



# PROYECTO ATI + TRYP

PRESENTACIÓN

# ¿QUÉ ES BICO?

Es el líder en servicios nacionales de bienes raíces, definido por el espíritu emprendedor de su fundador JUAN MANUEL FRANCO RUIZ.

A través de la cultura de la excelencia en el servicio y un sentido compartido de iniciativa; BICO S.A.S. esta integrada por especialistas en bienes raíces en Colombia para el mundo.

Cordialmente,

**JUAN MANUEL FRANCO RUIZ**  
CEO BICO S.A.S.

# TABLA DE CONTENIDO

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Pág.</b>
Análisis del entorno de mercado	4
Análisis de mercado	39
Conceptualización	43
Plan financiero	47



# 1. ANÁLISIS DEL ENTORNO DE MERCADO

## ANÁLISIS GENERAL DEL TURISMO 2017

### Panorama internacional del turismo

En el plano internacional, el turismo es tomado como una actividad importante e impulsadora de desarrollo económico. Tal es su injerencia a nivel mundial, que la Organización de las Naciones Unidas –ONU-, ha dispuesto como organismo especializado a la Organización Mundial de Turismo -OMT- (UNWTO por sus siglas en inglés) como encargado de la promoción del turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

En este sentido, la OMT ha implementado una metodología la cual ha permitido consolidar la Cuenta Satélite de Turismo, que es fundamentalmente de naturaleza descriptiva, y que al no incluir mediciones sobre efectos indirectos e inducidos del consumo turístico en el sistema económico, se ha podido compilar agregados que describen la magnitud y la contribución económica del turismo, además de información detallada del consumo turístico, cuentas de producción de la industria turística y los datos económicos y no monetarios del sector.

Debido a lo anterior actualmente, la OMT proporciona estadísticas, informes, boletines, manuales, libros, y demás producciones bibliográficas, que analizan el sector y enmarcan sus tendencias y comportamientos. Como resultado, se ha demostrado la importancia del turismo dentro de la composición de la economía mundial, por sus aportes en el progreso socioeconómico por medio del fortalecimiento

de la industria turística, creación de puestos de trabajo, fortalecimiento de infraestructuras y la generación de ingresos de exportación. (Aliance, 2015; IMPACTUR, 2013; Márquez, 1996)

Según Taleb Rifai, secretario general de la OMT, 2016 fue un monumental año para el turismo, las llegadas internacionales a nivel mundial completaron su séptimo año consecutivo de crecimiento por encima del promedio, llegando a los 1.2 billones. Una secuencia de crecimiento sostenible de esta cifra no se había observado desde 1960. Con el crecimiento y la representatividad que ahora posee el sector turístico llegan nuevas responsabilidades que este está comprometido a cumplir, en especial en lo relacionado con la nueva agenda de sostenibilidad. (UNWTO Annual Report 2016, 2017)

El turismo está incluido en 3 de las 17 metas universales que fueron firmadas por líderes mundiales en 2015 como la guía a seguir en camino al 2030. Estos nuevos desafíos fueron sellados en el “climate deal” en Paris, en lo concerniente al sector la meta 8, trabajo decente y crecimiento económico; la meta 12 consumo y producción responsables; la meta 14 la vida debajo del agua. Sin embargo, dada la naturaleza transversal del sector, este se convierte en una herramienta efectiva que ayudara a contribuir en todos las metas; el turismo puede ayudar

a generar los ambientes necesarios para la igualdad de género (meta 5), también podría ayudar en la planeación y construcción de ciudades y comunidades sostenibles (meta 11) y en la lucha contra la pobreza (meta 1) de esta manera generando progreso social, paz y respeto por los derechos humanos.

Adicionalmente a estos procesos a finales de 2015, la Asamblea general de las Naciones Unidas declaro 2017 como el año internacional de la sostenibilidad turística para el desarrollo, dando de esta manera un claro reconocimiento a las contribuciones que genera el turismo a la agenda de desarrollo mundial, y como un llamado de atención al potencial que tiene el sector turístico para apalancar el crecimiento económico, la inclusión social y cultural, y la preservación ambiental.

Según las cifras publicadas por la OMT (Revisar la Figura 1) publicadas en el anual report 2016, el sector turístico en el 2016 representó el 10% del PIB mundial, además generó uno de cada diez empleos, forjó 1,5 billones de dólares estadounidenses en exportaciones, su participación en el comercio internacional en bienes y servicios fue del 7% y el turismo internacional (que incluye viajes y transporte de pasajeros) para este año alcanzó el 30% del total de las exportaciones de servicios (UNWTO Annual Report 2016, 2017).

Figura 1. Importancia del turismo



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016)

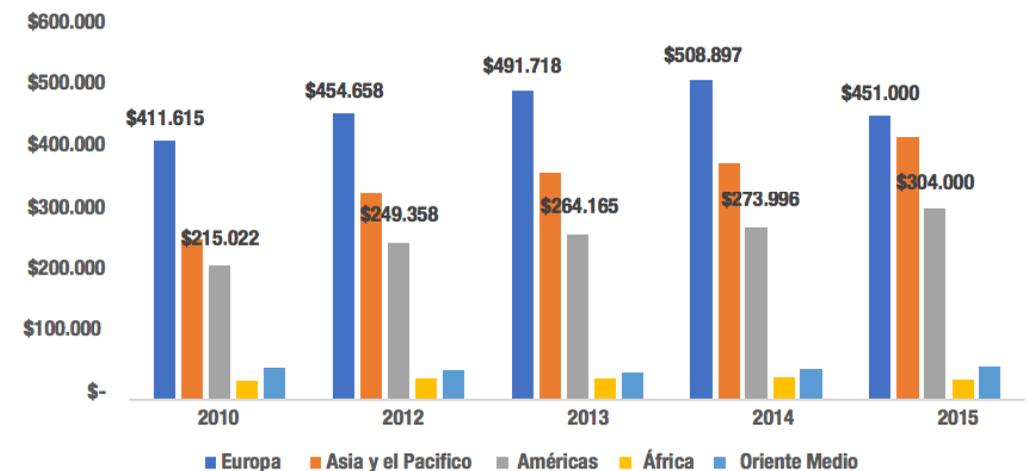
A pesar de las conmociones de carácter económico que se han presentado en los últimos años 2016 probó haber sido otro excelente año para el turismo internacional, las llegadas de turistas internacionales crecieron por el séptimo año consecutivo para alcanzar 1.2 billones, el crecimiento más fuerte fue registrado en las regiones de África, Asia y las regiones del Pacífico. El crecimiento observado fue de cerca de 46 millones o del 4% sobre el 2015. Aproximadamente 300 millones de más de personas han viajado para realizar actividades turísticas entre 2008 y 2016.

Según la OMT el turismo se ha posicionado como un factor clave en el desarrollo, prosperidad y bienestar del mundo, el turismo se ha caracterizado por su crecimiento prácticamente ininterrumpido a lo largo del tiempo, en general las llegadas de turistas a nivel mundial han crecido de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 674 millones en 200 y 1.186 millones en 2015, así mismo los turistas internos han pasado de 5 a 6 mil millones.

Representando el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, en los últimos cuatro años el sector reportó crecimiento superior al del comercio mundial, ocupando a 2015 el tercer puesto en las categorías mundiales de exportación, por detrás de combustibles y producción química, sin embargo, en muchos países en desarrollo el turismo es incluso el primer sector exportador.

En línea con la argumentación anterior es importante mencionar que los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de 2.000 millones de dólares EE. UU. en 1950 a 104.000 millones en 1980, 495.000 millones en 2000 y 1.260.000 millones en 2015.

Gráfico 1. Ingresos por turismo internacional por regiones en millones de dólares.



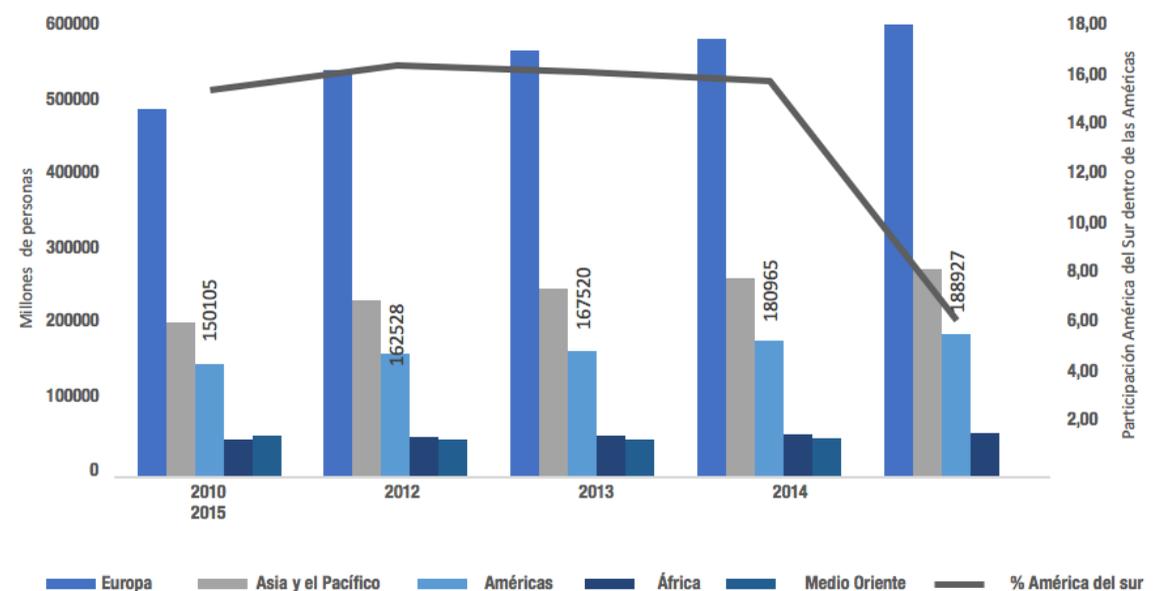
Fuente: OMT. Compilación de Estadísticas de Turismo. Julio, 2017.

Dentro del análisis regional, es Europa quien aporta los mayores ingresos por turismo internacional<sup>1</sup> en el mundo (41%), en el 2014 alcanzó los 508.897 millones de dólares estadounidenses. Las Américas que comprende, América del Norte, América Central y América del Sur, son la tercera región que más produce ingresos por este rubro (22%), su crecimiento ha sido notable, con el 27% en el 2014 con respecto al 2010. Adicionalmente las Américas presentan el crecimiento más estable de las regiones.

Sin embargo, en específico en América del Sur, se ha venido observando un comportamiento en descenso, en donde el turismo pasó de aportar el 9,72% de ingresos por viajeros internacionales a las Américas en el 2010 a contribuir el 9,41% en el 2014. En un zoom a nivel de países, Estados Unidos es quien ocupa el primer lugar en ingresos por turismo internacional con más de 177 miles de millones de dólares seguido por España (62,6), China (51,7) y Francia (55,4); en cuanto a la representatividad en número de llegadas de turistas es Europa la región que lleva la

delantera con un 50% del flujo de turistas mundial en 2016, seguidos por Asia y el Pacífico y las Américas con 25% y 16% respectivamente (ver Gráfico 3).

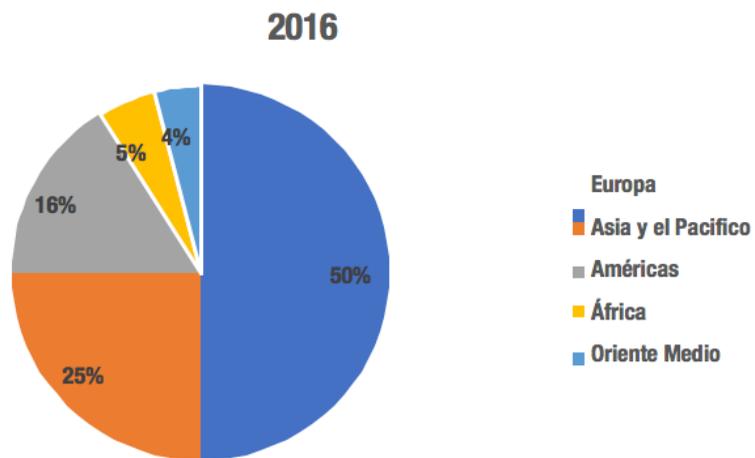
Gráfico 2. Llegadas de turistas internacionales por regiones y Participación del América del Sur en las Américas



Fuente: OMT (UNWTO). Compilación de Estadísticas de Turismo. Septiembre, 2015

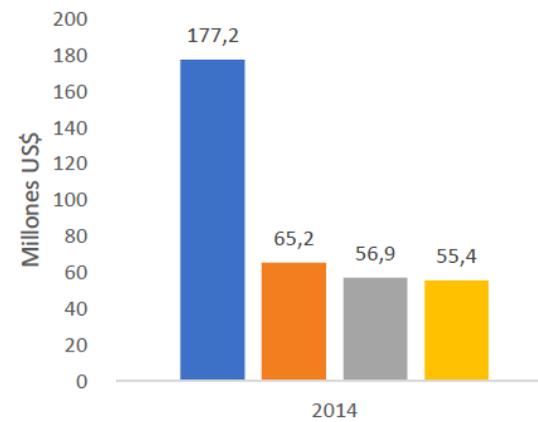
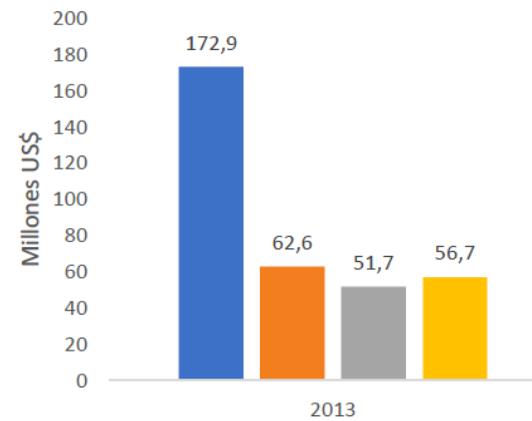
<sup>1</sup>En términos macroeconómicos, el gasto de los visitantes internacionales (ingreso por turismo internacional) se contabiliza como exportaciones para el país de destino y como importaciones para el país de residencia del visitante.

Gráfico 3. Representatividad del número de llegadas de turistas por regiones. 2016.



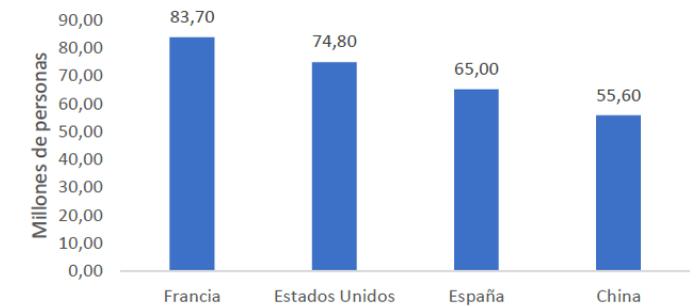
Fuente: OMT. Annual Report 2016.

Gráfico 4. Países con más ingresos por turismo internacional (2013-2014)



Fuente: OMT. Annual Report 2016.

Gráfico 5. Países con más llegadas de turistas internacionales (2015)



Fuente: OMT (UNWTO). Panorama del Turismo internacional, 2015

Gráfico 6. Medios de transporte para turismo



Fuente: OMT (UNWTO Panorama del Turismo internacional)

De acuerdo con los últimos resultados expuestos por la OMT (comunicado de prensa UNTWO No. 16055, 2016) en el 2015 las llegadas de turistas internacionales aumentaron en un 4,4% en comparación con el año inmediatamente anterior, alcanzando la cifra de 1.200 millones de viajeros. Así mismo la OMT en un comunicado de prensa más reciente comento que el crecimiento del primer semestre de 2016 también fue de 4%, y que se espera que el crecimiento continuara durante el resto del año.

Durante el 2010 y 2015 se observó una afluencia importante de llegadas de turistas internacionales a Europa, cuyo aumento ha sido sostenido, generando un crecimiento del 25% en el 2014 en comparación con el 2010. Tal comportamiento es emulado por Asia y el Pacífico quien ocupa el segundo lugar (23%). Las Américas tienen el tercer puesto (16%) en esta variable y por último se encuentra el Oriente medio y África.

En el Gráfico 2. Llegadas de turistas internacionales por regiones y Participación del América del Sur en las Américas, se observa la participación que tiene América del Sur dentro

de las Américas, como bien se observa en el 2010 esta subregión representó el 15,41%, en el 2012 y 2013 aportó el 16,42 y 16,17 respectivamente y en el 2014, su participación disminuyó al 15,89%.

En el mundo, a nivel de países es Francia que, con 83,70 millones de llegadas de turistas internacionales, lidera la lista, Estados Unidos es segundo, España tercero y China cuarto. (Ver gráfico 5)

Según la OMT, en el documento de Panorama Turístico de 2016 la demanda durante 2015 fue importante en general, aunque los resultados por destino fueron más dispares de lo habitual. Tres factores principales influyeron en los flujos turísticos de 2015-2016: las fluctuaciones de los tipos de cambio, más acentuadas de lo habitual; la bajada del precio del petróleo y de otros productos, lo cual aumentó la renta disponible en países importadores, pero debilitó la demanda turística de países exportadores; y la creciente preocupación por la seguridad (Panorama OMT del turismo internacional, 2016).

Los ingresos derivados del gasto de los visitantes internacionales en alojamiento, comida y bebida, entretenimiento, compras y otros bienes y servicios alcanzaron una cifra de 1.260.000 millones de dólares estadounidenses en el 2015, esto representa un aumento del 4,4% en términos reales con respecto al año anterior.

En esta instancia, los medios de transporte, que utilizan el turismo receptor, (Gráfico 6) se observa que el 54% viajaron por vía aérea, el 39% por carretera, el 5% por embarcaciones y tan sólo el 2% por vías férreas. Así mismo, el Gráfico 7, muestra que el motivo de viaje principal en el mundo en el 2015 fue el de Ocio, Recreo y Vacaciones (53%), voluntariados, salud, religión y otros el 27% y negocios el 14%.

Gráfico 7. Motivo de viaje para turismo



Fuente: OMT (UNWTO Panorama del Turismo internacional)

Según la OMT en su reporte anual de panorama turístico las inusualmente fuertes fluctuaciones de los tipos de cambio en 2015 tuvieron una clara y fuerte influencia en los ingresos por turismo de algunas regiones y destinos concretos. En términos reales, los ingresos aumentaron un 8% en las Américas, un 4% en Asia y el Pacífico y también en Oriente Medio, un 3% en Europa y un 2% en África. Además de los ingresos obtenidos por los destinos (la partida de viajes de la balanza de pagos), el turismo internacional generó otros 211.000 millones de dólares en exportaciones a

través de servicios de transporte internacional de pasajeros, prestados en 2015 a no residentes. Sumando ambos conceptos, el valor de las exportaciones de turismo ascendió a 1,5 billones de dólares de los EE.UU., o 4.000 millones de dólares al día.

Por otro lado, el turismo emisor, el cual hace referencia a la salida de viajeros al exterior, ha mostrado que la mayoría de viajes internacionales tienen lugar en el país de residencia de los viajeros, los datos indican que cuatro de cinco llegadas tienen su origen en la misma región. Los mercados emisores de turismo internacional se han concentrado tradicionalmente en las economías avanzadas de Europa, las Américas y Asia y el Pacífico, no obstante, gracias al aumento de los niveles de renta disponible, muchas economías emergentes han experimentado un elevado crecimiento en los últimos años, en particular en los mercados de Asia, Europa Central y Oriental, Oriente Medio, África y América Latina. Europa sigue siendo la mayor región emisora del mundo, generando la mitad de todas las llegadas internacionales, seguida de Asia y el Pacífico (24%), las Américas (17%), Oriente Medio (3%) y África (3%).

## PANORAMA NACIONAL

### Contexto Económico incidente en el turismo

Según el resumen del panorama general de la página web del Banco Mundial (World Bank), la situación parece haber cambiado para la región de América Latina y el Caribe (ALC): luego de seis años de desaceleración, incluidos dos de recesión, está creciendo nuevamente. Sin embargo, los años de estancamiento económico frenaron diversos procesos sociales que se venían adelantando; la región debe estimular la recuperación económica y hallar nuevos motores de crecimiento para reducir la pobreza y promover la prosperidad aún más, es aquí donde el turismo entra a jugar un papel fundamental en el desarrollo de medidas que permitan generar ciclos económicos positivos para la región.

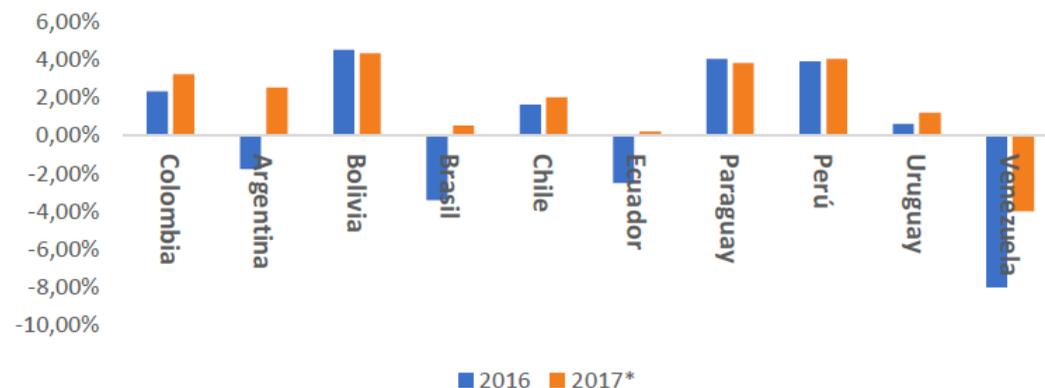
La región en desarrollo más afectada por la desaceleración mundial durante los últimos años fue ALC, se espera que esta crezca un 1,2% en 2017, seguido de 2,1% en 2018. Sin embargo, los seis años de desaceleración tuvieron un impacto negativo en los puestos

de trabajo y en el ingreso familiar; la desigualdad ya no está cayendo, el crecimiento de la clase media se ralentizó y prácticamente el 39% de los latinoamericanos sigue siendo vulnerable a una recaída en la pobreza.

En comparación con algunos países de América latina, Colombia durante el 2016 creció a un ritmo aproximado de 2,3%, superando a Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Uruguay y Venezuela; durante el 2017 se pronostica que el PIB en Colombia posea un crecimiento de 3,2% superando los mismos países que durante el periodo del 2016.

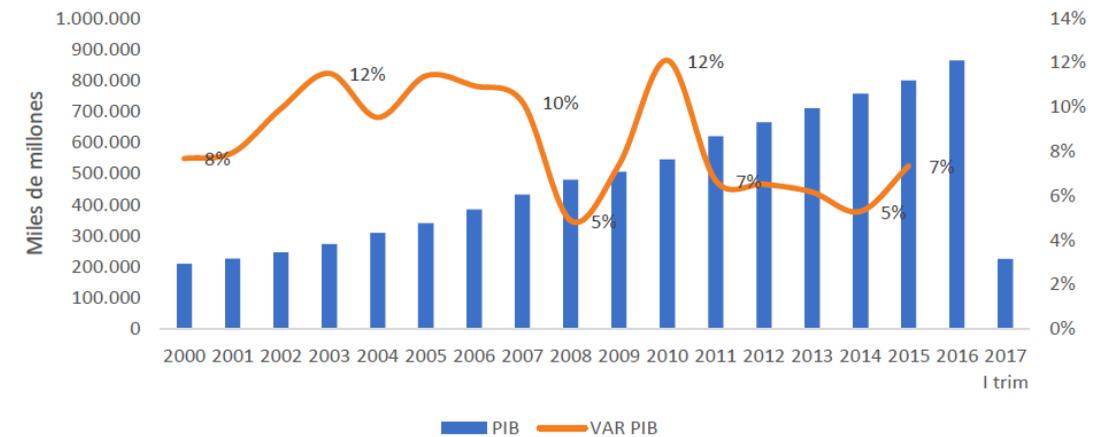
En desagregación del PIB se muestra que la rama de Comercio, Reparación, Restaurantes y Hoteles, creció 9,45% en el 2015 un con respecto al año anterior, posicionándose, así como la rama de mayor crecimiento este año. Cerca se encontró la rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con 4,5% de crecimiento anual. Durante 2016 la rama de Comercio, Reparación, Restaurantes y Hoteles creció 9,11% con respecto al año anterior manteniendo un crecimiento estable con respecto a la tasa de 2015.

Gráfico 8. Pronóstico del crecimiento del PIB para el 2017 en América Latina



Fuente: Actualización de proyecciones de crecimiento de América Latina y el Caribe en 2016 y 2017, CEPAL

Gráfico 9. PIB a precios constantes, series desestacionalizadas



Fuente: BANREP

Tabla 1. PIB por grandes ramas de la actividad económica, I trimestre anual.

RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	2014	2015	2016	2017
	I - trimestre	I - trimestre	I - trimestre	I - trimestre
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	10.265	11.635	13.702	14.313
Explotación de minas y canteras	17.540	12.410	10.187	12.924
Industrias manufactureras	21.575	21.349	23.884	24.943
Suministro de electricidad, gas y agua	5.974	6.530	7.731	7.900
Construcción	18.000	18.140	19.929	20.287
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	21.460	23.475	26.195	27.707
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	11.580	13.053	13.972	14.498
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	34.742	37.251	40.831	44.706
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	30.304	32.028	34.988	37.589
Subtotal Valor agregado	171.440	175.871	191.419	204.867
IVA no deducible	9.604	10.525	10.954	12.051
Derechos e impuestos sobre las importaciones	1.210	1.416	1.319	1.227
Impuestos excepto IVA	4.856	5.174	6.034	6.703
Subvenciones	442	295	336	347
Total Impuestos	15.228	16.820	17.971	19.634
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO</b>	<b>186.668</b>	<b>192.691</b>	<b>209.390</b>	<b>224.501</b>

Fuente: BANREP

Los servicios de alojamiento, comida y bebida, pertenecientes a la industria turística, fueron los que jalónaron la rama de comercio, reparación, restaurantes y hoteles, con crecimientos y aportes, en las dimensiones anuales en 5,0% para 2014, 6,2% para 2015 y 1,6% para 2016 tal y como se puede observar en la Tabla 2. Esta rama representó el 14% del PIB en el año 2016.

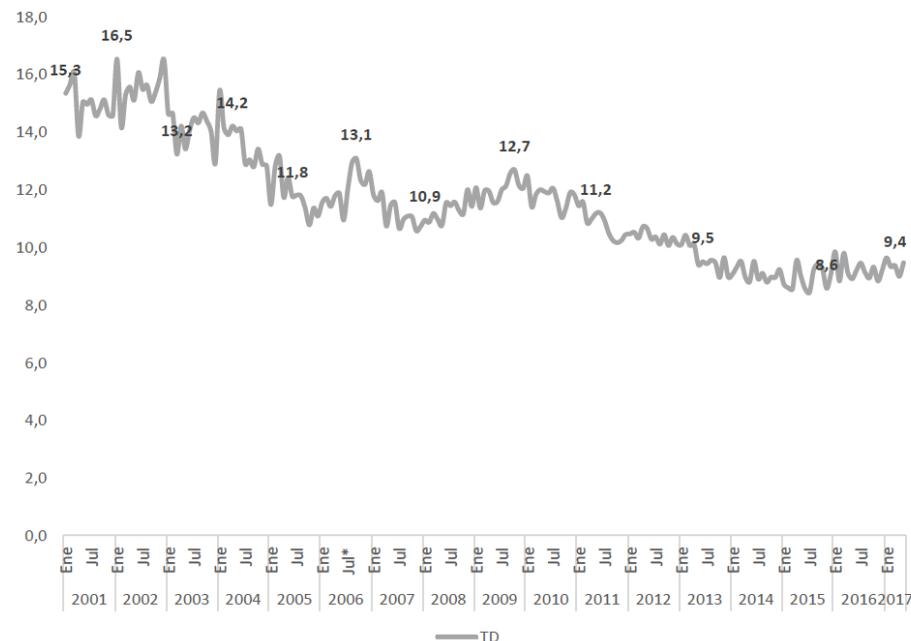
Tabla 2. Crecimiento y participación de la hotelería, restaurantes y bares.

Período	Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	Comercio	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores; reparación de efectos personales y enseres domésticos	Hoteles restaurantes, bares y similares	Subtotal Valor Agregado	PRODUCTO INTERNO BRUTO
I	5,4	4,3	8,4	7,8	6,5	6,4
II	4,9	4,7	5,7	5,4	3,8	4,0
III	4,6	4,8	6,7	3,3	3,8	3,9
IV	5,1	5,7	4,2	3,7	3,1	3,3
Anual	5,0	4,9	6,2	5,0	4,3	4,4
I	5,1	4,5	5,0	6,4	2,7	2,6
II	4,2	3,3	4,1	5,7	3,2	3,0
III	5,5	4,2	6,2	7,7	3,4	3,2
IV	3,7	2,7	6,8	4,9	3,7	3,4
Anual	4,6	3,7	5,5	6,2	3,3	3,1
I	2,8	2,2	6,2	3,1	2,8	2,7
II	1,9	1,5	6,7	1,1	2,3	2,5
III	0,7	0,5	3,3	0,5	1,2	1,1
IV	1,8	1,7	4,0	1,6	1,5	1,6
Anual	1,8	1,5	5,0	1,6	1,9	2,0
2017 Pr	(0,5)	(0,5)	1,5	(1,4)	1,0	1,1

Fuente: DANE. Cuentas trimestrales, 2017

El Gráfico 10 muestra la evolución desde el año 2000 de la tasa de desempleo nacional, mostrando una clara disminución e interpretando una mejora en las cantidades de personas empleadas a nivel nacional. El impacto de la industria turística en la generación de empleo fue contundente, puesto que fue esta rama la que más contribuyó en la creación de puestos de trabajo (21.615 empleos) con un 28% en el 2015. (Ver Gráfico 11). En 2017 la población ocupada en las cabeceras fue 17,4 millones de personas.

Gráfico 10. Tasa de desempleo nacional



Fuente: DANE. Cuentas trimestrales, 2017

En la rama de nuestro interés se concentraron el 53,6% de las personas ocupadas, presentando una mayor contribución a la variación de la población ocupada la industria manufacturera; comercio, hoteles y restaurantes y actividades inmobiliarias y de alquiler, estas contribuyeron conjuntamente con 1,4 puntos porcentuales. (Boletín técnico, principales indicadores del mercado laboral Mayo 2017, 2017). Así mismo para mayo de 2017, 22 millones 263 mil personas se encontraban ocupadas, 262 mil personas más que en mayo de 2016.

Otra variable macroeconómica que influye en el sector turístico es la inflación puesto que al encarecerse el costo de vida y disminuir el poder adquisitivo de la moneda, las personas priorizan sus gastos, donde por lo general la prelación es satisfacer las necesidades básicas, y los rubros destinados a actividades recreativas como el turismo, son susceptibles a desplazarse.

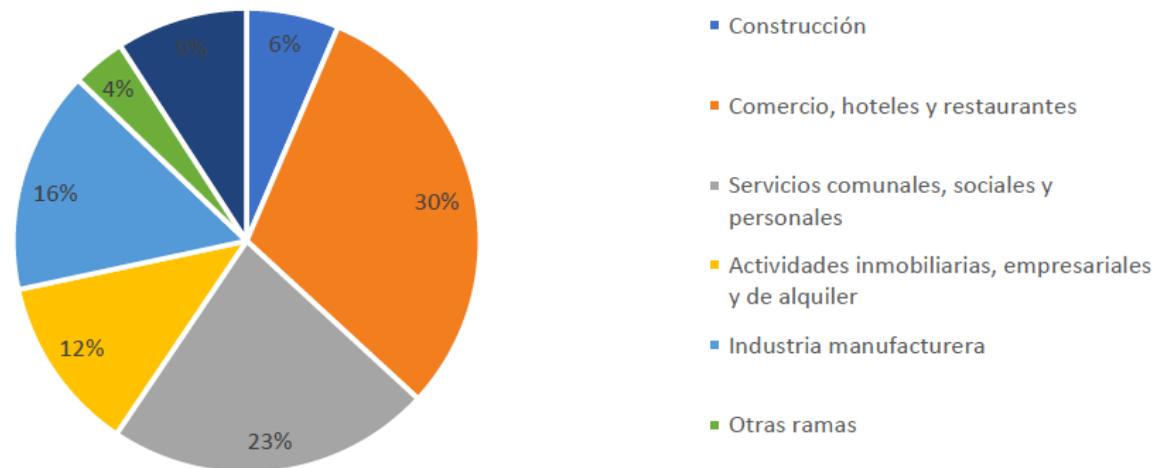
En junio de 2017 la variación mensual del Índice de Precios del Consumidor (IPC) fue 0,11%, es decir 0,37 puntos porcentuales menor a la registrada en junio de 2016, cuando fue 0,48%. Adicionalmente, en el primer semestre de 2017 la variación acumulada del IPC fue 3,35%, es decir 1,75 puntos porcentuales menor a la registrada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue 5,10%.

Por otra parte, el comportamiento de la Inversión Extranjera Directa (IED) durante el primer trimestre de 2016 aumento considerablemente frente a los montos registrados en el mismo periodo del año anterior, alcanzando los US\$ 4.568 millones, 44,5% más.

Dentro del análisis sectorial, se resalta los sobresalientes crecimientos de los sectores de construcción (76,8%) y servicios comunales (25,8%). Sin embargo, el flujo de inversión de la rama de Comercio, Restaurantes y Hoteles tuvo un decrecimiento del 73% frente a lo registrado en el primer trimestre de 2015 (Reporte trimestral de inversión extranjera directa en Colombia I trimestre 2016, 2016).

Dentro del análisis sectorial, se resalta los sobresalientes crecimientos de los sectores de construcción (76,8%) y servicios comunales (25,8%). Sin embargo, el flujo de inversión de la rama de Comercio, Restaurantes y Hoteles tuvo un decrecimiento del 73% frente a lo registrado en el primer trimestre de 2015 (Reporte trimestral de inversión extranjera directa en Colombia I trimestre 2016, 2016).

Gráfico 11. Distribución porcentual de la población ocupada según rama de la actividad



Fuente: DANE. Cuentas trimestrales, 2017

## En Colombia... ¿Cómo vamos en Turismo?

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, de los países de América Latina, Colombia ocupa el 5° lugar con una participación de 1,5% del total de llegadas mundiales en 2015. Fueron 2.978.000 las llegadas de turistas internacionales durante este año, lo cual implicó un aumento del 16,1% con base al año anterior. Los turistas residentes de los Estados Unidos, Venezuela y Ecuador fueron los que más ingresaron al Colombia durante 2017 (enero-abril). En total, la suma de turistas únicamente estos tres países fueron de 398.688, contribuyendo el 41,1% de los visitantes totales del país durante ese periodo.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, de los países de América Latina, Colombia ocupa el 5° lugar con una participación de 1,5% del total de llegadas mundiales en 2015. Fueron 2.978.000 las llegadas de turistas internacionales durante este año, lo cual implicó un aumento del 16,1% con base al año anterior. Los turistas residentes de los Estados Unidos, Venezuela y Ecuador fueron los que más ingresaron al Colombia durante 2017 (enero-abril). En total, la suma de turistas únicamente estos tres países fueron de 398.688, contribuyendo el 41,1% de los visitantes totales del país durante ese periodo.

Figura 2. Principales indicadores del sector turístico en Colombia



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: Boletín mensual, abril 2017

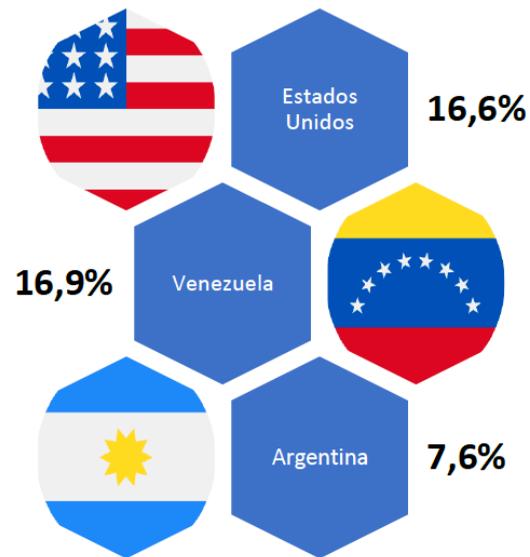
Por otra parte, en abril del 2017 las salidas de colombianos al exterior aumentaron en un 34,39% con respecto al año anterior, es decir que salieron 85.769 viajeros más. Dentro del análisis de año corrido, se observa que entre enero y abril del 2017 se registró un aumento del 11,55% con relación al año anterior, aumentando 133.982 viajeros, y registrando un total de 1.293.813 salidas en este periodo de 2017. El turismo emisor colombiano, escogió como principales destinos turísticos a Estados Unidos, Panamá y México cada uno de ellos representó el 30%, 10% y el 9,3%, todos ellos sumaron el 49,3% de la participación de los destinos totales de salidas de los turistas totales (Boletín Mensual Abril 2017, 2017)

Tabla 3. Número de viajeros por país de origen.

País	2016	2017	% Var
Venezuela	14.459	41.150	184,60%
Estados Unidos	37.458	39.420	5,20%
Argentina	10.723	15.161	41,40%
Brasil	17.075	15.034	-12,00%
México	11.539	14.872	28,90%
Ecuador	12.936	14.027	8,40%
Chile	8.634	10.246	18,70%
Perú	9.529	10.023	5,20%
Panamá	8.711	8.940	2,60%
España	7.133	8.661	21,40%
Resto de países	44.623	57.373	28,60%
<b>Total</b>	<b>182.820</b>	<b>234.907</b>	<b>28,50%</b>

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: Boletín mensual, abril 2017

Figura 3. Principales orígenes de visitantes



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: Boletín mensual, abril 2017.

Los viajeros clasificados como Extranjeros no residentes y Transfronterizos son los más representativos para el periodo, participando con un 47,7% y 32,4% respectivamente; seguido de colombianos residentes exterior con 10,4%. Durante el mes de abril, el receptivo de viajeros no residentes por tipo de visa TUR y NOTUR representó el 93,0% y 7,0%

respectivamente del total de viajeros. Para el periodo enero - abril de 2017 el tipo de visa turística registró un incremento de 25,2%, mientras que visa no turística registró una caída 31,9% respecto al año anterior.

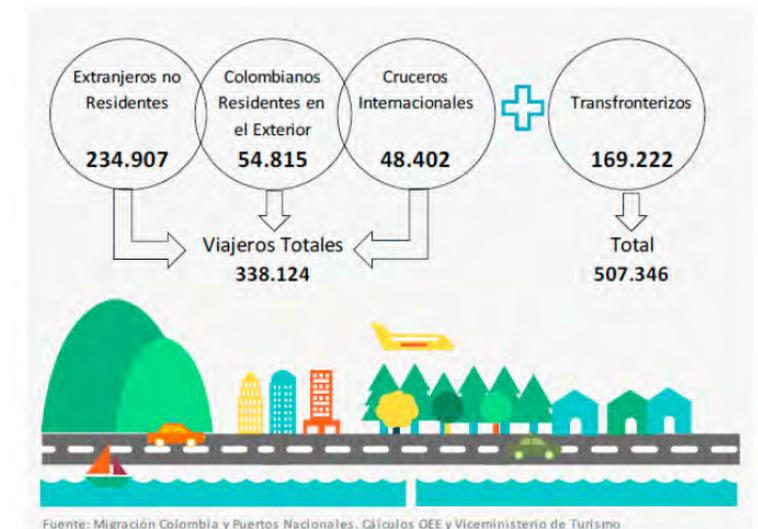
Durante enero - abril de 2017, de los 10 principales países de residencia, Venezuela fue el que presentó mayor crecimiento y este fue de 57,7%. En total, la llegada de colombianos residentes en el exterior aumentó 5,9% durante los estos meses del año.

Se espera que los ingresos por concepto de turismo en el 2017 sean de US\$ 1.529 millones, a través de los rubros de transporte de pasajeros y viajes. Esto indicaría un aumento del 10,84% respecto al mismo período del 2016.

De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el motivo de viaje principal fue el de vacaciones, recreación y ocio, según clasificación de Migración Colombia, éste en el mes de septiembre de 2015, el 68,3% viajaron por este motivo, no obstante, según el DANE esta cifra fue el 50%. En las dos clasificaciones,

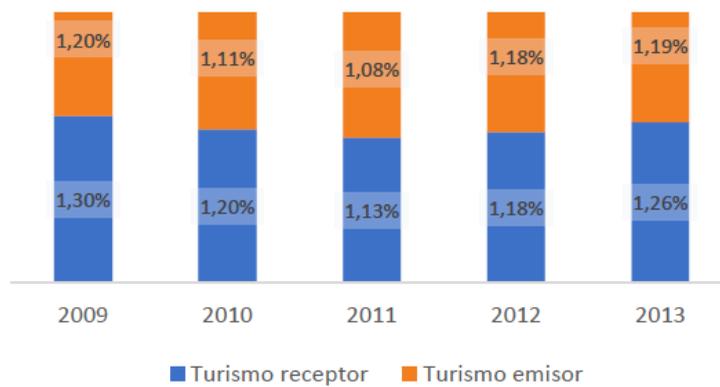
el segundo motivo de viaje fue el de negocios con una participación del 41% para el DANE y 19,2% para Migración Colombia (ver Gráfico 13).

Figura 4. Receptivo total de viajeros



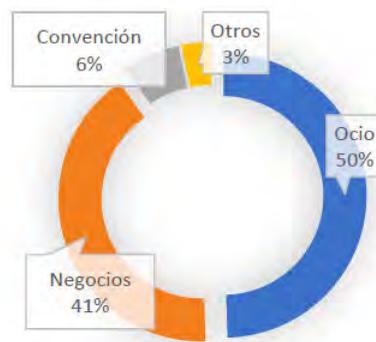
Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: Boletín mensual, abril 2017 (OEE, 2017).

Gráfico 12. Gasto del Turismo Receptor y Emisor sobre porcentaje del PIB



Fuente. Compilados estadísticos OMT (UNTWO), 2015

Gráfico 13. Motivo del viaje, según clasificación de DANE, 2015



Fuente: Muestra mensual Hotelera (MMH)- DANE. Cifras Agosto 2015 (citado por Ministerio de Comercio Industria y Turismo: Boletín mensual, Sep., 2015)

## Estadísticas de Turismo de Magdalena

El turismo en el departamento del Magdalena muestra un positivo comportamiento de la demanda de turistas. En el 2015 se movilizaron 1.456.421 pasajeros a través del aeropuerto Simón Bolívar, en 2016 se movilizaron un total de 1.518.160 pasajeros y en el primer semestre de 2017 se han movilizado 817.835 pasajeros, en promedio se movilizaron 136.306 pasajeros por mes en 2017, siendo Enero el mes con mayor auge en el año hasta el momento con 160.439 pasajeros. Se percibe un aumento constante de los totales mensuales y anuales del número total de pasajeros movilizados a través del aeropuerto Simón Bolívar.

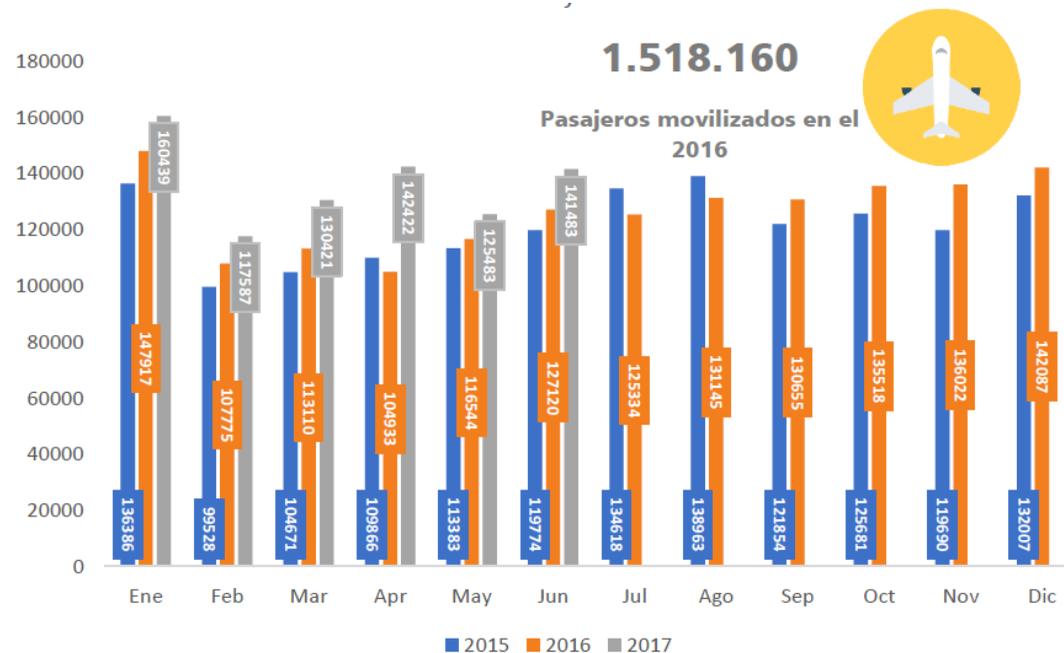
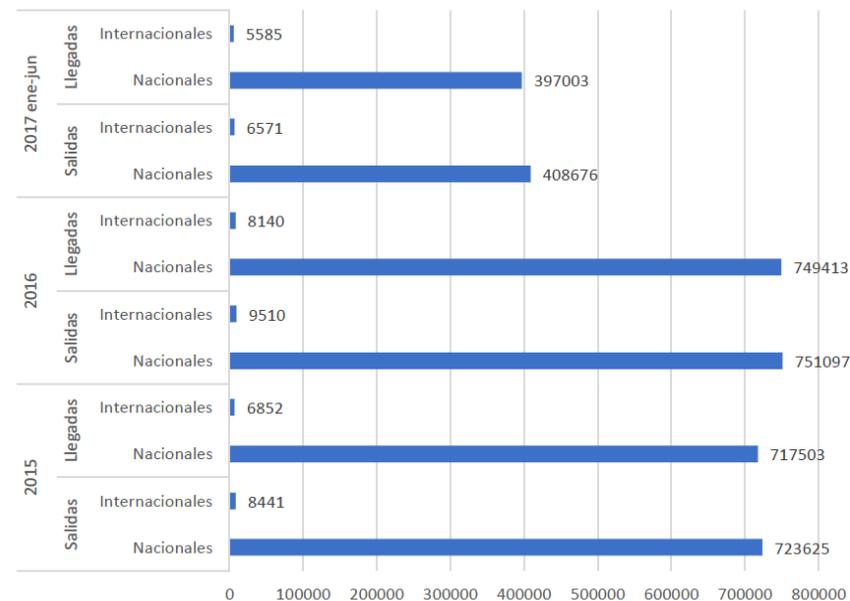


Gráfico 14. Número de Pasajeros movilizados a través del aeropuerto Simón Bolívar 2015 ene -2017 Jun

Fuente: Estadísticas Aeroriente, 2017

En el año 2016, el aeropuerto movilizó 1'518.160 pasajeros, de los cuales 760.607 fueron salidas y 757.553 fueron entradas, en el 2017 en el periodo del I semestre se han movilizó un total de 817.835 pasajeros, representando un 53,87% de los pasajeros movilizó en el año 2016, de estos 415.247 fueron salidas y 402.588 fueron entradas. Es importante resaltar la poca participación del turista internacional que ha arribado al departamento del Magdalena a través de su aeropuerto principal, lo anterior se puede ver explicado por la ventaja comparativa del aeropuerto de Barranquilla, en donde el transporte terrestre se vuelve un sustituto del medio de transporte por las cortas distancias y bajo costo. Adicionalmente esto se puede explicar en el hecho de que el aeropuerto de la ciudad de Santa Marta no tiene conexiones directas con destinos internacionales, todos los destinos tienen por lo menos un tramo de espera hacia un aeropuerto internacional.

Gráfico 15. Número de pasajeros según origen movilizó por del aeropuerto de Simón Bolívar de Santa Marta a marzo de 2016.



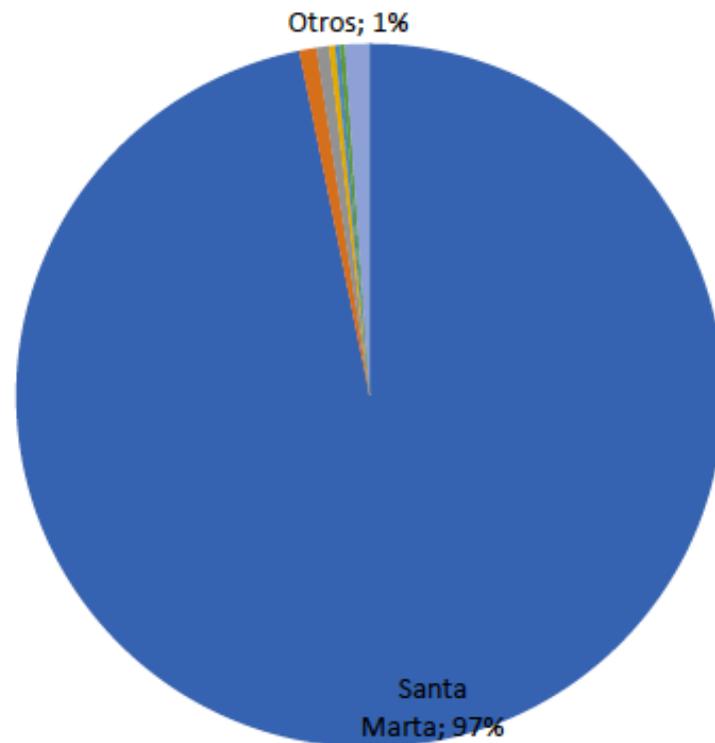
Fuente: Estadísticas Aeroriente, 2017

Tabla 4. Entradas de extranjeros por los 38PCM, con intención de hospedaje en el departamento del Magdalena, según nacionalidad

País de Origen	Nº extranjeros
Venezuela	4.288
Estados Unidos	4.013
Argentina	3.010
Perú	2.941
Chile	2.111
España	940
Reino Unido	862
Francia	839
Canadá	772
Alemania	739
Otros	6.506
<b>Total</b>	<b>27.021</b>

Fuente: Grupo de Estudios Institucionales sobre Migración – Unidad Administrativa Especial Migración Colombia

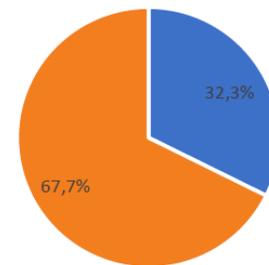
Gráfico 16. Entradas de extranjeros por los 38PCM con intención de hospedaje en el departamento del Magdalena, según ciudad de hospedaje



Fuente: Grupo de Estudios Institucionales sobre Migración – Unidad Administrativa Especial Migración Colombia

Tabla 5. Visitantes al Parque Nacional Tayrona en el 2016

PARQUE NACIONAL NATURAL TAYRONA INGRESO DE VISITANTES - AÑO 2016	
CONCEPTO	
Adulto nacional	210203
Adulto extranjero	111156
Niño menor 5 años nacional	11455
Niño menor 5 años extranjero	553
Niño entre 5 y 12 años nacional	17541
Niño entre 5 y 12 años extranjero	1281
Adulto mayor 65 años nacional	8129
Adulto mayor 65 años extranjero (residente)	39
Estudiante nacional	17094
Estudiante extranjero	12938
Discapacitado nacional	483
Discapacitado extranjero	118
Extranjero residente en col.	452
<b>Total</b>	<b>391442</b>



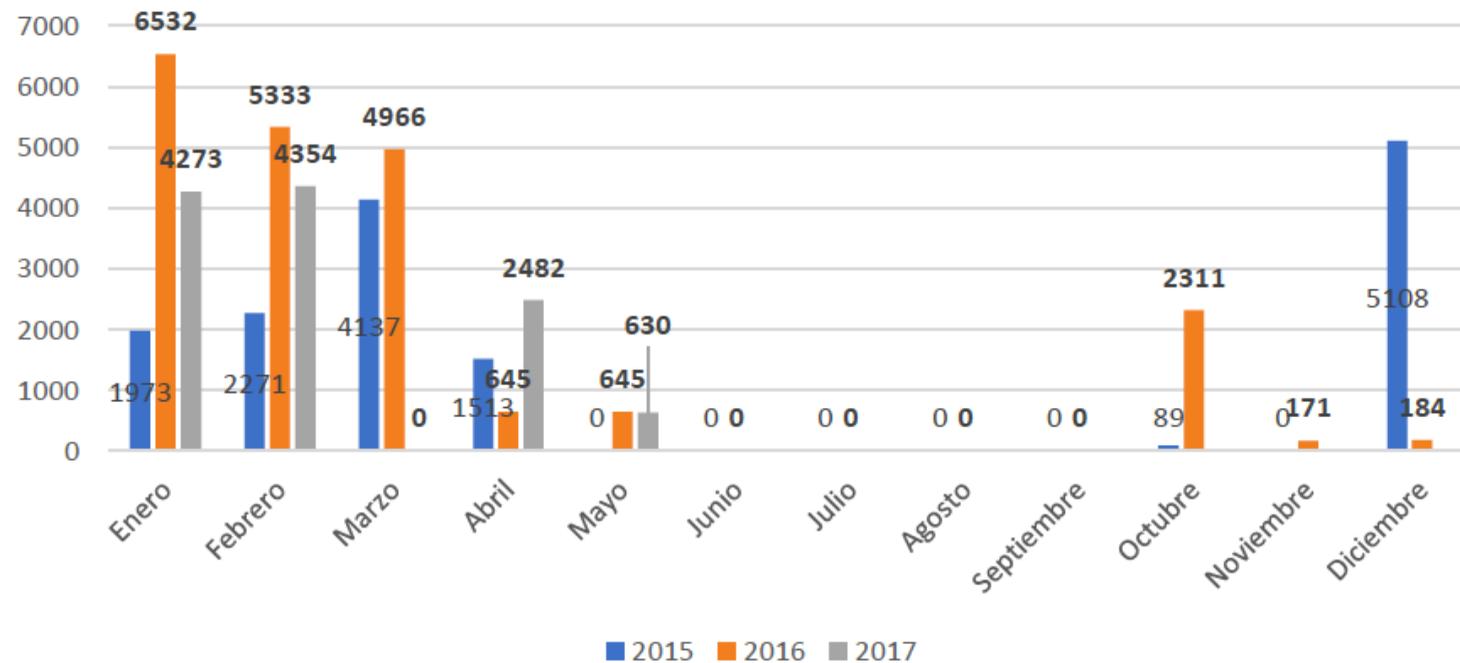
■ Extranjeros ■ Nacionales

Fuente: Parque Nacionales Naturales de Colombia

Por otro lado, el Parque Nacional Natural Tayrona, reportó en el año 2015 la cifra de 333.978 Visitantes y en el 2016, 391.442 visitantes de los cuales un 67,7% fueron de procedencia nacional y el 32,3% extranjeros, en donde se evidencia un aumento del porcentaje de extranjeros que ingreso al parque con referente al 28% del año anterior.

La entrada de turistas por crucero presenta un comportamiento normal para el año 2017, luego del cierre de la primera temporada de cruceros del año en mayo de 2017, se registran 15 cruceros con un total de 11.739. Según Sociedad Portuaria de Santa Marta, durante el año 2016 se recibieron 23 cruceros y un total de 20.787 pasajeros, mientras para el año 2015 esta ciudad recibió 15 cruceros con 15.091 pasajeros a bordo.

Gráfico 17. Número de pasajeros en cruceros llegados al puerto de Santa Marta



Fuente: Sociedad portuaria de Santa Marta.

## Descriptivos e indicadores departamentales en turismo. Primer semestre de 2017

Durante lo corrido del año 2017, el Sistema de Información Turística del Magdalena – SITUR Magdalena, a través de su medición de turismo receptivo, genera datos e indicadores de interés turístico que establecen un acercamiento valioso al desarrollo y caracterización del turismo como sector económico.

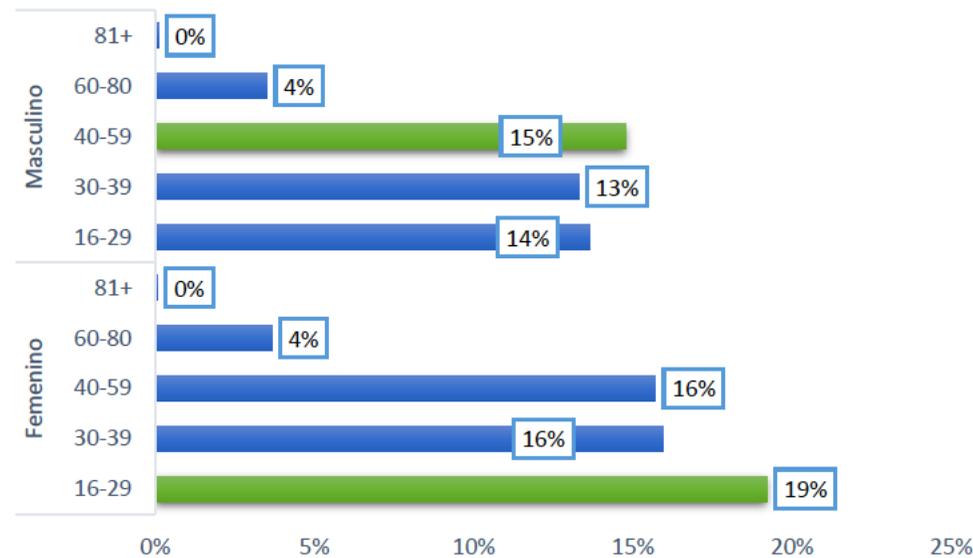
En esta ocasión, los resultados mostrados corresponden al primer semestre del año 2017 y el mes de junio de 2017, comparados con la línea base recopilada durante el año 2016.

### Características del visitante y el viaje turístico

La proporción de visitantes en lo corrido del primer semestre del año nos refleja una mayor participación de las mujeres (55%) que de los hombres (45%). Los visitantes menores de 30 años representan aproximadamente un 31% del total, siendo las mujeres jóvenes el grupo modal más común entre los viajeros. Por parte

de los hombres, los grupos son más nivelados, y solo hay una diferencia de un (1%) punto porcentual entre los hombres mayores a 40 años y los menores a 30 años.

Gráfico 18. Sexo y edad del visitante



Fuente: SITUR Magdalena

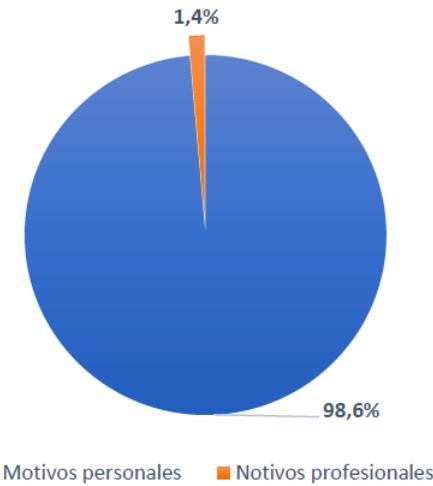
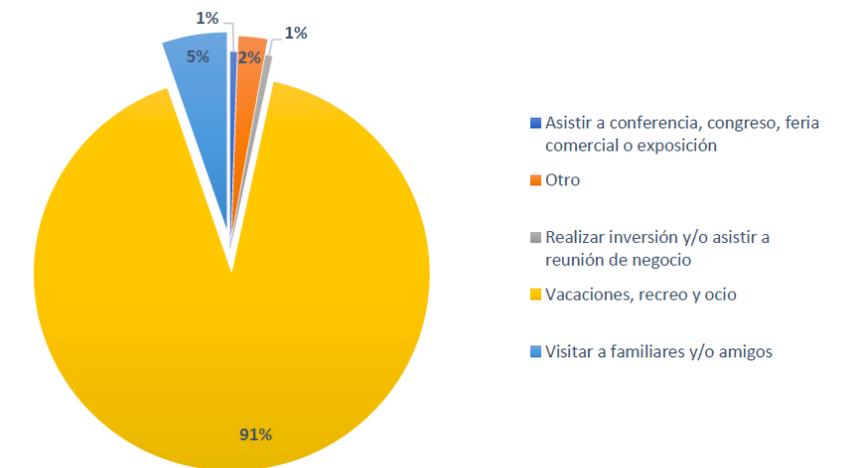


Gráfico 19. Motivo principal del viaje turístico. I semestre de 2017

Fuente: SITUR Magdalena

Gráfico 20. Motivos de viaje. Junio de 2017



Fuente: SITUR Magdalena

El motivo principal de viaje al destino turístico es según las “Recomendaciones Internacionales en Estadísticas de Turismo” (desde ahora RIET) (N. OMT, 2008a) agrupado en dos grandes categorías: Motivos personales y motivos profesionales. Estos, nos ayudan a identificar si el viaje puede o no ser considerado turístico. Los primeros, hacen referencia a aquellas actividades cuyo desplazamiento no está relacionado a realizar negocios, investigaciones u otra actividad de carácter profesional. Es decir, incluyen movimientos turísticos 100% personales, motivados por el esparcimiento, ocio, uso y aprovechamiento del tiempo libre; también vinculados a actividades educativas, salud, compras u otros motivos en los cuales también puede estar el tránsito a otro destino principal.

Por otro lado, los motivos profesionales “incluyen actividades realizadas por los trabajadores independientes y asalariados siempre que, no estén vinculados en una relación explícita empleador – trabajador”<sup>3</sup>. Estos, en el Departamento, representan solo el 1.4% de las personas. En tanto, el 98.6% de las

personas vincula su visita a motivaciones personales. En junio, los motivos personales ascienden al 98%. Cabe anotar que, todo viaje turístico tiene un solo motivo principal.

Gráfico 21. Duración media de la estancia



Fuente: SITUR Magdalena

La duración media de la estancia define el volumen del turismo y la demanda de los servicios de alojamiento (UNWTO, 2015a). En promedio, la duración de la estancia en el Departamento es de 4 noches con grandes variaciones según la temporada. Como se puede observar en la gráfica, el primer semestre del año es estacional con una duración inferior en abril de este año y superior en las vacaciones de enero y junio. Las estancias cortas, de 3 y 4 noches, son las más recurrentes, sin embargo, las estancias medias (4-10 noches) y largas (más de 10 noches) elevan el promedio de duración en dichas temporadas.

Duración que es más prolongada en establecimientos no comerciales y en alojamientos de carácter rural, en donde, el perfil del visitante y la lejanía de estos sitios propician estancias con un mayor número de pernoctaciones (Véase tabla 6).

El tamaño medio del grupo de viaje muestra el promedio de los grupos que se desplazan hasta el Departamento. Los grupos grandes

y de excursiones son comunes en el mes de diciembre, superiores a 3 personas en otras temporadas altas e iguales e inferiores a 3 personas en baja temporada. Esto, corresponde a los viajes familiares que se presentan en los meses en donde las vacaciones grupales están disponibles.

Tabla 6. Duración media por tipo de alojamiento

Tipo de alojamiento	2016	2017
Apartamento arrendado	7,43	5,23
Camping	4,96	4,26
Casa de familiares o amigos	5,41	6,09
Casa/Apartamento propio	2,5	8,8
Casa/cabaña de vacaciones arrendada	2,75	6,6
Casa/cabaña de vacaciones propia	7	6,83
Centro vacacional/Resort	4	4
Apartahotel	4,25	4,08
Finca agro-turística	4,67	6,4
Habitación rentada en vivienda familiar	7,33	4,79
Habitación sin pagar en vivienda familiar	3	3,75
Hostal	4,29	5,95
Hotel	3,37	4,07
Posada turística	2,64	7,36

Fuente: SITUR Magdalena

Gráfico 22. Tamaño medio del grupo de viaje. I semestre de 2017



Fuente: SITUR Magdalena

Durante abril, mayo y junio, los grupos de viaje son mucho más numerosos que los presentados en el año 2016. No obstante, es más común encontrar parejas de amigos, novios o esposos disfrutando de vacaciones en el destino.

La residencia de los visitantes, es otro de los aspectos que permite construir el subconjunto de estudio para las mediciones de turismo receptivo (UNWTO, 2015b). El entorno habitual de la persona, permite, por ejemplo, excluir bajo análisis y recomendaciones explícitas, las tripulaciones y establecer realmente desde que países somos más visitados, dado que este entorno se convierte en el domicilio principal de las personas.

Lo corrido del año 2017 expone la tendencia mensual en cuanto a la residencia de quienes nos visitan. Argentina, continúa siendo el país que

más visitantes a nivel internacional emite hacia nuestro Departamento. En promedio, proporciones del 20% al 25% del total de nuestros visitantes tienen residencia en un país extranjero.

Gráfico 23. País de residencia de los visitantes. Junio de 2017

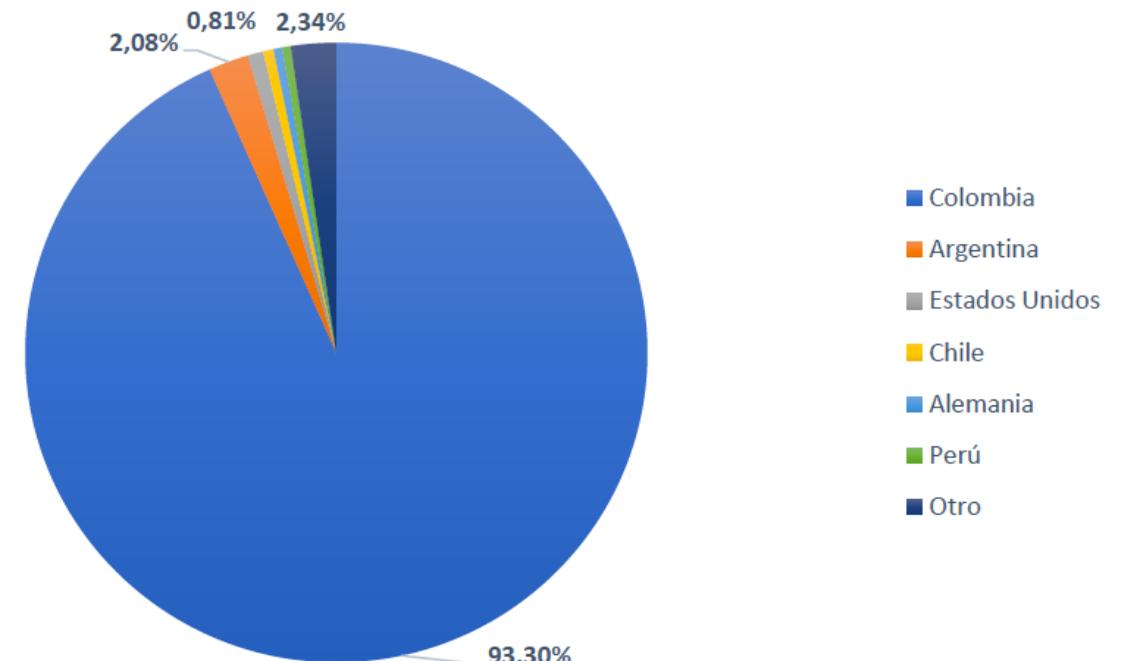
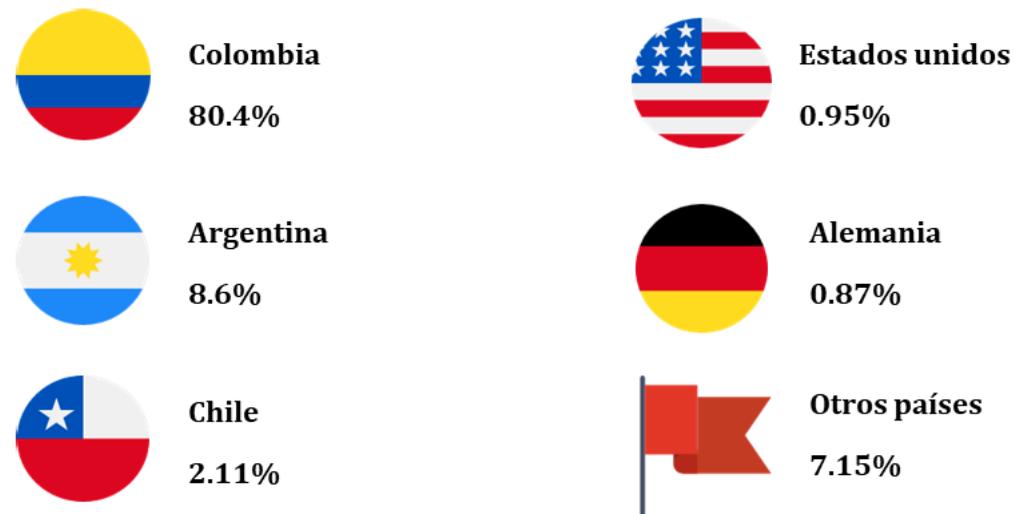


Figura 5. País de residencia de los visitantes. I semestre de 2017



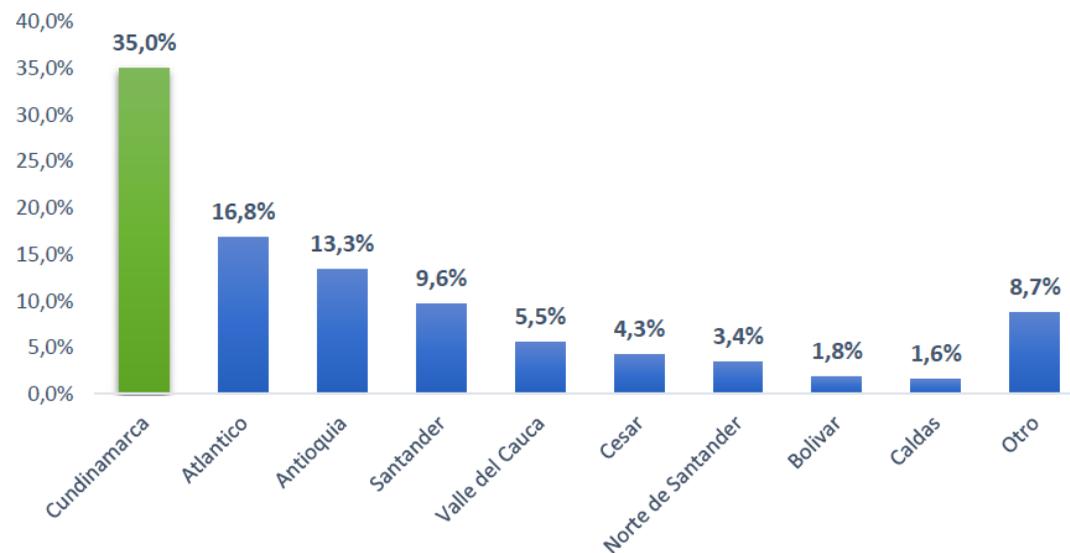
Fuente: SITUR Magdalena

Fuente: SITUR Magdalena

Sin embargo, durante el último mes del semestre, un 93% de los visitantes tienen como país de residencia Colombia. Esto, debido al incremento del turismo doméstico que tiene lugar durante las vacaciones de mitad de año y que disminuye en proporción al receptivo internacional en épocas de baja temporada.

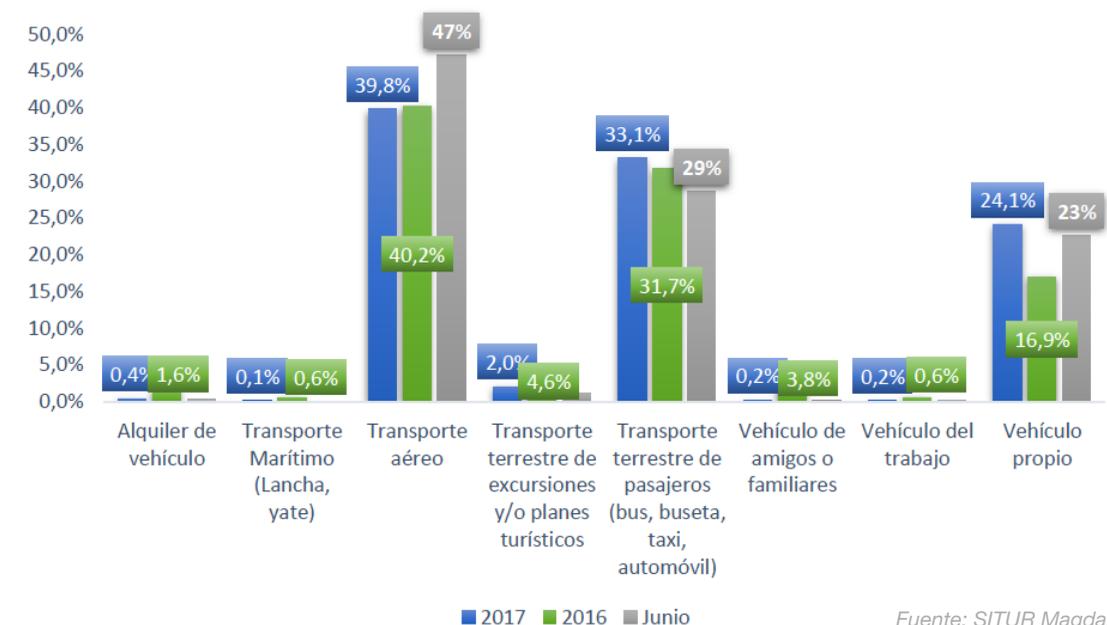
Referente al turismo interior<sup>4</sup> aproximadamente el 35% de total de nuestros visitantes son del centro del país, mientras que solo el 22% son residentes en Departamento del Caribe colombiano. Sin embargo, al comparar estas cifras con las resultantes del año base 2016, los visitantes del departamento de Atlántico representan una mayor proporción en detrimento, por ejemplo, de los visitantes de los departamentos de Santander y Cundinamarca.

Gráfico 24. Departamento de residencia de los visitantes colombianos



Fuente: SITUR Magdalena

Gráfico 25. Tipo de transporte utilizado.

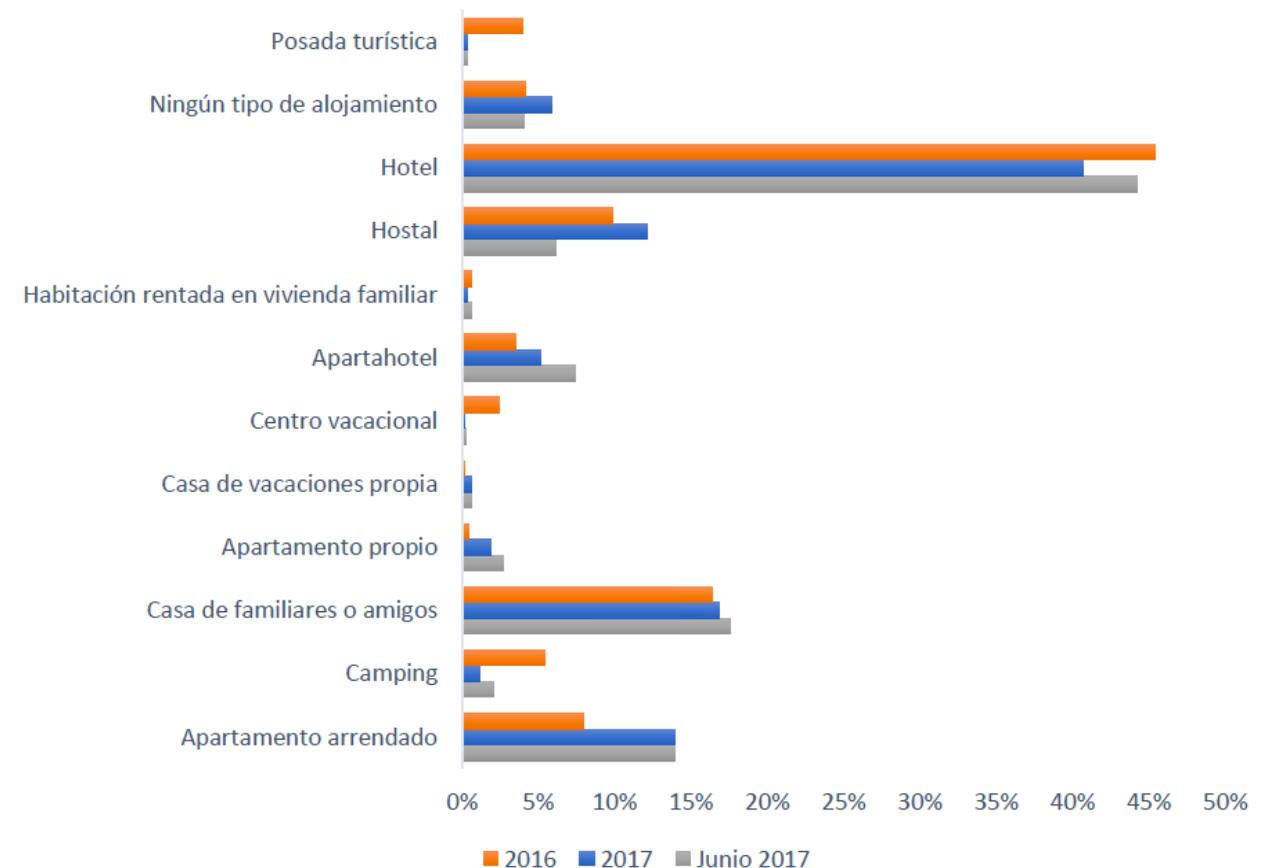


Fuente: SITUR Magdalena

El tipo de transporte utilizado hace referencia al medio en el cual el visitante recorrió la mayor parte de la distancia, estuvo la mayor parte del tiempo en su viaje o representa el porcentaje más elevado de sus gastos de viaje, no precisamente, en el que arribo a la frontera geográfica del Departamento.

Durante el periodo referenciado, y en comparación con la base del mismo periodo del año 2016, las proporciones de uso del transporte aéreo y el transporte terrestre de pasajeros se mantienen relativamente iguales, el uso del vehículo propio es mucho mayor y reemplaza, las proporciones de otros medios de transporte que para el 2017 están siendo utilizados en menor medida. Los visitantes, están subutilizando los servicios de excursiones, planes, y otros tipos de vehículos de esa categoría y utilizan los vehículos particulares para el desplazamiento al destino. En junio, el transporte con mayor tasa de uso es el aéreo (47%) mientras que el transporte terrestre (29%) y el vehículo propio (23%) ocupan el segundo y tercer lugar respectivamente.

Gráfico 26. Tipo de alojamiento utilizado

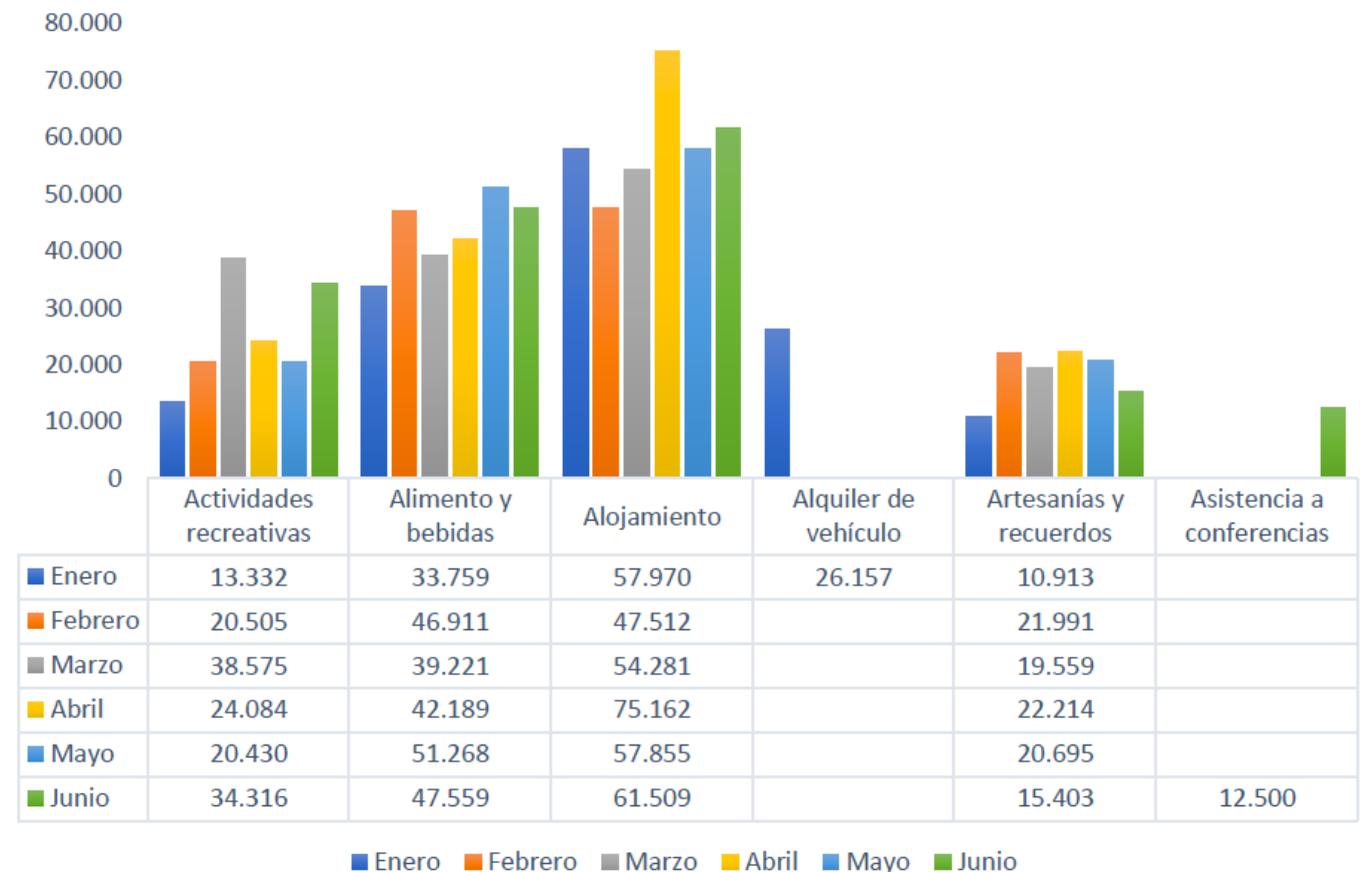


Fuente: SITUR Magdalena

Durante los viajes, generalmente, los visitantes utilizan servicios que permitan una estancia cómoda y segura. De hecho, es uno de los rubros en donde el turista destina gran proporción de sus gastos de viaje. Dentro de estos, encontramos alojamientos comerciales y no comerciales. En los primeros, se da un intercambio de bienes por servicios, principalmente, el pago de un dinero por ello. Para los segundos, no es necesario o fundamental el pago de este bien.

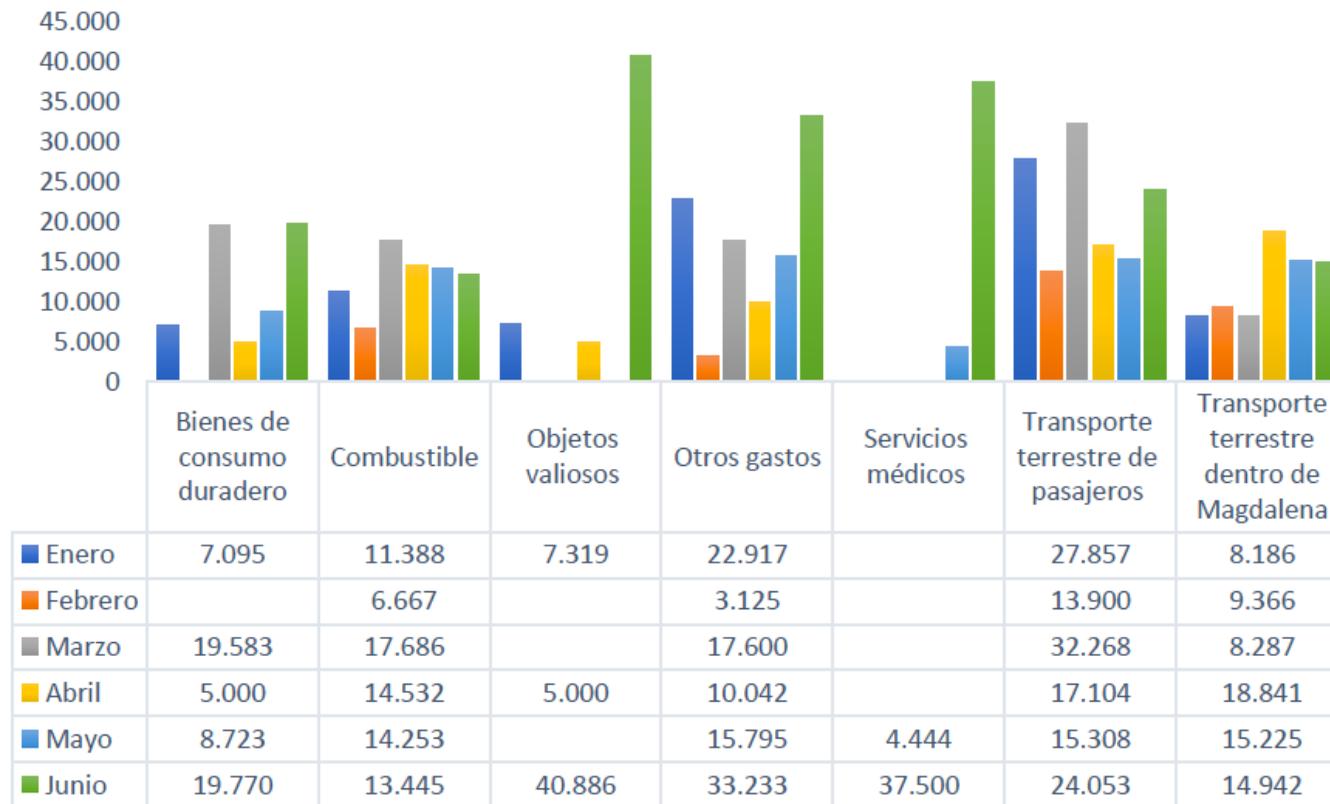
El primer semestre del año muestra en comparación con el mismo periodo del año 2016 cierta paridad en el uso y preferencia de servicios de alojamiento con incrementos de más de 6 y 2 puntos porcentuales en el uso del apartamento arrendado y los hostales, respectivamente. Esto, influyó negativamente en la tasa de uso del hotel con una leve recuperación durante el mes de junio. No obstante, los aparta hoteles, hostales y apartamentos arrendados continúan incrementando su participación.

Gráfico 27. Gasto medio diario (1) por tipo de rubro



Fuente: SITUR Magdalena

Gráfico 28. Gasto medio diario (2) por tipo de rubro



El gasto turístico, “se refiere a las sumas pagadas por la adquisición de bienes y servicios de consumo y objetos valiosos para uso propio y para regalar” (N. OMT, 2008b) e incluyen gastos pagados por empleador si los viajes son por negocios, desembolsos y otros pagos efectuados por terceros siempre que, estos sean en función del viaje turístico y se destinen a actividades propias del sector.

Tal como se mencionó, el visitante destina gran parte de sus gastos para transporte, alimentación y alojamiento, en menor medida, para la compra de artesanías y recuerdos, bienes de consumo y otros gastos de viaje. Los gráficos, de gasto medio diario “1” y “2” muestran que, aproximadamente el 50% del gasto medio diario es destinado a los servicios de alojamiento.

Mientras que los alimentos y bebidas corresponden a un 30% de gasto medio diario total, dejando solo un 20% para el resto de rubros y actividades del viaje, éstas generalmente, son recreativas y culturales.

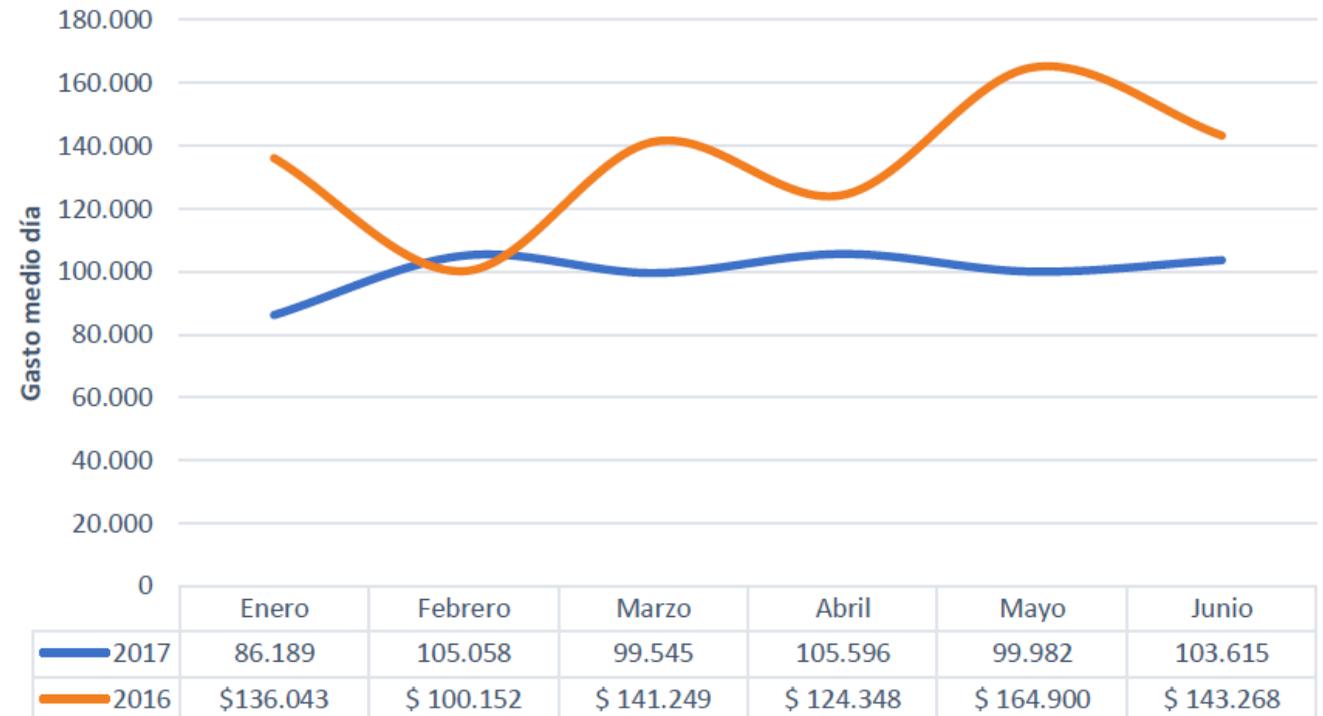
Fuente: SITUR Magdalena

Al comparar los periodos del mismo semestre en el año pasado se nota como la desaceleración económica de los últimos meses, las tasas de interés, crisis de países vecinos y aumento en la tasa de desempleo impactan en la demanda interna y en el consumo de bienes y servicios turísticos, generando, promedios de gastos como los resultantes.

En promedio, hay una variación negativa del 24% en el gasto diario con variaciones negativas máximas del 39%. El único periodo del año en donde el gasto es mayor, es el mes de febrero (5% superior).

Lo anterior, afecta también las tarifas de alojamiento, transporte y servicios conexos puesto que, estos se ven obligados a disminuir los precios para incentivar el consumo de sus servicios; el resultante, es una desaceleración económica que afecta todas las ramas del turismo y sectores conexos debido al efecto multiplicador.

Gráfico 29. Gasto medio diario. Últimos seis meses



Fuente: SITUR Magdalena

## Consideraciones finales

Sin duda, del crecimiento sostenido del turismo es algo notable en cuanto al número de llegadas y viajeros internacionales en todos los países, lo que motiva al país a generar experiencias únicas que atraigan este tipo de visitantes y generen crecimiento económico y con el, desarrollo social y cultural en las comunidades receptoras.

Sin embargo, este crecimiento no se traslada al interior del país, donde el receso en la economía, el cambio y el fortalecimiento de otras divisas debilita el turismo doméstico. No obstante, el turismo se perfila como el renglón económico más importante en Colombia, generando cada vez más empleos y siendo el soporte de una economía en donde el protagonismo de los hidrocarburos y otras exportaciones ha decaído.

En el departamento de Magdalena, la panorámica no es muy diferente: Hay un crecimiento en cuanto al número de viajeros que se movilizan por cada una de las terminales (el marítimo a lo cerrado del primer semestre registra, por el contrario, una disminución); crecimiento en las llegadas a los diferentes

atractivos turísticos y áreas protegidas; crecimiento en cuanto al número de plazas e infraestructura turística hotelera y/o de alojamiento.

Este crecimiento, es impulsado por un creciente número de extranjeros cuyo destino principal es el Magdalena y la ciudad de Santa Marta. Tal como muestran las gráficas, 2 de cada 10 visitantes en el destino tienen residencia por fuera del país, generando estancias cada vez más largas e impulsando el gasto turístico y la derrama económica en los proveedores de servicios y bienes del destino.

No obstante, la baja demanda interna produce patrones que se ven reflejados en la evolución y desarrollo del consumo de estos mismos bienes y servicios. Por ejemplo, hay una disminución en el uso de los hoteles y aumento en la demanda de hostales, casa de familiares/ amigos y apartamentos arrendados. Este último en conjunto con los aparta hoteles y las viviendas turísticas constituyen servicios de alojamiento menos formales y mucho más económicos.

Una baja demanda que se ve reflejada en un mayor uso de transporte terrestre y vehículo propio en detrimento del transporte aéreo y planes turísticos. Esto, aminora los costes del viaje y permite estancias más largas, trasladando algunos rubros del viaje en servicios que les den beneficios directos, por ejemplo, los alimentos y bebidas. Lo anterior, también se manifiesta en la evolución negativa del gasto medio diario y total. Mientras en el gasto medio diario para el periodo de junio de 2016 se ubicaba en promedio en unos \$ 143.000 pesos, para el mismo periodo del año 2017 está en \$103.600 pesos, lo cual, no es nada alentador para el sector.

En ese sentido, una de las principales recomendaciones, es la de formalizar el sector y establecer precios competitivos para cada uno de los subsectores. La formalización permitiría la normalización y con ella, una estabilización del mercado que llevaría a un crecimiento sostenible. Eso, impacta significativamente en el consumo y estimula el gasto. Gasto, que va dirigido a empresas formales del sector y genera derrama económica en todos los renglones.

## ANÁLISIS DEL ENTORNO

### **BENEFICIOS DE SANTA MARTA**

El entorno social, cultural y de riqueza natural permite a Santa Marta venderse dentro y fuera del país como uno de los grandes destinos turísticos del Caribe Colombiano, llevando a las grandes cadenas hoteleras a hacer presencia en la ciudad. La capital del Magdalena es un destino perfecto, que le ofrece al turista y al inversionista no solo alternativas de descanso y placer, sino también de desarrollo de proyectos y negocios. En los últimos cinco años el clima de inversión ha mejorado notoriamente permitiendo que de los 3.000 turistas que trajeron los cuatro cruceros que en el 2012, aumenten para este año a 17 los cruceros con paso por la ciudad, con unos 20.000 turistas.

Santa Marta tiene ventajas competitivas frente a otras ciudades y destinos turísticos de la zona por su clima y potencial en términos ecoturísticos. Iniciando con la belleza y tradición de la Sierra Nevada y sus ecosistemas protegidos, las playas del parque Tayrona y los balnearios levantados en sus alrededores, además del encanto propio de la ciudad, que la hacen ser un destino muy llamativo.

A esta riqueza natural que se plantea se suma el potencial cultural e histórico que tiene Santa Marta, quien en pocos años está próxima a cumplir 500 años (29 de Julio de 2025), ya que ofrece a sus visitantes y residentes un renovado centro histórico, en donde se encuentran desde emblemáticas instituciones como el Museo del Oro, el Claustro San Juan Nepomuceno, la catedral o la iglesia de San Francisco, hasta modernas y sofisticadas discotecas, bares y restaurantes, que le da a la ciudad un toque cosmopolita.

Pero el crecimiento inmobiliario de Santa Marta no se da solo por ser un destino de turismo, vacaciones o viajes de negocios; sino que la ciudad en los últimos años se ha convertido en un lugar ideal para la inversión inmobiliaria de lujo, que conquistan a muchos inversionistas del exterior que cada vez se encuentran muy interesados en invertir; que convencen a los turistas, que optan la ciudad como lugar de descanso es cada vez más exclusivo; y que logran que cadenas hoteleras internacionales como Hilton, Tryp, Accor, NH, Best Western, entre otras, comiencen a construir y comercializar sus proyectos.

De acuerdo a COTELCO (Asociación Hotelera y Turística de Colombia), Santa Marta está viviendo un momento importante, y eso ve reflejado en la cantidad de hoteles que están construidos y se proyectan hacer en la ciudad, en el volúmen de personas que están llegando de todo el mundo, con la excusa que es una ciudad perfecta que lo tiene todo, y de los empresarios, que están aprovechando los incentivos que hasta este año 2017 mantendrá el Gobierno, de exención de impuestos por 30 años.

### **TURISMO EN SANTA MARTA**

La ciudad de Santa Marta ofrece al turista la magia y el encanto del trópico, sus ritmos caribeños, vallenatos, cumbias y música internacional; todo esto y mucho más se pueden disfrutar en los diferentes sitios nocturnos de la ciudad.

Para quien quiera pasar un rato agradable en Santa Marta nocturna la mejor opción son los bares, cafés, casinos y discotecas que ofrece la ciudad; los mejores se encuentran en el Centro Histórico de la ciudad, donde encontrarán desde ambientes apacibles y románticos

hasta alegres discotecas que ofrecen variados géneros musicales, de igual manera también se puede dar un paseo en coche o simplemente una caminata por el camellón Rodrigo de Bastidas.

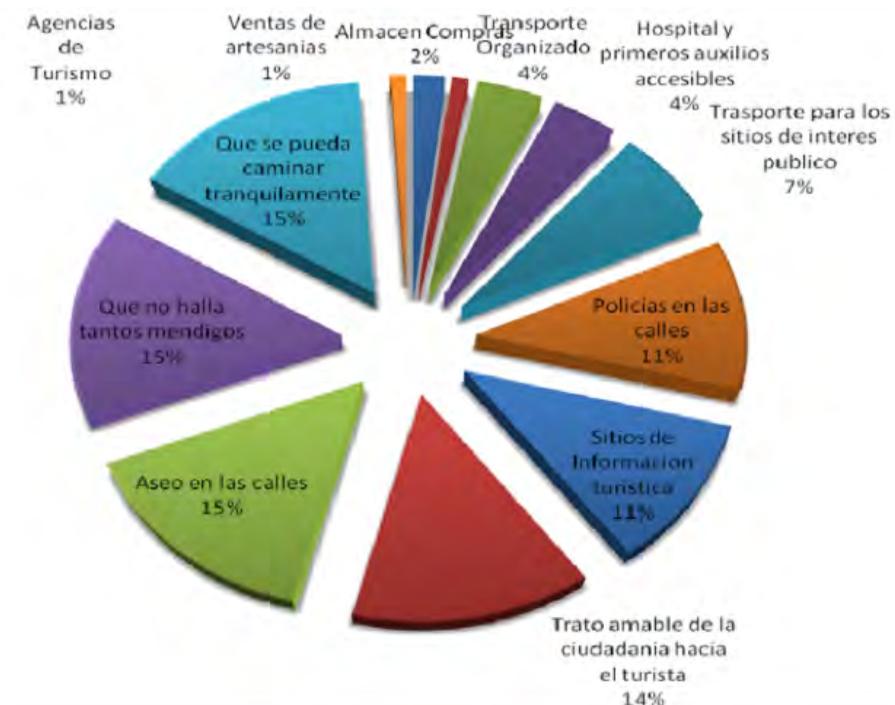
Hace unos años atrás la mayor actividad nocturna se vivía en el Rodadero donde se encontraban la mayoría de los sitios para divertirse, restaurantes, bares, discotecas o simplemente dar un paseo y disfrutar de los conjuntos vallenatos, pero con el paso del tiempo, la actividad se ha trasladado un poco hacia el Centro Histórico de la ciudad el cual con el desarrollo del proyecto de reestructuración que ha vivido, ha mejorado la calidad y calidez de su entorno físico y ha fomentado la apertura de diversos sitios, los cuales han incrementado el movimiento de turistas en esta zona de la ciudad.

EL Centro Histórico, tiene de donde escoger, actualmente la calle con más movimiento nocturno es la 17 donde a partir de la Carrera segunda y hasta la cuarta se encuentra concentrada la mayor cantidad de bares del centro histórico, si se continua en el recorrido, dos cuadras más en la calle 19 se encuentra

el parque de los novios y en sus alrededores nuevos bares y restaurantes que amplían la oferta de entretenimiento y gastronomía de las noches de Santa Marta.

La Oficina de Turismo de Santa Marta, a través de su informe anual, plantea que dependiendo de la oferta y la estrategia de cada ciudad se puede determinar la cantidad de dinero que los turistas dejan; en el caso de Santa Marta un turista gasta en promedio desde 200 dólares por día, pero también hay quienes desembolsan hasta 2 mil dólares, pues compran joyas y piedras preciosas especialmente esmeraldas.

Tabla de características de la ciudad donde se pasan vacaciones:



## OPORTUNIDADES DE INVERSION EN SANTA MARTA

De acuerdo con el informe de ProColombia, se obtienen las siguientes razones para invertir en Santa Marta:

- **Ubicación estratégica:** Santa Marta se encuentra ubicada al norte de Colombia sobre el mar Caribe, bajo unas condiciones climáticas excelentes para el emprendimiento de negocios y producción de bienes y servicios. Está sobre el corredor portuario más importante de Colombia y la Costa Caribe y más cerca de los mercados de Venezuela, Panamá, Centro y Norte América que cualquier otra ciudad de Colombia.
- **Factores biofísicos claves para los procesos productivos y ubicación de nuevas empresas:** Santa Marta se encuentra en las faldas de la Sierra Nevada de Santa Marta, la montaña litoral más alta del mundo, hecho que la hace poseedora de un relieve importante que va desde 0 metros sobre el nivel del mar hasta los 5.775 metros, bajos

índices de salinidad, humedad relativa y densidad de lluvias durante el año.

- **Infraestructura logística y accesibilidad:** La ciudad-región (Santa Marta – Magdalena) tiene todos los modos de transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial y férreo), infraestructura fundamental para la movilización de bienes y servicios que se comercialicen o se produzcan en esta zona del país. Adicionalmente, posee el único puerto de Colombia bajo condiciones naturales únicas, entre ellas, una profundidad hasta de 60 pies. Por último, cuenta con tres Zonas Francas, ubicadas cerca del Puerto y a las principales vías del país, las cuales ofrecen los servicios de almacenamiento y logística necesarios para la instalación de empresas de cualquier sector.
- **Infraestructura Hotelera:** Debido a los factores biofísicos con los que cuenta Santa Marta, el turismo se comporta como una actividad económica importante. La ciudad posee valiosos recursos naturales y

culturales, paisajes, climas, biodiversidad y grupos étnicos, fruto de su geografía y ecosistema únicos en el mundo como la Sierra Nevada de Santa Marta (montaña costera más alta del mundo) y el complejo lagunar Ciénaga Grande de Santa Marta. Un gran potencial entre Santa Marta y el Departamento de la Guajira para el desarrollo de ecohoteles y hoteles. Un gran potencial entre el Rodadero y el aeropuerto para el desarrollo de segunda vivienda y hoteles. La ciudad ha comenzado a desarrollar una oferta hotelera más amplia con la reciente llegada de cadenas internacionales para atender turistas en busca de sol y playa, negocios, turismo de naturaleza, agroturismo, turismo cultural-etnoturismo y ecoturismo. En el aeropuerto Simón Bolívar de Santa Marta se están invirtiendo 110.000 millones de pesos desde febrero 2015. El objetivo es construir nuevas instalaciones y ampliar las zonas de embarque, equipaje y parqueaderos. El propósito es que pueda atender 600.000 pasajeros adicionales, para un total de 2.5 millones de viajeros al año.

- **Turismo:** la ciudad-región (Santa Marta – Magdalena) posee una valiosa diversidad paisajística, climática, étnica, animal y vegetal. Se encuentra rodeada por tres parques naturales de gran importancia nacional y mundial, como lo son: Parque Nacional Sierra Nevada de Santa Marta, Parque Nacional Natural Tayrona y la Ciénaga Grande de Santa Marta, que la convierten en un destino atractivo de naturaleza, ecoturismo, etnoturismo, arqueológico, agroturismo, sol y playa y bienestar.
- De veintitrés ciudades analizadas en Colombia, Santa Marta es la segunda ciudad que presenta menor trámite para dar apertura a un negocio; la quinta ciudad que tiene el manejo más rápido de permisos de construcción; la sexta ciudad con mayor facilidad para hacer negocios en Colombia y es la novena ciudad más rápida en el trámite de registro de propiedades.

## COMPETENCIA

- **Elite Tower Salguero:** una torre de 17 pisos con apartamentos de una, dos y tres habitaciones comprendidas en áreas desde 45 m<sup>2</sup> a 131 m<sup>2</sup>; se encuentra en la Calle 27 con Cra 3, en el exclusivo sector de Playa Salguero en la ciudad de Santa Marta. Ubicado estratégicamente y cercano a vías principales de fácil acceso, con vista a la hermosa Sierra Nevada de Santa Marta y al majestuoso Mar Caribe, el cual le brindará la sensación de libertad, tranquilidad y confort; y al mismo tiempo tendrá excelentes zonas de esparcimiento como piscinas para adulto con borde infinito, piscina para niños ; solárium húmedo y seco, gimnasio semidotado, sauna, jacuzzi, turco; que hará que usted encuentre todo lo que desea en un mismo lugar.
- **Awa – Playa Salguero:** se encuentra ubicado en el exclusivo sector de Playa Salguero, en la Calle 24#1-63, donde se despliega un concepto arquitectónico diferente y funcional para la familia. Cuenta con una especial cercanía al mar, lo que le da a los espacios un aire de naturalidad e

iluminación impecable. Los apartamentos Playa Salguero de 19 pisos, consta de 76 apartamentos. En los 3 primeros pisos se ubican 76 parqueaderos para residentes y 15 para visitantes. El cuarto piso es el espacio ideal para relajarse gracias a una completa y elegante zona de spa, así como la cubierta en el último piso donde la piscina panorámica, el rooftop y el lounge bar hacen de AWA un lugar óptimo para recargarse de energía.

- **Salguero Beach:** Ubicado en la exclusiva zona de Playa Salguero, Santa Marta. Una zona tranquila, segura, e ideal para el descanso, tomar el sol y caminar. Sus grandes ventanales expresan ligereza, transparencia y luminosidad en la fachada, con una excelente distribución interior y acabados de primera calidad. Su lobby de doble altura nos pone en contacto con la naturaleza y le brinda frescura y elegancia al acceso principal gracias a su acabado rústico en tonos claros y espejos de agua. Si quieres vivir cómodamente en Santa Marta, en una de sus mejores y más tranquilas playas, Salguero Beach es para ti y tu familia.

- **Portovela:** Un exclusivo edificio de 18 pisos ubicado en la mejor zona de Santa Marta, Playa Salguero. Un lugar que logra la perfecta fusión de una vista fascinante y un diseño arquitectónico inigualable. Un lugar para vivir experiencias únicas y confortables en familia, donde el estilo se fusiona con la paz y la tranquilidad de todos los espacios, haciendo realidad la ilusión de vivir como siempre soñó. Amplios apartamentos diseñados al mejor estilo vanguardista que rompe con todos los estereotipos clásicos, empleando nuevos diseños inspirados en la versatilidad del minimalismo que le da lugar a la luz y los espacios confortables.
- **Zazué:** se encuentra localizado entre el Irotama y el Zuana en la zona de mayor desarrollo de Santa Marta – Pozos Colorados. Es una excelente alternativa de inversión para los cerca de 461.000 habitantes de la ciudad y para los turistas o comerciantes que estén interesados en adquirir una propiedad ya que el proyecto está ubicado a tan sólo cinco minutos del mar y en la zona donde se encuentran las mejores playas de Santa Marta. Es el lugar ideal para vivir y descansar en una ciudad costera. El proyecto fue diseñado para la comodidad de sus habitantes y está ubicado junto al Centro Comercial Zazué Plaza, lo que brinda posibilidades de tener comercio y entretenimiento a la mano.

## DATOS BÁSICOS SANTA MARTA

Fundación: 29 de julio de 1525 (492 años) (por Rodrigo de Bastidas)

- Superficie Total: 2393.35 km<sup>2</sup>
- Altitud:
  - Media 15 m s. n. m.
  - Máxima 5775 m s. n. m.
  - Mínima 2 m s. n. m.
- Distancias
  - 963 km a Bogotá
  - 790 km a Medellín
  - 1213 km a Cali
  - 545 km a Bucaramanga
- Población (2017)
  - Total 499 257 hab.
  - Densidad 1700,18 hab/km<sup>2</sup>
  - Urbana 482 721 hab.
- Economía: el turismo, el comercio, la actividad portuaria, la pesca y la agricultura, en ese mismo orden

## VIAS DE ACCESO

- **Terrestre:** Para llegar a la Ciudad la vía principal es la carretera Troncal del Caribe (Ruta 90) que hacia el noroeste comunica con Riohacha (165 km) y por el sudoeste con Barranquilla (93 km), Cartagena (209 km); igualmente se comunica por la Troncal del Magdalena (Ruta 45) con las capitales de los departamentos y numerosas ciudades del interior del país, entre ellas la Capital Bogotá. La Terminal de Transporte de Santa Marta o Central de Transporte de Santa Marta, ubicada en el suroccidente de la ciudad, Departamento de Magdalena, está en funcionamiento desde el año 1993. Cuenta con 3 accesos, parqueadero para 250 taxis y mas de 25 plataformas para recibo y despacho de buses de las compañías: Copetran, Expreso Brasilia, Rapido Ochoa, Transportes la Veloz, Berlinas del Fonce, Transportes Marsol entre otras.
- **Marítimo:** La Sociedad Portuaria de Santa Marta, que inició operaciones en el año de 1993, es una empresa de economía mixta fundada por 60 empresas, entre las

cuales se encontraban organizaciones bananeras, navieras, el departamento del Magdalena, el Distrito de Santa Marta y otros empresarios. Ese respaldo institucional le permitió obtener la autorización por parte de la Superintendencia de Puertos para desempeñarse como operador portuario. La Sociedad Portuaria de Santa Marta, cuenta con modernos muelles dotados de excelentes instalaciones en la bahía de Santa Marta que permiten un intenso movimiento portuario, trabaja en la prestación de servicios portuarios; atiende a sus usuarios durante 24 horas al día todos los días del año, es el único puerto de la Costa Atlántica con servicio de ferrocarril, ofreciendo la posibilidad de efectuar cargues y descargues directos en los muelles. El puerto de Santa Marta se encuentra ubicado en el extremo noroccidental de la ciudad, enmarcado al norte por los cerros de San Martín y al occidente por el cerro Ancón y la ensenada de Tanganilla. En la bahía de Gaira termina el oleoducto del Zulia que tiene acondicionado un muelle monoboya petrolera.

- **Aéreo:** A 16 km del centro de la ciudad se encuentra el aeropuerto Internacional Simón Bolívar este aeropuerto categorizado como “internacional” desde diciembre de 2007, el aeropuerto cuenta con estación de abastecimiento de combustible para aeronaves y opera entre las 06:00 y 23:00 (horario expansible). La terminal recibe vuelos provenientes de Bogotá, Medellín y Cali, estas rutas son operadas por las aerolíneas Avianca, LATAM Colombia y Viva Colombia. El aeropuerto fue entregado en concesión en 2011, y espera recibir durante estos próximos 3 años (2020) una inversión de 26 millones de dólares, entre los planes de modernización está la ampliación de la pista de 1.700 m a 2.200 m, y aumentar el ancho de la pista de 30m a 40m.
- **Férreo:** Ferrocarriles del Norte de Colombia (FENOCO). Con la adjudicación de la concesión de la línea férrea del Atlántico que une a Bogotá D.C. con Santa Marta a FENOCO S.A., en 1999, se abrió un nuevo capítulo en la historia ferroviaria del país. Esta fecha marcó el inicio del proceso de rehabilitación de una de las redes de trocha

angosta más dinámicas y más extensas del mundo. El transporte ferroviario se ha consolidado en el norte de Colombia como uno de los medios más seguros y eficientes. Su importancia para la competitividad del país en el ámbito de la globalización es de tal magnitud que por este motivo el Gobierno nacional decide la ampliación de la capacidad de la línea entre los tramos de Chriguaná y Puerto De Santa Marta. Al reactivarse el transporte de carga entre el Puerto de Santa Marta y La Dorada (Caldas) se abre un nuevo capítulo en la historia férrea del país, hacía más de 20 años que no se transitaba por las líneas férreas que se encontraban abandonadas las cuales se rehabilitaron para que el tren de carga, el cual operará con plataformas para contenedores por los 769 Km del corredor entre la Sociedad Portuaria de Santa Marta y La Dorada (Caldas). Holdtrade Atlántico, firmó desde mediados de éste año, para proporcionar servicios de transporte por ferrocarril a través de rutas ferroviarias que ANI, la agencia de la infraestructura de Colombia, tiene previsto para volver a este servicio.

## TURISMO

La base de la economía en Santa Marta es el turismo, por sus características de lujo y belleza, es denominada “La Perla de América”, llamada así por el padre Antonio Julián en siglo XVIII. Sus playas son de arena blanca y muchas son de aguas tranquilas.

- **Atractivos Turísticos:** Santa Marta en uno de los destinos más importantes del Caribe colombiano, las playas de Santa Marta son la mezcla de montaña, aventura, historia y riqueza acuífera. Sitios de interés: Playa Pozos Colorados y Bello Horizonte; Playa del Rodadero; Playas del Parque Tayrona; Playa de Taganga; Playa de Neguangué; Playa el Cristal; Playa de la Bahía de Santa Marta y El Acuario.
- **Cultura e Historia:** Santa Marta presenta por referencia histórica, un no de los sitios más representativos a nivel nacional e internacional, la Quinta de San Pedro Alejandrino, lugar donde fallece el Libertador Simón Bolívar. Sitios de interés: Quinta de San Pedro Alejandrino, Catedral Basílica

de Santa Marta, Claustro San Juan Nepomuceno, Claustro San Juan de Dios, Casa de la Aduana, Casa de Madame Agustine, Museo Antropológico y Etnológico, Museo Bolivariano de Arte contemporáneo, Acuario y Museo del Mar, Museo Etnográfico de la Universidad del Magdalena.

- **Ecoturismo:** Actualmente el Ecoturismo es una tendencia mundial y Santa Marta es uno de los referentes en Colombia para este sector, ya que cuenta con un rico patrimonio natural, una proximidad a varios Parques Nacionales, brindando la experiencia de observar paisajes naturales de los más espectaculares del mundo. Sitios de interés: Parque Nacional Natural Tayrona, Ciudad Perdida, Taganga, Sierra Nevada de Santa Marta.



# 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

## NUEVOS PROYECTOS DE VIVIENDA EN SANTA MARTA 2017

#	NOMBRE	ÁREA m2	PRECIO / mill	ESTRATO	CONSTRUCTORA
1	Reserva Club Residencial	66.4	246	4	Coninsa Ramón H
2	Portal Bajamar	50	250	4	Coninsa Ramón H
3	Elite Tower	30	141	6	Guimar SAS Construcciones
	Elite Tower	131	634	6	Guimar SAS Construcciones
4	Davinci Soriano	60	183	4	Buona Vita Construcciones SAS
	Davinci Soriano	126	466	4	Buona Vita Construcciones SAS
5	Jardín De Santa Ana	102	300	5	Java Constructora
	Jardín De Santa Ana	118	400	5	Java Constructora
6	Bonga Tower	63	206	3	AR
	Bonga Tower	93	299	3	AR
7	Morano Vista	87	335	6	Morano Constructora
	Morano Vista	197	769	6	Morano Constructora
8	Tayrona City	48	178	5	MMVR Constructora
	Tayrona City	142	510	5	MMVR Constructora
9	Vita 945	42	149	6	Jiménez Constructora
	Vita 945	78	285	6	Jiménez Constructora
10	Salguero Beach	56	267	6	Jiménez Constructora
	Salguero Beach	114	580	6	Jiménez Constructora
11	Mirador De San Pedro	65	214	4	Coninsa Ramón H
	Mirador De San Pedro	107	299	4	Coninsa Ramón H
12	Bambú Condominio	29	205	6	Lopela Ltda
	Bambú Condominio	185	774	6	Lopela Ltda
13	Reserva De Bavaria	66	246	4	Coninsa Ramón H
	Reserva De Bavaria	104	350	4	Coninsa Ramón H

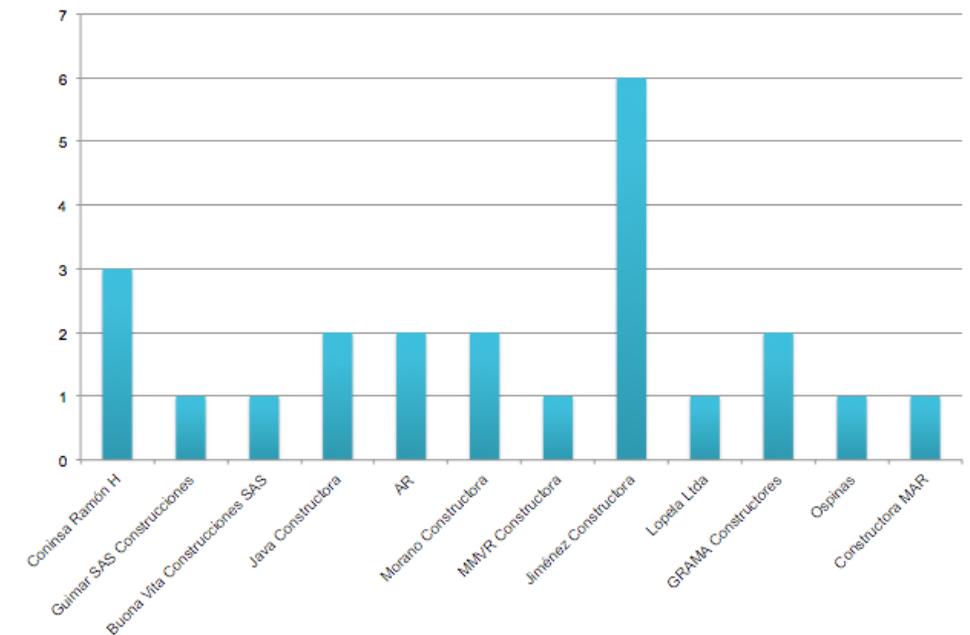
#	NOMBRE	ÁREA m2	PRECIO / mill	ESTRATO	CONSTRUCTORA
14	Porto Vela	70	458	6	Jiménez Constructora
	Porto Vela	112	471	6	Jiménez Constructora
15	Reserva Del Mar	78	411	6	AR
	Reserva Del Mar	103	679	6	AR
16	Sierra Mar	71	163	3	GRAMA Constructores
	Sierra Mar	103	242	3	GRAMA Constructores
17	Puerto Banus	47	128	4	Jiménez Constructora
	Puerto Banus	116	255	4	Jiménez Constructora
18	Two 2 Torres	73	442	6	Jiménez Constructora
	Two 2 Torres	230	1628	6	Jiménez Constructora
19	Baltimor Aptos	102	336	4	Java Constructora
	Baltimor Aptos	138	477	4	Java Constructora
20	Venecia	62	106	3	Jiménez Constructora
	Venecia	68	143	3	Jiménez Constructora
21	Zazué Condominio	103	486	6	Ospinas
	Zazué Condominio	131	613	6	Ospinas
22	Haya Aptos	37	102	4	Morano Constructora
	Haya Aptos	66	190	4	Morano Constructora
23	Tayrona Beach	97	470	6	Constructora MAR
	Tayrona Beach	178	898	6	Constructora MAR
24	Atardecer De La Sierra	108	243	3	GRAMA Constructores
	Atardecer De La Sierra	111	249	3	GRAMA Constructores

# PROYECTO ATI + TRYP

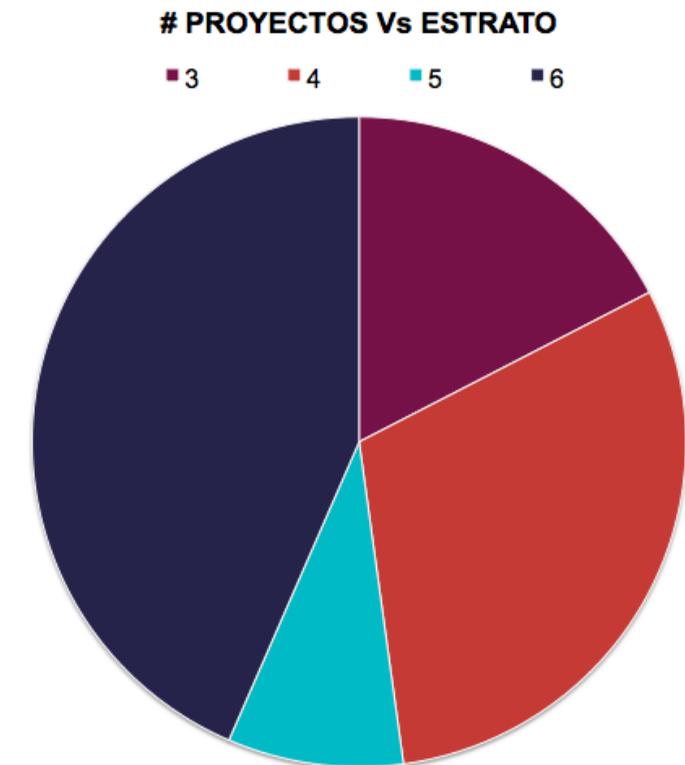
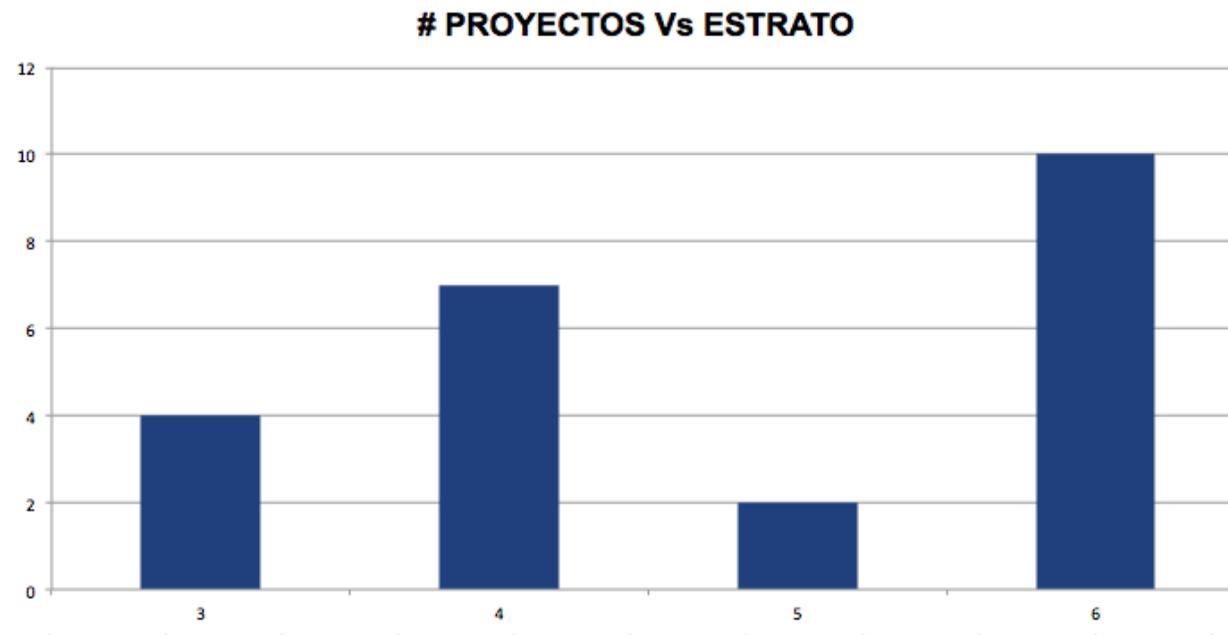
## CONSTRUCTORAS

#	ESTRATO	CONSTRUCTORA
1	4	Coninsa Ramón H
2	6	Guimar SAS Construcciones
3	4	Buona Vita Construcciones SAS
4	5	Java Constructora
5	3	AR
6	6	Morano Constructora
7	5	MMVR Constructora
8	6	Jiménez Constructora
9	6	Jiménez Constructora
10	4	Coninsa Ramón H
11	6	Lopela Ltda
12	4	Coninsa Ramón H
13	6	Jiménez Constructora
14	6	AR
15	3	GRAMA Constructores
16	4	Jiménez Constructora
17	6	Jiménez Constructora
18	4	Java Constructora
19	3	Jiménez Constructora
20	6	Ospinas
21	4	Morano Constructora
22	6	Constructora MAR
23	3	GRAMA Constructores

CONSTRUCTORAS	# PROYECTOS
Coninsa Ramón H	3
Guimar SAS Construcciones	1
Buona Vita Construcciones SAS	1
Java Constructora	2
AR	2
Morano Constructora	2
MMVR Constructora	1
Jiménez Constructora	6
Lopela Ltda	1
GRAMA Constructores	2
Ospinas	1
Constructora MAR	1
<b>TOTAL PROYECTOS</b>	<b>23</b>



## PROYECTOS & ESTRATOS



# 3. CONCEPTUALIZACIÓN



ATI

*Conexión con el origen*

# ATI

La COSMOGONÍA Arhuaca habla también de un matrimonio entre el cielo y la tierra a través de los fluidos líquidos . Esa unión recibe el nombre de Atínkana. **ATI** es la deidad máxima de la energía dice Arua Viku y se simboliza como una virgen, algo tan íntimo que no podría ser visto por los ojos humanos. Solo puede estar en contacto con la mentalidad de los mamos. En la Sierra Nevada de Santa Marta, existe una hermosa leyenda de lo que antecede a la vida: *Primero estaba el mar. Todo estaba oscuro. No había Sol, ni Luna, ni gente, ni animales, ni plantas. El mar estaba en todas partes. El mar era la madre.*

La COSMOVISIÓN antes que la RELIGIÓN; tanto las tradiciones como las costumbres, símbolos, artes, valores, creencias, moral y conocimiento no derivan de la creencia en una divinidad o en un Dios. Son más bien expresiones de la FILOSOFÍA y la ESPIRITUALIDAD fundamentadas en la “LEY DE ORIGEN” o la “LEY UNIVERSAL”.

Con Ley de Origen se denomina la fuerza creadora, a la energía motora o al principio fundamental de la vida, del mundo y del universo; es la ley espiritual (invisible) de potenciales y posibilidades infinitas de nacimiento, crecimiento, desarrollo, transformación y renacimiento, y que no solamente permite la existencia objetiva sino que, posibilita la interacción simultánea de todas las cosas del universo y éstas con el hombre, creando así una especie de red de interdependencia cósmica que se conoce como Armonía o Equilibrio Universal.

En efecto, para el pueblo Arhuaco no hay nada que posea una esencia individual o entidad intrínseca perpetua; todo lo que existe está relacionado y es interdependiente sin importar si las cosas son materiales o espirituales. Lo que pase con una estrella, con un sitio sagrado, un animal o un hombre, los efectos, sean positivos o negativos, se propagan a través de la naturaleza y el universo como ondas de agua. La aparente multiplicidad de individualidades es la manifestación

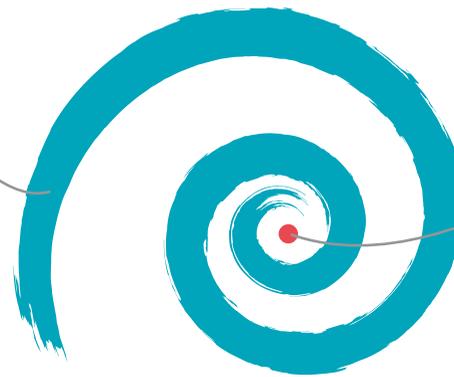
de la complementariedad de las fuerzas creadoras (ley de origen) en un eterno movimiento organizado de “originación” dependiente. Asimismo, esas mismas conexiones son las que hacen que las cosas estén surgiendo constantemente, se renueven una y otra vez.

En efecto, el ciclo constante de sembrar (concebir), nacer, madurar, morir y renacer constituye para los Arhuacos la “Ley de la Madre” o “Ley de Origen”, la cual se erige como un principio ético fundamental que guía no sólo la conducta de cada individuo, sino que es la base misma del sistema político o jurídico y de los patrones de organización social.

Por esas razones, los Arhuacos tienen tan presente la misión de mantener el Equilibrio Universal. Tan necesario es que los hombres actúen de acuerdo al mandato, orden, ley y principio de la Ley de Origen, porque por fuera de ella se genera el desequilibrio que amenaza no solo la existencia humana sino de la Madre Tierra y de la Madre Universal.



Para los mayores de la Sierra Nevada conciben el mundo en forma de **espiral** o de **caracol**. El caracol es la base del mundo, así como es la base de la mochila; es el diseño más cercano a la concepción del mundo arhuaco es, entonces, el caracol.



La planta de la coca es un arbusto originario de zonas de altura intermedia (entre 800 y 2,500 metros sobre el nivel del mar) en los Andes. Crece hasta 2.5 m de altura, de tallos leñosos y hojas elipsoidales, medianas, muy fragantes y de color verde intenso. Sus flores son minúsculas y de color blanco. **Sus frutos, de color rojo, no tienen pulpa** ya que son como semillas de forma ovoide y miden alrededor de un centímetro de largo.

# ATI

*Conexión con el origen*

La tipografía representa todo aquello hecho con las manos, el tejido de la mochila, lo natural, la conexión con lo más puro; **la conexión con el origen.**



# 4. PLAN FINANCIERO

## Registro de ingreso de extranjeros, según ciudad de hospedaje

Enero 2017

Ciudad de Hospedaje	Entradas
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>690.785</b>
Bogotá, D.C.	115.149
Cartagena	35.525
Medellín	26.688
Cali	13.935
San Andrés	9.542
Barranquilla	8.491
Cúcuta	5.020
Ipiales	4.101
<b>Santa Marta</b>	<b>3.415</b>
Pasto	2.778
Bucaramanga	2.428
Pereira	1.700
Puerto Carreño	951

Febrero 2017

Ciudad de Hospedaje	Entradas
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>236.437</b>
Bogotá, D.C.	107.975
Cartagena	42.088
Medellín	27.560
Cali	14.076
San Andrés	12.333
Barranquilla	11.236
Ipiales	4.427
Cúcuta	4.037
<b>Santa Marta</b>	<b>3.627</b>
Pasto	2.808
Bucaramanga	2.023
Pereira	1.587
Maicao	1.432
Puerto Carreño	1.228

Marzo 2017

Ciudad de Hospedaje	Entradas
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>232.049</b>
Bogotá, D.C.	111.643
Cartagena	39.814
Medellín	26.458
Cali	14.296
San Andrés	12.107
Barranquilla	7.256
Ipiales	5.081
Cúcuta	3.771
Pasto	3.136
<b>Santa Marta</b>	<b>2.889</b>
Maicao	2.044
Bucaramanga	1.939
Pereira	1.615

# PROYECTO ATI + TRYP



## Abril 2017

Ciudad de Hospedaje	Entradas
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>228.991</b>
Bogotá, D.C.	108.780
Cartagena	36.999
Medellín	28.176
Cali	16.004
San Andrés	9.123
Barranquilla	8.293
Ipiales	5.448
Cúcuta	3.454
Pasto	3.183
<b>Santa Marta</b>	<b>2.770</b>
Maicao	2.558
Bucaramanga	2.420
Pereira	1.783

## Mayo 2017

Ciudad de Hospedaje	Entradas
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>224.957</b>
Bogotá, D.C.	111.940
Cartagena	31.886
Medellín	28.017
Cali	13.668
San Andrés	8.114
Barranquilla	7.389
Ipiales	6.829
Maicao	4.144
Cúcuta	3.646
Pasto	3.245
<b>Santa Marta</b>	<b>2.491</b>
Bucaramanga	1.967
Riohacha	1.621

## Junio 2017

Ciudad de Hospedaje	Entradas
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>230.531</b>
Bogotá, D.C.	109.997
Cartagena	29.758
Medellín	29.019
Cali	16.166
Ipiales	13.328
Barranquilla	8.880
San Andrés	7.093
Maicao	3.762
Bucaramanga	2.802
Cúcuta	2.614
<b>Santa Marta</b>	<b>2.604</b>
Pereira	2.521
Pasto	1.987

# PROYECTO ATI + TRYP

## Julio 2017

Ciudad de Hospedaje	Entradas
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>743.539</b>
Bogotá, D.C.	138.400
Cartagena	38.923
Medellín	35.664
Cali	17.468
Ipiales	17.074
Barranquilla	10.783
San Andrés	9.313
Pasto	9.121
Maicao	4.436
<b>Santa Marta</b>	<b>3.512</b>
Bucaramanga	3.453
Cúcuta	3.064
Pereira	2.414

## Agosto 2017

Ciudad de Hospedaje	Entradas
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>319.773</b>
Bogotá, D.C.	140.500
Cartagena	38.386
Medellín	35.494
Cali	19.021
Ipiales	16.097
Barranquilla	11.884
San Andrés	9.738
Cúcuta	6.929
Maicao	6.924
Pasto	6.647
Bucaramanga	4.269
<b>Santa Marta</b>	<b>3.185</b>
Pereira	2.582

# PROYECTO ATI + TRYP



## Consolidado

Registro de ingreso de extranjeros, según ciudad de hospedaje			HABITACIONES	DIAS	Media tipo de Alojamiento -		EQUIVALENCIA EN PAX	
			Q	CALENDARIO	Dias			
AÑO 2017	CIUDAD	ENTRADAS	93	30	2016	2017	2016	2017
			% ABSORCIÓN	% ESTIMADO	3,37	4,07		
ENERO	SANTA MARTA	3.415	2,72%	81,70%	24,24%	20,07%	828	686
FEBRERO	SANTA MARTA	3.627	2,56%	76,92%	22,83%	18,90%	828	686
MARZO	SANTA MARTA	2.889	3,22%	96,57%	28,66%	23,73%	828	686
ABRIL	SANTA MARTA	2.770	3,36%	100,72%	29,89%	24,75%	828	686
MAYO	SANTA MARTA	2.491	3,73%	112,00%	33,24%	27,52%	828	686
JUNIO	SANTA MARTA	2.604	3,57%	107,14%	31,79%	26,33%	828	686
JULIO	SANTA MARTA	3.512	2,65%	79,44%	23,57%	19,52%	828	686
AGOSTO	SANTA MARTA	3.185	2,92%	87,60%	25,99%	21,52%	828	686
<b>ACUMULADO</b>		24.493	24,74%				6.623	5.484

Pais residencia visitantes		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Extranjeros	6,70%	3.415	3.627	2.889	2.770	2.491	2.604	3.512	3.185
Nacionales	93,30%	47.555	50.507	40.230	38.573	34.688	36.262	48.906	44.352
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>50.970</b>	<b>54.134</b>	<b>43.119</b>	<b>41.343</b>	<b>37.179</b>	<b>38.866</b>	<b>52.418</b>	<b>47.537</b>

# PROYECTO ATI + TRYP

Registro de ingreso de nacionales, según ciudad de hospedaje			HABITACIONES Q	DIAS CALENDARIO	Media tipo de Alojamiento - Dias		EQUIVALENCIA EN PAX	
			93	30	2016	2017	2016	2017
AÑO 2017	CIUDAD	ENTRADAS	% ABSORCIÓN	% ESTIMADO	3,37	4,07	2016	2017
ENERO	SANTA MARTA	47.555	0,20%	5,87%	1,74%	1,44%	828	686
FEBRERO	SANTA MARTA	50.507	0,18%	5,52%	1,64%	1,36%	828	686
MARZO	SANTA MARTA	40.230	0,23%	6,94%	2,06%	1,70%	828	686
ABRIL	SANTA MARTA	38.573	0,24%	7,23%	2,15%	1,78%	828	686
MAYO	SANTA MARTA	34.688	0,27%	8,04%	2,39%	1,98%	828	686
JUNIO	SANTA MARTA	36.262	0,26%	7,69%	2,28%	1,89%	828	686
JULIO	SANTA MARTA	48.906	0,19%	5,70%	1,69%	1,40%	828	686
AGOSTO	SANTA MARTA	44.352	0,21%	6,29%	1,87%	1,55%	828	686
<b>ACUMULADO</b>		341.074	1,78%	53,29%	15,81%	13,09%	6.623	5.484

# PROYECTO ATI + TRYP

Registro de ingreso de nacionales y extranjeros, según ciudad de hospedaje			HABITACIONES Q	DIAS CALENDARIO	Media tipo de Alojamiento - Dias		EQUIVALENCIA EN PAX	
			93	30	2016	2017	2016	2017
AÑO 2017	CIUDAD	ENTRADAS	% ABSORCIÓN	% ESTIMADO	3,37	4,07	2016	2017
ENERO	SANTA MARTA	50.970	0,18%	5,47%	1,62%	1,34%	828	686
FEBRERO	SANTA MARTA	54.134	0,17%	5,15%	1,53%	1,27%	828	686
MARZO	SANTA MARTA	43.119	0,22%	6,47%	1,92%	1,59%	828	686
ABRIL	SANTA MARTA	41.343	0,22%	6,75%	2,00%	1,66%	828	686
MAYO	SANTA MARTA	37.179	0,25%	7,50%	2,23%	1,84%	828	686
JUNIO	SANTA MARTA	38.866	0,24%	7,18%	2,13%	1,76%	828	686
JULIO	SANTA MARTA	52.418	0,18%	5,32%	1,58%	1,31%	828	686
AGOSTO	SANTA MARTA	47.537	0,20%	5,87%	1,74%	1,44%	828	686
<b>ACUMULADO</b>		365.567	0,03%	0,76%	0,23%	0,19%	828	686

## Duración del alojamiento

TIPO DE ALOJAMIENTO	2016	2017
Apartamento arrendado	7,43	5,23
Camping	4,96	4,26
Casa de familia o amigos	5,41	6,09
Casa / Apartamento propio	2,5	8,8
Casa / Cabaña de vacaciones arrendada	2,75	6,6
Casa / Cabaña de vacaciones propia	7	6,83
Centro vacacional / Resort	4	4
Apartahotel	4,25	4,08
Finca agro-turística	4,67	6,4
Habitación renatada en vivienda familiar	7,33	4,79
Habitación sin pagar vivienda familiar	3	3,75
Hostal	4,29	5,95
<b>Hotel</b>	<b>3,37</b>	<b>4,07</b>
Posada turística	2,64	7,36

La información previamente  
presentada es CONFIDENCIAL.

JUAN MANUEL FRANCO RUIZ  
CEO BICO S.A.S.