región - PACIFICO

Los destinos que son competencia directa para cada uno de los departamentos que conforman la región Pacífico de Colombia son:



# Competencia para la región - ANDINA

Los destinos que son competencia directa para cada uno de los departamentos que conforman la región Andina de Colombia son:



# Competencia para la región - AMAZÓNICA

Los destinos que son competencia directa para cada uno de los departamentos que conforman la región Amazónica de Colombia son:



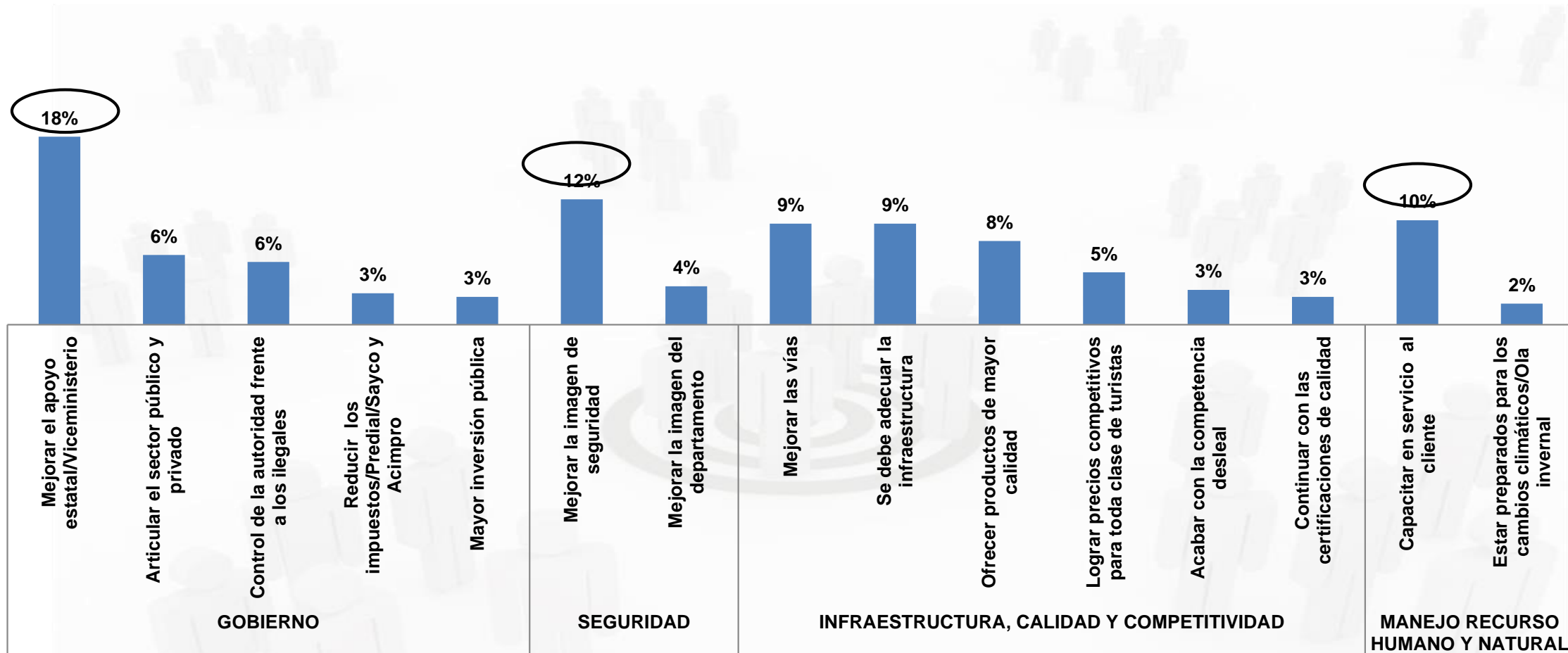
# Competencia para la región - ORINOQUÍA

Los destinos que son competencia directa para cada uno de los departamentos que conforman la región Orinoquía de Colombia son:



# Retos para el desarrollo de la región - Nacional

¿Cuáles son los principales retos que afrontan los empresarios turísticos, para el desarrollo turístico de su región?



Base: 308

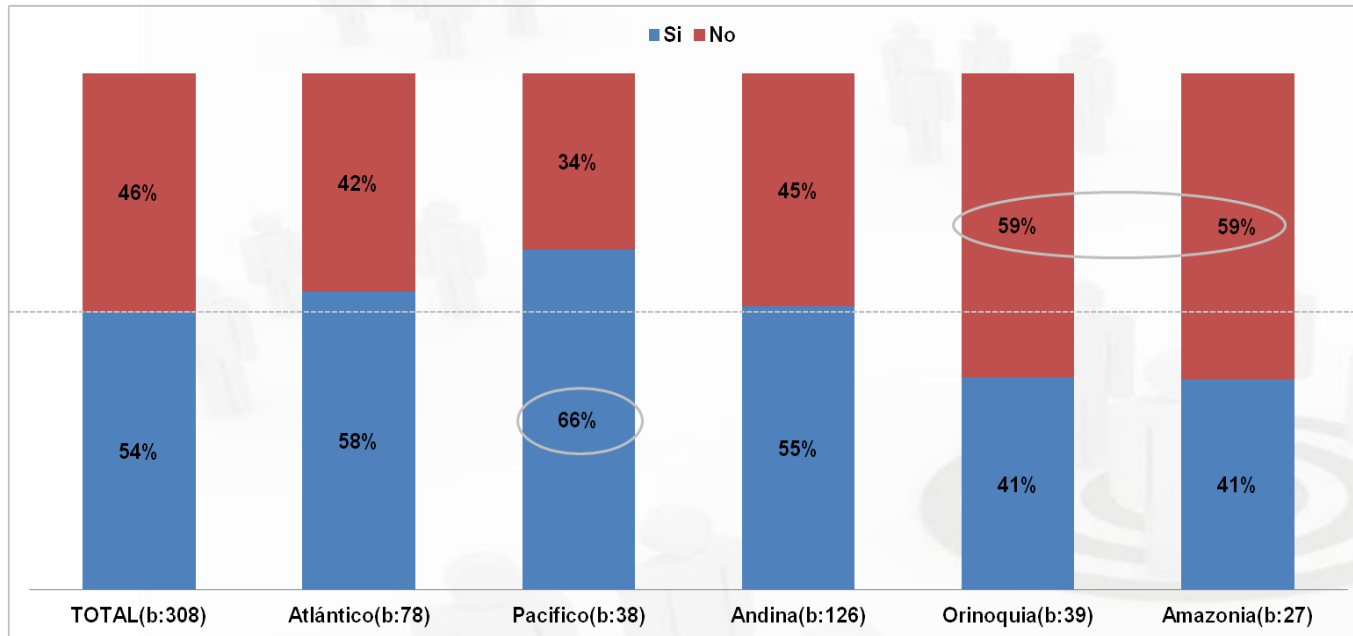


## 4. Autoridades & Gobierno

- Autoridades nacionales que intervienen en la región
- Calificación de la gestión de las diferentes autoridades (nacionales, regionales y departamentales)

# Autoridades & Gobierno

Hay alguna autoridad de nivel nacional, que interviene en el desarrollo turístico de la región?



Los departamento de cada región donde **más interviene** el gobierno nacional para el desarrollo turístico son:

- **Región Caribe/Atlántica**: Bolívar, Sucre y Atlántico.
- **Región Pacifico**: Valle
- **Región Andina**: Norte de Santander, Huila, Boyacá y Santander
- **Región Amazónica**: Putumayo
- **Región de la Orinoquia**: Meta

Los departamento de cada región donde **menos interviene** el gobierno nacional para el desarrollo turístico son:

- **Región Caribe/Atlántica**: Cesar, San Andrés y Córdoba.
- **Región Pacifico**: Choco
- **Región Andina**: Antioquía y Quindío
- **Región Amazónica**: Vaupés y Caquetá
- **Región de la Orinoquia**: Vichada, Casanare y Vichada

# Autoridades & Gobierno

**Cuál es la autoridad de nivel nacional, que interviene en el desarrollo turístico de su región?**

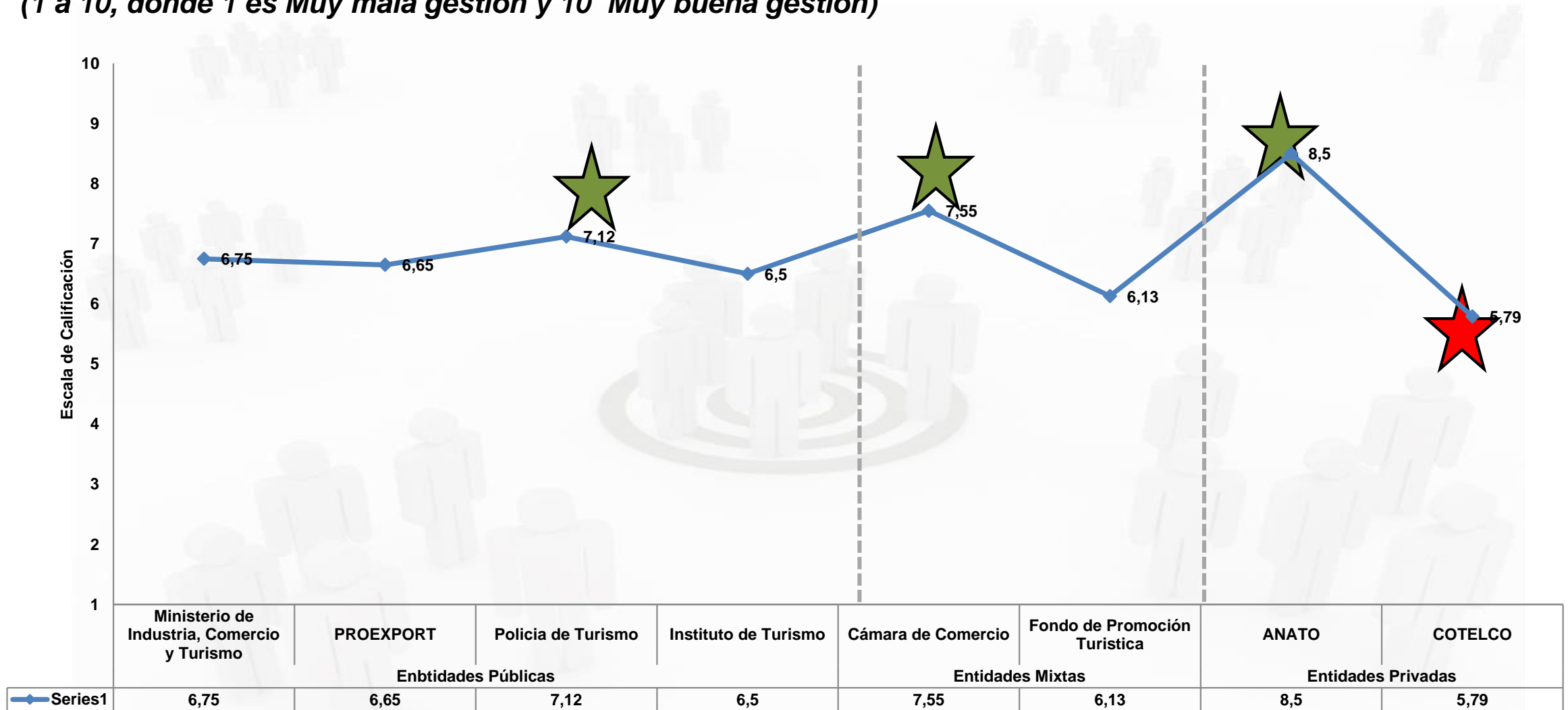
*(Esta fue una pregunta abierta. Las Entidades, Gremios y/o Autoridades que aparecen en el documento hacen parte de respuestas espontáneas, no están preestablecidas, no se indujeron)*

AUTORIDADES	Total	Región				
		Atlántico	Pacífico	Andina	Orinoquia	Amazonia
Ministerio de Industria Comercio y Turismo	37%	40%	40%	37%	25%	27%
Vice ministerio de Turismo	20%	18%	32%	23%	6%	--
Fondo de promoción turística	12%	11%	16%	14%	6%	--
Promoción de Turismo, Inversión y Exportación (PROEXPORT)	11%	13%	12%	10%	13%	--
Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO)	8%	7%	4%	10%	19%	--
Cámara de Comercio	7%	7%	8%	6%	13%	--
Policía de Turismo	5%	--	4%	1%	25%	27%
Alcaldía	5%	--	12%	6%	6%	9%
Corporación Nacional de Turismo	5%	13%	--	4%	--	--
Instituto de turismo	4%	--	--	3%	25%	--
Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo (ANATO)	4%	2%	4%	6%	--	--
Secretaría de Turismo	3%	--	8%	3%	--	9%
Oficina Nacional de Turismo	3%	11%	--	--	--	--
Gobernación Municipal	2%	2%	8%	1%	--	--
Plan de Acción Sector Cultura (DAFEC)	2%	--	--	--	--	36%
Instituto Distrital de Cultura y Turismo (IDCT)	2%	--	--	4%	--	--
Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)	2%	2%	4%	1%	--	--
Secretaría de Cultura y Turismo	2%	--	--	--	--	27%
Otros	20%	29%	12%	20%	25%	--
<b>BASE</b>	<b>166</b>	<b>45</b>	<b>25</b>	<b>69</b>	<b>16</b>	<b>11</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>1,55</b>	<b>1,56</b>	<b>2,64</b>	<b>1,52</b>	<b>1,76</b>	<b>1,20</b>



# Autoridades & Gobierno

Calificación de la gestión de la AUTORIDAD NACIONAL que interviene en su región  
(1 a 10, donde 1 es Muy mala gestión y 10 Muy buena gestión)



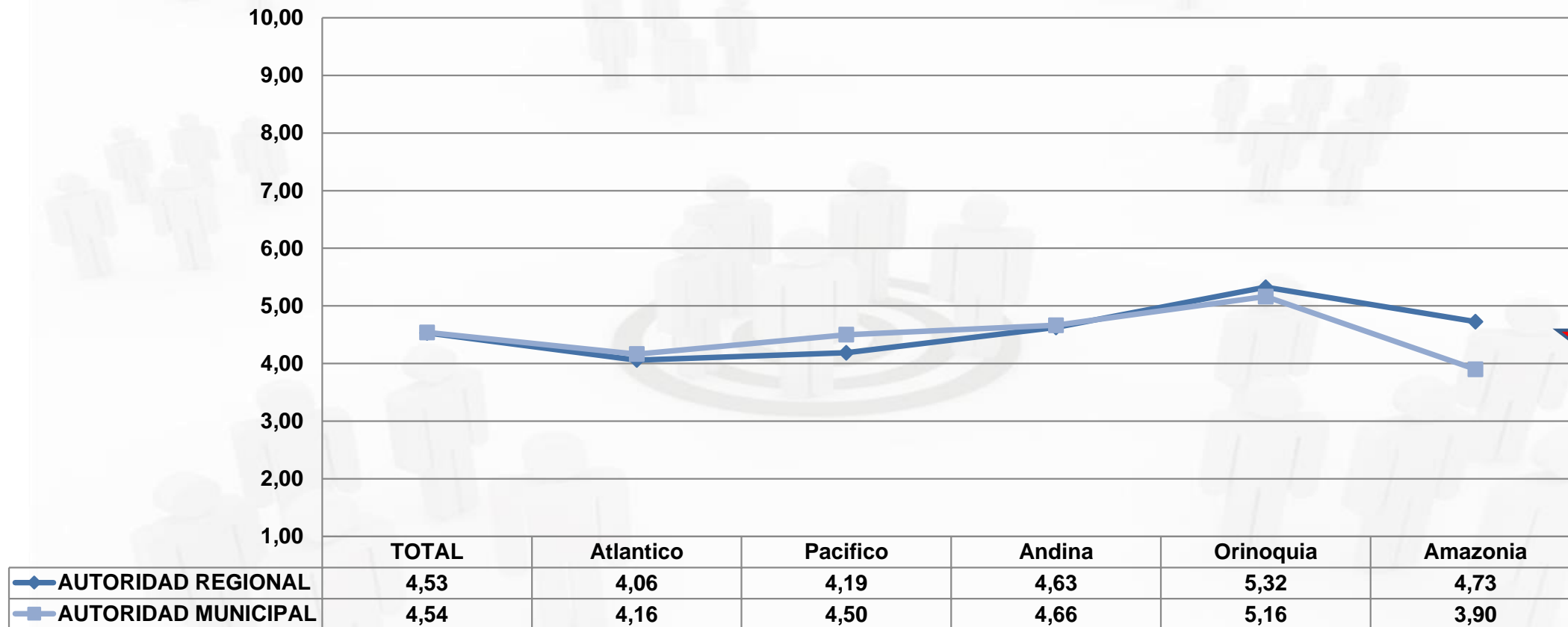
# Autoridades & Gobierno

## Razones de las calificaciones dada a las diferentes autoridades

	Ministerio de Industria Comercio y Turismo	Viceministerio de Turismo	Fondo de promoción turística	PROEXPORT	COTELCO
<b>RAZONES A PUNTAJES SUPERIORES A 7</b>					
Promociona los destinos turísticos de la región	11%	6%	20%	--	7%
Gestionan recursos para la implementación de proyectos	9%	12%	20%	6%	7%
Asesorías en promoción del turismo	9%	6%	10%	6%	--
Fomenta el desarrollo de la región	7%	9%	--	11%	14%
Apoyan las capacitaciones en el sector turístico	5%	9%	5%	--	14%
Hacen una buena labor	5%	6%	--	6%	--
Fomento en la promoción internacional	4%	3%	--	6%	--
Brindan garantías para la organización del sector	2%	-	5%	--	--
Brindan todo el respaldo en promociones	2%	9%	10%	--	--
Están pendientes de la seguridad	2%	--	--	--	--
Apoyo publicitario	2%	3%	--	--	--
<b>RAZONES A PUNTAJES POR DEBAJO DE CALIFICACIÓN 7</b>					
Falta apoyo económico	9%	3%	--	--	--
No hay apoyo constante	9%	15%	--	6%	14%
No promociona los destinos turísticos de la región	7%	3%	15%	6%	--
Falta apoyo a los comerciantes pequeños	5%	3%	--	11%	7%
No reconocen los problemas	5%	--	--	--	--
No cumplen con sus funciones aun	5%	3%	5%	6%	--
Falta apoyo del gobierno nacional	4%	15%	5%	--	7%
Elitismo/rosca/exceso de burocracia	--	--	--	6%	7%
No brindan garantías para la organización del sector	2%	6%	--	--	7%
No es seria su labor	2%	3%	5%	--	7%
No fomenta el desarrollo de la región	2%	3%	--	11%	--
Desconocen el tema del turismo	--	--	5%	--	--
Falta más organización	--	6%	5%	--	7%
<b>BASE</b>	<b>55</b>	<b>33</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>14</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

# Autoridades & Gobierno

Calificación de la gestión de la AUTORIDAD REGIONAL y MUNICIPAL que interviene en su región  
(1 a 10, donde 1 es Muy mala gestión y 10 Muy buena gestión)



# Autoridades & Gobierno

## Razones AUTORIDAD REGIONAL y MUNICIPALES

	TOTAL	ATLANTICO	PACIFICO	ANDINA	ORINOQUIA	AMAZONIA
<b>RAZONES A PUNTAJES NEGATIVOS</b>						
No conocen la autoridad de turismo	14%	6%	15%	19%	17%	9%
No hay gestión	9%	13%	13%	5%	8%	14%
No se preocupa por el sector turístico	9%	13%	6%	8%	11%	
Falta promoción	9%	4%	3%	12%	16%	5%
Falta dirección /control	9%	4%		8%	11%	32%
No hay acompañamiento al sector	8%	7%	16%	6%	8%	5%
Hay autoridad pero no opera/No hace la gestión	7%	1%	3%	3%	27%	9%
No es visible/No se da a conocer	4%	4%	9%	5%		
Hay corrupción al interior de la entidad	3%	4%		3%		9%
No hay recursos para el sector/Presupuesto	6%	8%	9%	3%	5%	5%
El personal no es idóneo	3%	6%	3%	2%		
No se integra con el sector	2%	7%	3%			
No hay presencia estatal	2%	7%		1%		
No tiene personal idóneo en los cargos	2%	3%	3%	1%		
No hay atención a la problemática del sector	2%	1%			3%	9%
No hay control de la ilegalidad	2%			3%		5%
Hay mucha politiquería/Conflicto de intereses	2%		3%	2%		5%
<b>RAZONES A PUNTAJES POSITIVOS</b>						
Ha evolucionado en su gestión/Ha crecido	4%	3%	3%	5%	3%	5%
Desempeñan bien sus funciones	3%	6%		2%	3%	5%
Fomenta el turismo	3%		6%	3%	5%	5%
Son gestores de la preparación de personal/Capacitan los promotores turísticos	2%			1%	5%	5%
<b>BASE</b>	<b>258</b>	<b>68</b>	<b>32</b>	<b>99</b>	<b>37</b>	<b>22</b>
<b>PROMEDIO RESPUESTAS</b>	<b>1,03</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,22</b>	<b>1,23</b>

# Autoridades & Gobierno

**Qué acciones promocionales y de comercialización teniendo en cuenta autoridades nacionales y departamentales, cree usted que están HACIENDO FALTA A SU DESTINO?**

	TOTAL	Atlántico	Pacífico	Andina	Orinoquia	Amazonia
Mayor divulgación a nivel Nacional	39%	41%	50%	39%	33%	30%
Planes estratégicos novedosos en el sector turístico	25%	31%	21%	19%	21%	44%
Mayor capacitación de asesores	13%	9%	11%	14%	18%	15%
Apoyo del gobierno	12%	10%	11%	11%	15%	15%
Mayor divulgación a nivel Internacional	9%	10%	5%	10%	8%	7%
Mayor difusión en medios de comunicación	8%	4%	11%	10%	10%	7%
Organización del gremio para el desarrollo de sector	7%	8%	5%	5%	18%	7%
Una oficina encargada del turismo	6%	10%		6%	5%	11%
Mejor distribución de los recursos del departamento	6%	3%	13%	7%	8%	4%
Crear la necesidad de conocer sitios turísticos	5%	6%	5%	3%	5%	11%
Variedad de productos turísticos	4%	4%	3%	5%	5%	4%
Mejorar Infraestructura	4%	9%	3%	2%	3%	4%
Políticas de turismo claras	4%	4%	3%	4%	5%	7%
Mas apoyo en la seguridad	4%	5%		3%	8%	4%
Mayor compromiso y monitoreo de los productos	4%		5%	5%	5%	7%
Mejorar la imagen del lugar	4%		3%	4%	3%	15%
Mayor regulación en los costos	2%	3%		2%	3%	4%
<b>BASE</b>	<b>308</b>	<b>78</b>	<b>38</b>	<b>126</b>	<b>39</b>	<b>27</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>1,58</b>	<b>1,56</b>	<b>1,47</b>	<b>1,49</b>	<b>1,72</b>	<b>1,96</b>

# Autoridades & Gobierno

## Recomendaciones a los nuevos Alcaldes y Gobernantes de la región

	TOTAL	Atlántico	Pacifico	Andina	Orinoquia	Amazonia
Mayor promoción del turismo	23%	21%	24%	23%	26%	22%
Más inversión en infraestructura/más obras	14%	17%	11%	16%	15%	4%
Mejorar las condiciones del sector	12%	10%	8%	8%	23%	22%
Mayor integración/organización del gremio	10%	10%	8%	13%	5%	4%
Promover el desarrollo de la región	10%	12%	5%	8%	15%	11%
Mas capacitación	9%	9%	16%	8%	5%	7%
Mejorar la calidad de vida de la región	6%	9%		6%	8%	7%
Mayor seguridad para los turistas	6%	9%	8%	5%	5%	7%
Mejorar la distribución de los recursos del departamento	6%	9%	5%	5%	10%	
Mejorar las vías de acceso	6%	8%		7%	10%	
Evitar la corrupción/que no roben	4%	3%	3%	3%	3%	19%
<b>BASE</b>	<b>308</b>	<b>78</b>	<b>38</b>	<b>126</b>	<b>39</b>	<b>27</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>1,07</b>	<b>1,15</b>	<b>0,87</b>	<b>1,02</b>	<b>1,26</b>	<b>1,04</b>



## **5. Evaluación de los productos que ofrecen (Desde la perspectiva de los prestadores de servicios y autoridades de turismo locales)**

# Productos que ofrecen

¿Qué productos turísticos ofrece usted particularmente?

PRINCIPALES REPORTES	Agencias de Viajes	Alojamiento & Hospedaje	Guías de Turismo	Bares y Restaurantes	Oficinas de Representación Turística
Cultura e Historia	35%	9%	26%	10%	20%
Naturaleza	29%	11%	39%	5%	20%
Destino Turístico de Sol y Playa	27%	4%	13%	5%	--
Deporte y Aventura	15%	1%	9%	--	4%
Ecoturismo	13%	2%	--	--	8%
Recorridos en tren de la sabana/ Tren Bocas de Ceniza	11%	7%	9%	5%	--
Destinos Turísticos de Cultura	10%	1%	9%	--	--
Congresos y eventos	9%	12%	--	--	4%
Deporte Náutico	8%	1%	4%	--	4%
Gastronomía	6%	28%	9%	86%	4%
Recreación	6%	7%	13%	--	--
Salud y Bienestar	5%	9%	13%	5%	8%
Alojamiento	4%	100%	17%	19%	--
Paquetes turísticos con facilidades de pago	3%	2%	--	--	4%
Turismo de compras	2%	2%	--	--	--
Organización de Eventos	--	3%	--	--	--
Rumba/Bar/restaurantes	1%	3%	--	5%	4%
Otros	20%	22%	--	12%	22%
<b>Base</b>	<b>101</b>	<b>103</b>	<b>23</b>	<b>21</b>	<b>25</b>
<b>Promedio</b>	<b>2,02</b>	<b>1,81</b>	<b>1,61</b>	<b>1,50</b>	<b>1,02</b>



# Productos que ofrecen

*¿Qué productos turísticos ofrece usted particularmente?*

En cuanto a los **otros prestadores de servicios turísticos** bajo estudio, con menor representatividad, reportan ofrecer los siguientes productos:

**Transporte Terrestre:** *naturaleza, transporte al aeropuerto, destinos turísticos de sol y playa, cultura e historia, gastronomía, salud y bienestar, ecoturismo, recreación, deporte náutico, paquetes turísticos con facilidades de pago, turismo receptivo, renta de carros y destinos nacionales.*

**Arrendadores de vehículos:** *Además de rentar automóviles, ofrecen: naturaleza, transporte al aeropuerto, destinos de sol y playa y cultura e historia.*

**Operadores de congresos y eventos:** *Organización de eventos, turismo de compras, catálogos en los vuelos, naturaleza y gastronomía.*

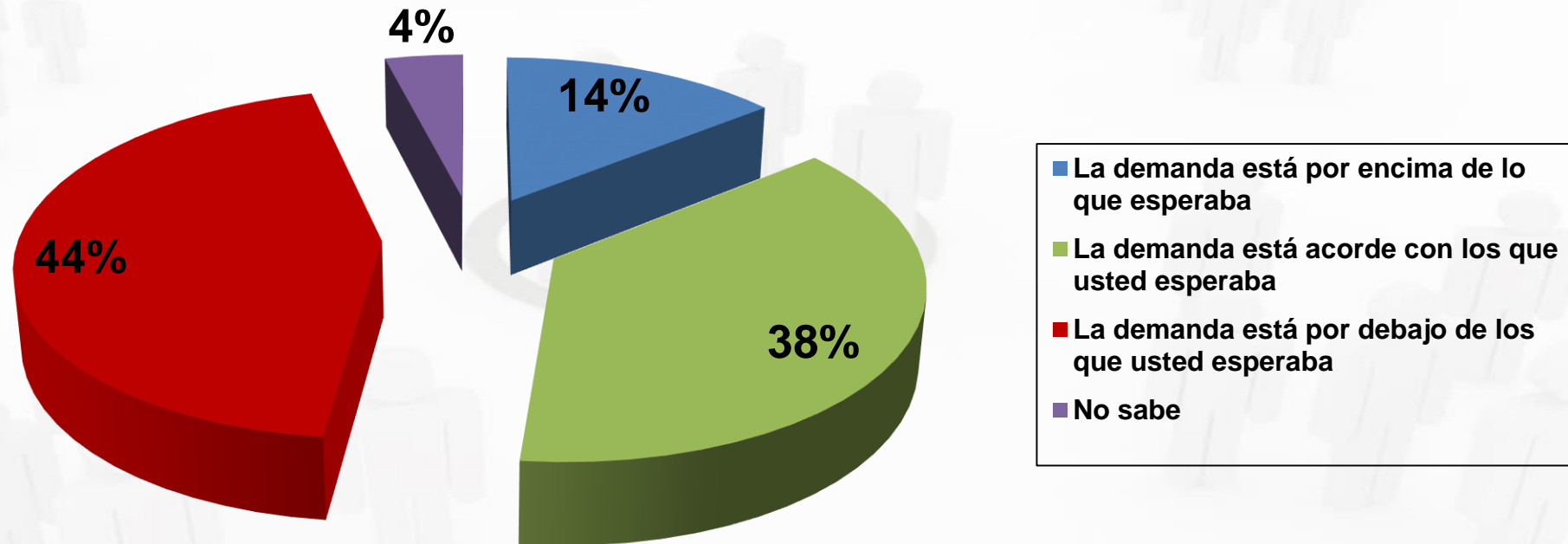
**Gremios:** *Naturaleza, destinos que ofrecen cultura e historia, gastronomía, recreación y deporte náutico.*

**Caja de compensación** *Alojamiento, deporte y aventura, destinos que ofrecen cultura e historia, naturaleza, pasadías, sol y playa.*

# Percepción de la demanda de los productos que ofrecen

Con respecto a la demanda de sus productos, usted diría ....

Base Total

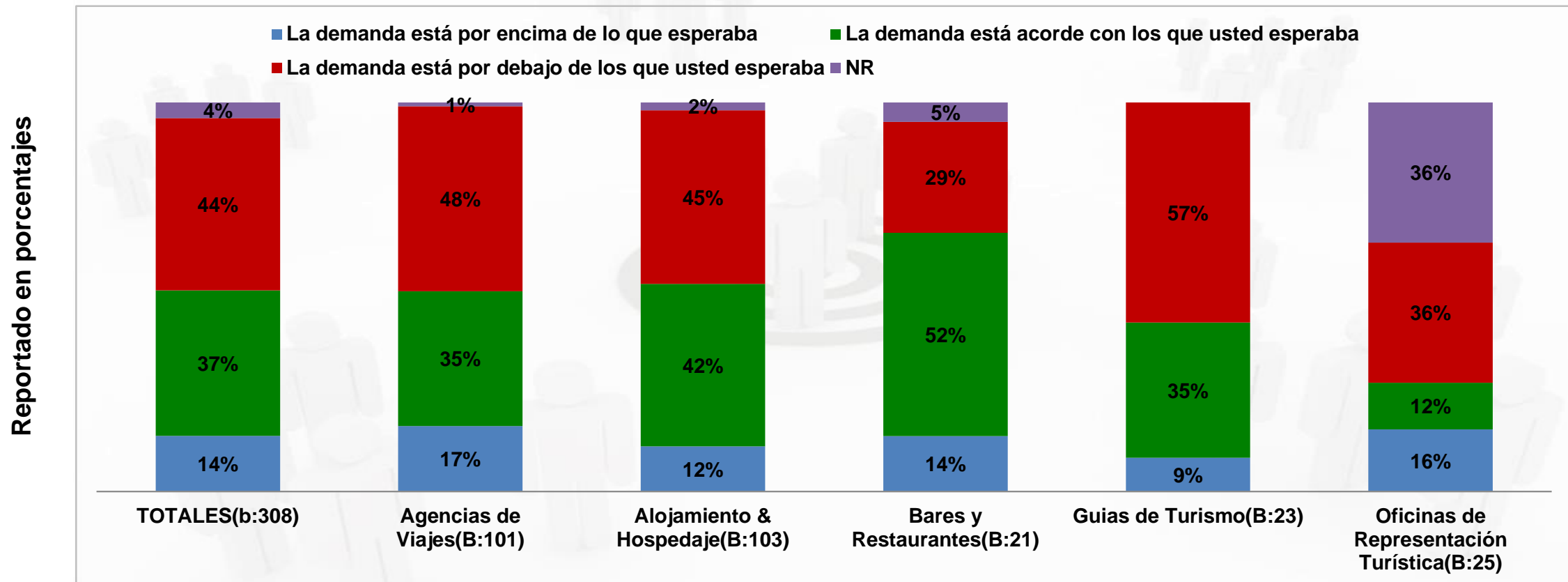


Base: 308

# Percepción de la demanda de los productos que ofrecen

Con respecto a la demanda de sus productos, usted diría ...

Por prestador de servicio



# Percepción de la demanda de los productos que ofrecen

Por otro lado, las respuestas de los prestadores con menor representatividad...

Transporte Terrestre.  
Operadores de congresos y eventos:

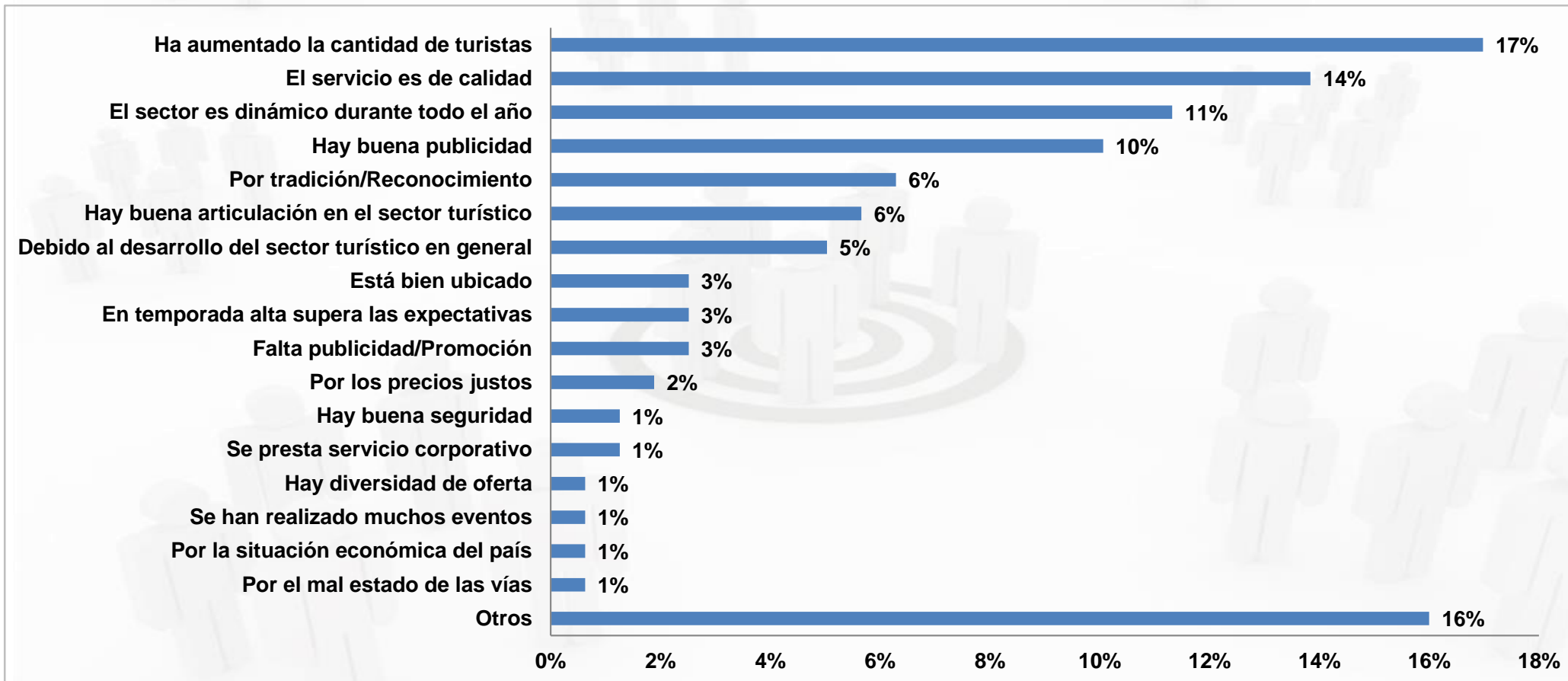
*Consideran que la demanda esta acorde con lo esperado.*

Arrendadores de vehículos:  
Gremios

*Consideran que la demanda esta por debajo de los esperado.*

# Percepción de la demanda de los productos que ofrecen

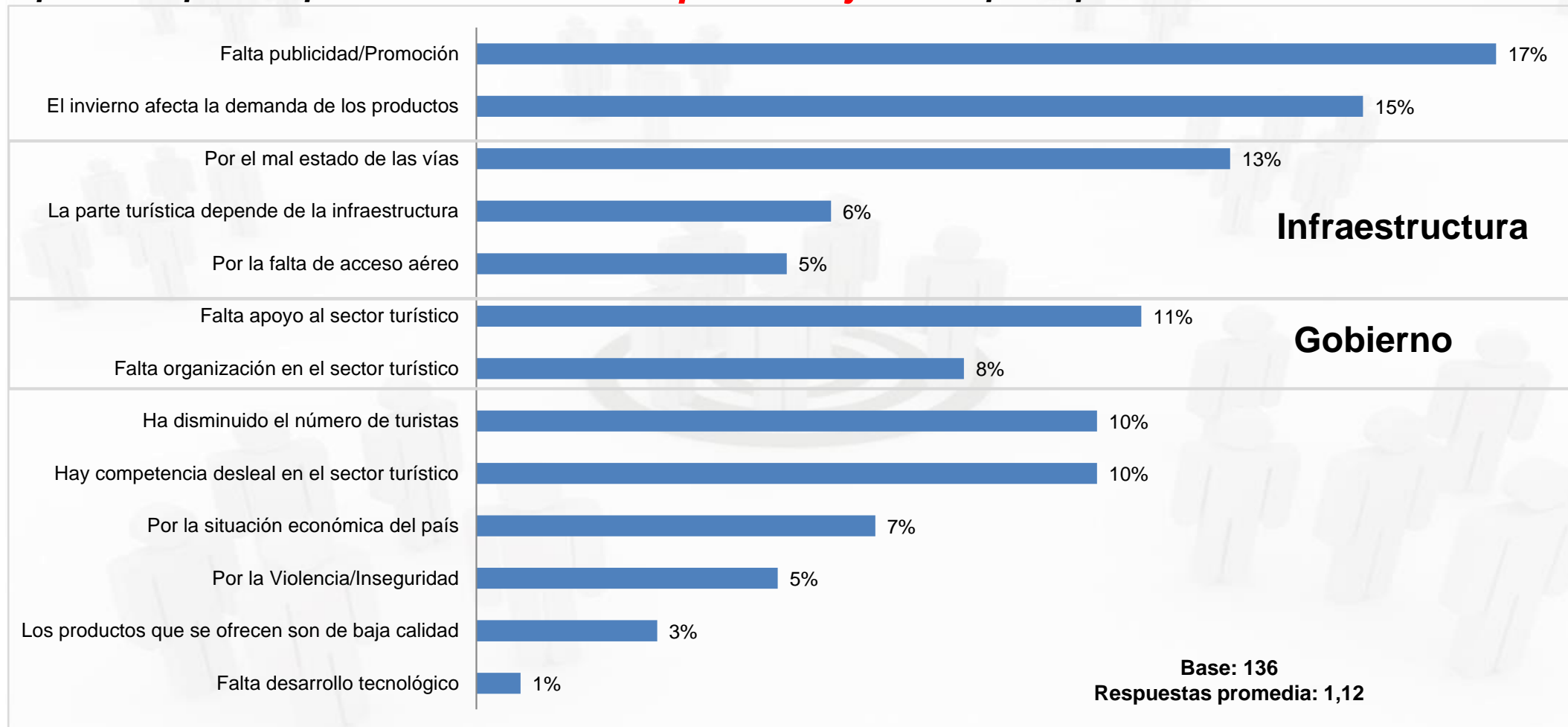
¿Por qué razón piensa que *la demanda está acorde o por encima* de lo que esperaba?



Base: 159  
Respuestas promedia: 1

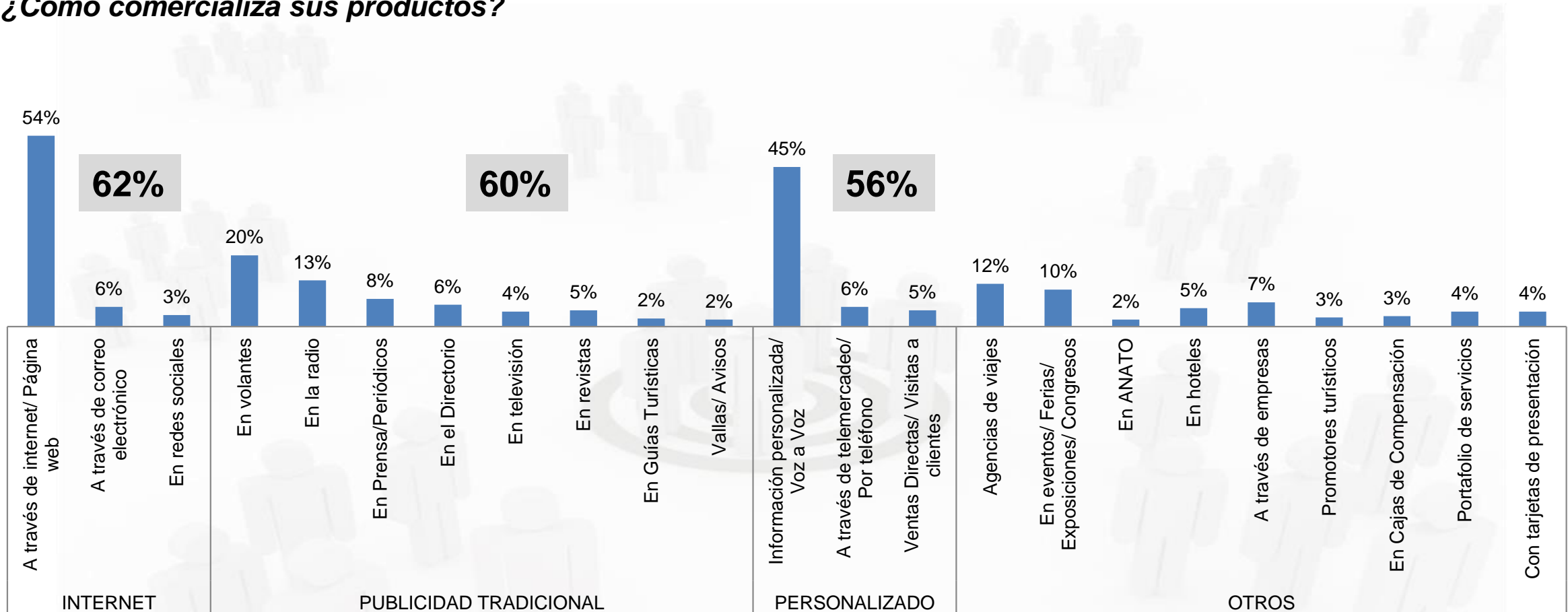
# Percepción de la demanda de los productos que ofrecen

¿Por qué razón piensa que **la demanda está por debajo** de lo que esperaba?



# Comercialización de productos

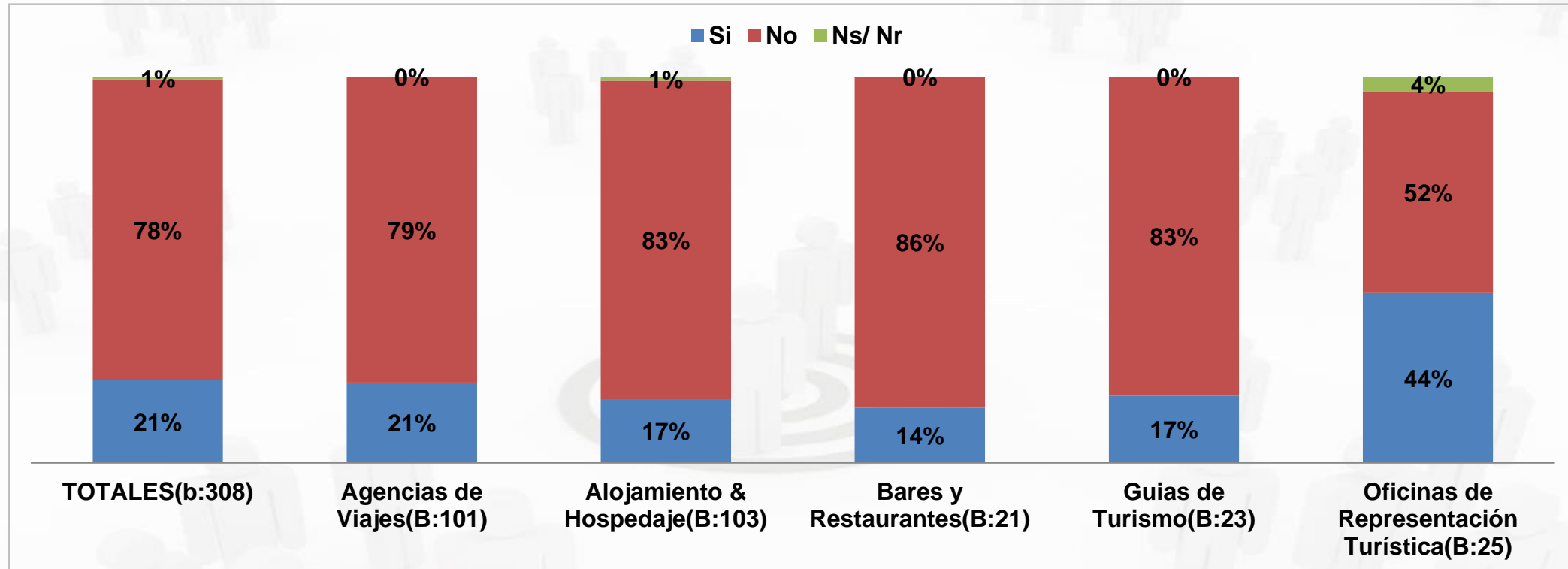
¿Cómo comercializa sus productos?



Base:308  
Promedio respuestas: 2,19

# Comercialización de productos

¿Recibe algún apoyo?

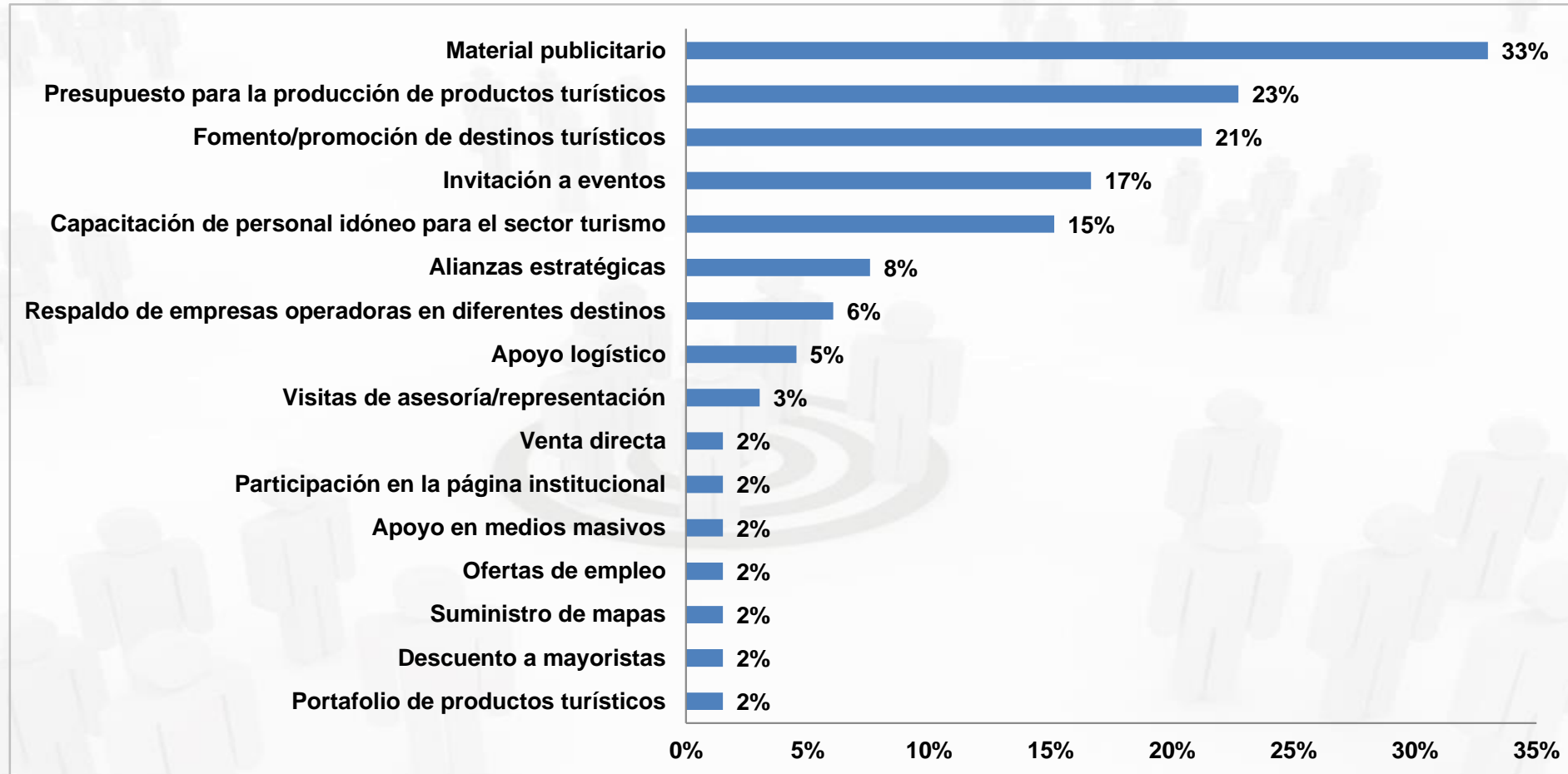


Los arrendadores de vehículos, transportadores, operadores de congresos y Cajas de Compensación, entre otros, reportan NO recibir apoyo para la comercialización de sus productos. Por otro lado, las agremiaciones entrevistadas en su totalidad si reportan algún tipo de apoyo.



# Comercialización de productos

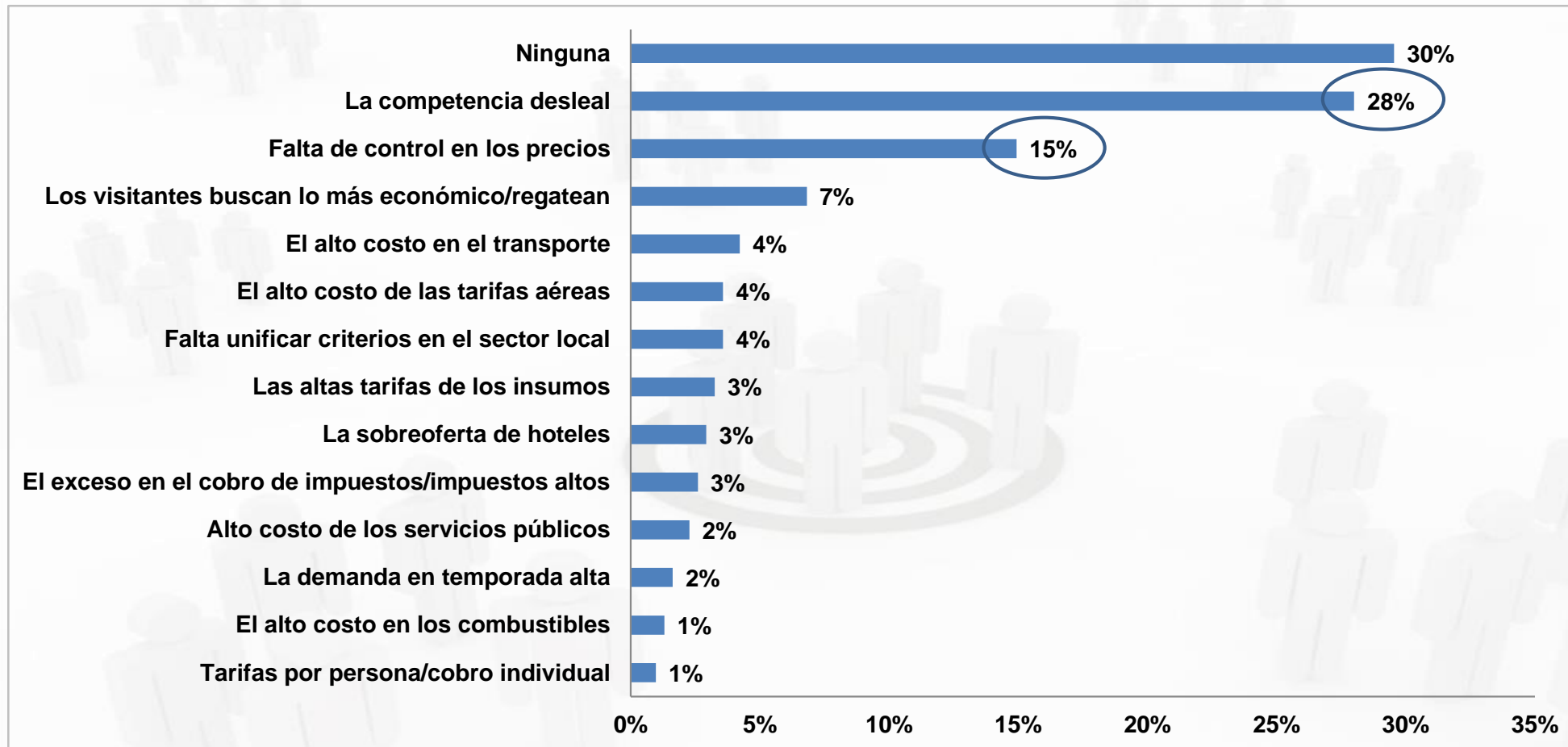
## Tipo de apoyo que reciben



Base:66  
Promedio respuestas: 1,41

# Comercialización de productos

*Principales dificultades al establecer las tarifas de los productos que ofrecen*



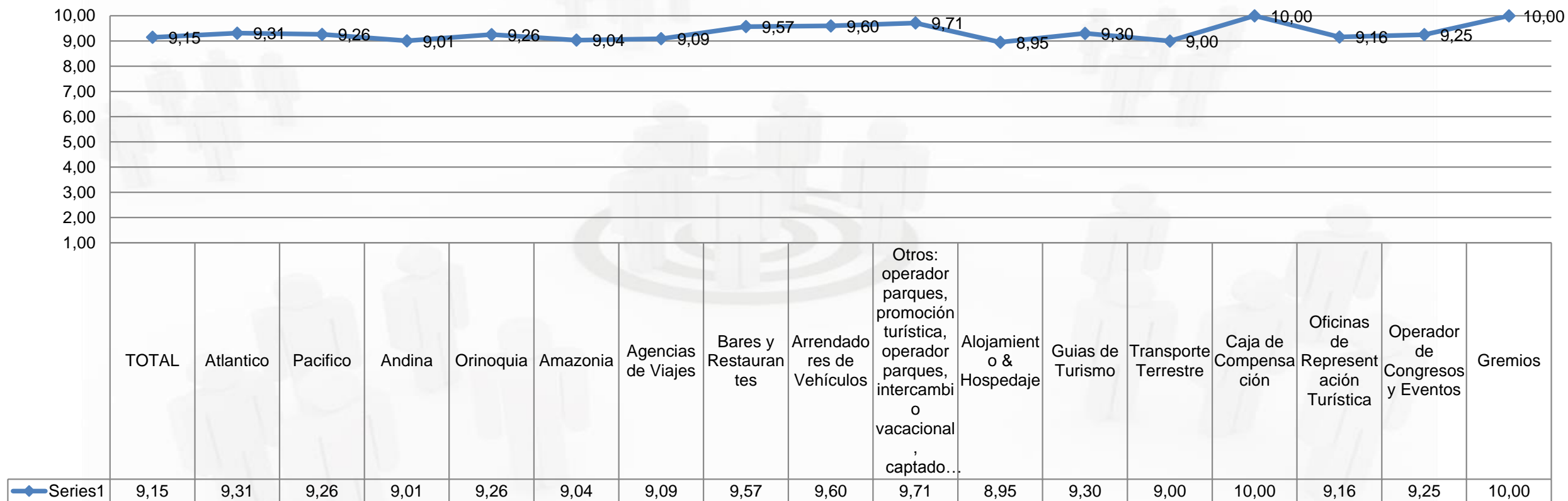
Base:308  
Promedio respuestas: 1,06



## **6. Evaluación de una marca para la comercialización de la región**

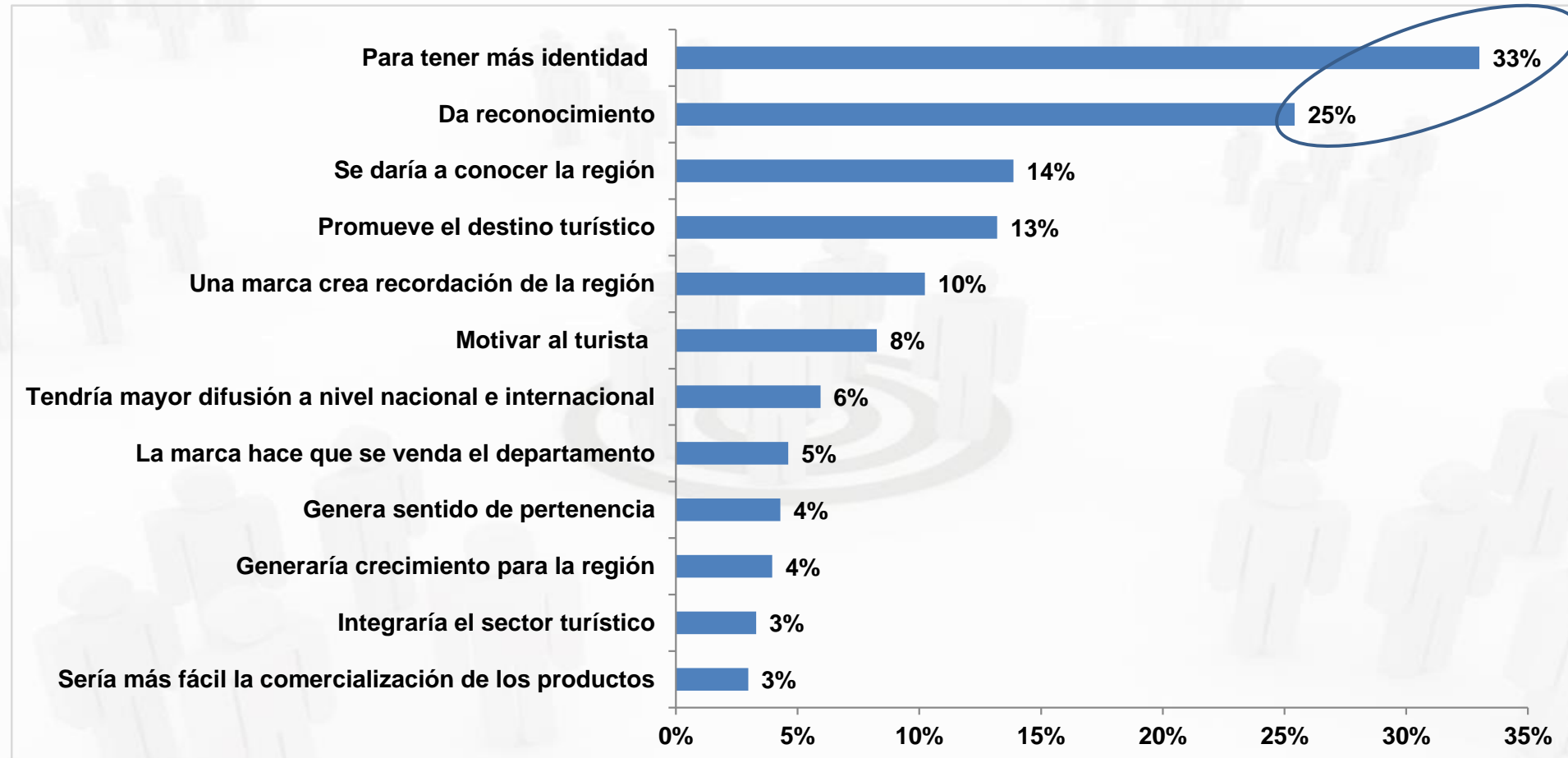
# Evaluación de una marca para la comercialización de la región

*En una escala de 1 a 10, donde 1 es nada importante y 10 es muy importante, desde su opinión, ¿qué tan importante es que su región cuente con una marca como apoyo para la comercialización de sus productos?*



# Evaluación de una marca para la comercialización de la región

*Por qué razón consideran que es importante?*



Base: 303  
Promedio respuestas: 1,29



## 7. Puntos clave



# Puntos clave

Sintetizando los resultados obtenidos en la evaluación de las regiones como destinos para el turismo nacional, podemos mencionar los siguiente:

- La principal fortaleza para las diferente regiones son los productos que ofrecen o podrían ofrecer en sus regiones; dentro de los que destacan **naturaleza, cultura e historia**.
- Hay unanimidad dentro del grupo objetivo en considerar que estos **productos son los de mayor potencial** a nivel nacional, puesto que son autóctonos y reflejan la identidad nacional, su riqueza y diversidad natural y cultural: recursos hídricos, fauna y flora, folclor, música, mitos y leyendas, gastronomía, ferias y testimonios del pasado indígena.



# Puntos clave

- A nivel general, **la infraestructura vial y la seguridad** son las dificultades de mayor trascendencia, que están obstaculizando el acceso a las diferentes regiones del país y a sus productos turísticos.
  - Todo el potencial que es reconocido y que se desea desarrollar, se percibe limitado por problemas de orden nacional que no sólo afectan el sector turístico sino también muchos otros sectores, como son las deficiencias en la **infraestructura** física y de movilidad que dificulta el acceso a los turistas nacionales a precios accesibles ya que la carencia de medios para llegar a diferentes lugares del país hace que los productos potenciales se perciban costosos y de difícil comercialización; lo que sugiere la necesidad de un trabajo conjunto del gobierno y el sector privado para promocionarlos y brindar facilidades al turista.
  - La **inseguridad** que es otro tema de orden nacional, también afecta el sector y además es un tema que se recalca constantemente en los medios masivos, aspecto que refuerza esta problemática en términos de imagen.
- Por regiones, la Caribe y la Pacífica reportan como su mayor debilidad, además de las ya mencionadas para las otras regiones, **la falta de capacitación del personal que atiende al turista.**





# Puntos clave

## Competencia:

- Entre los **destinos turísticos** que sobresalen por el interés que generan en el mercado tanto nacional como internacional y son vistos como una competencia para la gran mayoría de regiones y departamentos, se destaca por mucho el **Eje Cafetero**. Este es un destino que reúne las condiciones adecuadas reales y aspiracionales para atraer al turista: no sólo de naturaleza, sino también de cultura e historia.
- Para las regiones Pacífica, Andina, Orinoquía y Amazónica, otra competencia importante que resaltan es la Costa Caribe, principalmente **Cartagena y Santa Marta**.
- Los departamentos que limitan con otros países, como Brasil, Ecuador y Perú, mencionan dentro de su competencia a éstos.
- Ya al interior de cada una de las regiones, se observa que los departamentos de la Costa Caribe y de la Región Andina compiten entre sí, mientras que las regiones Amazónica, Orinoquía y Pacífica, no se compiten sino que mencionan como principal competencia los departamentos de otras regiones.



# Puntos clave

## Retos para el desarrollo:

Los mayores retos que enfrenta el empresario de turismo para el desarrollo de su región se relacionan con tres temas:

- El apoyo / participación y presencia del Estado
- La seguridad; mejorar la imagen del departamento en este aspecto
- La capacitación e idoneidad del recurso humano en el manejo de destrezas en servicios turísticos y la atención al cliente.



# Puntos clave

La mayoría de regiones reportan que las autoridades nacionales intervienen en el desarrollo turístico de su región; donde menos se reporta esta intervención es en la Amazónica y la Orinoquía.

Las principales autoridades que intervienen en su desarrollo turístico, a nivel de todas las regiones, son el Ministerio de Industria Comercio y Turismo y el Viceministerio de Turismo.

Por regiones, además de las entidades anteriores, se reportan:

- La región Atlántica: PROEXPORT.
- La Pacífica y Andina: PROEXPORT y el FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA.
- La región Amazónica reporta a DAFEC (Plan de Acción Sector Cultura) y a la Policía de Turismo.
- La Orinoquía: la Policía de Turismo y el Instituto de Turismo.

La calificación que los entrevistados hacen de las autoridades nacionales o quien los representa en cada región, está dentro de la media; la mayoría son evaluados entre 6 y 7, teniendo una escala de 1 a 10, donde 1 es una mala gestión y 10 una buen gestión. El puntaje más alto se le otorga a ANATO (8,50), seguido de la Cámara de Comercio de Bogotá con 7,55. El puntaje más bajo es para COTELCO con 5,79.

Las críticas que hacen a nivel general para dar calificaciones por debajo de la media son principalmente: Falta de apoyo y de promoción de los diferentes destinos de la región.



# Puntos clave

Por otro lado, las autoridades regionales y municipales no salen bien libradas frente a la evaluación que hacen de ellas; los entrevistados son más drásticos en su calificación y ninguno de los municipios califica sobre cinco (5), en una escala de 1 a 10.

Una de las principales razones por las cuales califican bajo a estas autoridades es falta de conocimiento que tienen de ellos. Adicionalmente perciben que no hay gestión, no se preocupan por el sector y falta dirección y control.

Los diferentes entrevistados de las regiones bajo estudio, consideran que a nivel de promoción falta mayor divulgación de los destinos, planes estratégicos novedosos, más capacitación a los asesores y más apoyo del gobierno.

Siendo consecuentes con lo anterior, los entrevistados piden a sus futuros gobernantes mayor promoción del turismo de la región.



# Puntos clave

Los entrevistados **ofrecen diversidad de productos y servicios turísticos adicionales a su objeto principal**; así es como los bares y restaurantes pueden ofrecer alojamiento, los hoteles y alojamiento ofrecen gastronomía.

Las agencias de viajes, los guías turísticos y las oficinas de representación turística, entre los productos que ofrecen, los más mencionados son los de **naturaleza, cultura e historia**.

En cuanto a la **demanda de los productos que ofrecen**, la mayoría de ellos reporta que está **por debajo de lo esperado**, principalmente por la falta de promoción y por otra variedad de razones: un menor control, un control casi nulo; la ola invernal que esta atravesando el país actualmente y la infraestructura de transporte vial y aérea.



# Puntos clave

A nivel de **difusión y comercialización**, Internet es el medio mas utilizado, ya sea a través páginas webs propias o redes sociales; es importante revisar este medio, ya que, por la limitada penetración del Internet en Colombia, se necesitaría de un complemento o un apoyo masivo que llegue a toda la población.

La mayoría reporta no tener **apoyo en la comercialización** y quienes mencionan recibir alguno, se refieren principalmente a apoyo publicitario, presupuesto para el desarrollo de productos y promoción.

La principal dificultad del sector para definir las **tarifas** de los productos es la competencia desleal, los prestadores que no están registrados ni formalmente constituidos.