

**Análisis del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación y su participación en  
el turismo internacional en Colombia**

Anghie Thatiana Avila Segura

Lorena García Montoya

Nicolás Otálora Vargas

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Negocios Internacionales  
Bogotá, D.C.

2018

**Análisis del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación y su participación  
en el turismo internacional en Colombia**

Anghie Thatiana Avila Segura

Lorena García Montoya

Nicolás Otálora Vargas

Director

Oswaldo Ospina Martínez

Trabajo de grado para optar al título como  
Profesional en Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Negocios Internacionales  
Bogotá, D.C.

2018

## **Resumen**

El objetivo principal del siguiente documento es determinar de qué manera el turismo internacional en Colombia se ha potencializado con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), para lo cual se realizó un análisis del sector turístico colombiano durante los años 2010 al primer semestre del 2018, así como del desarrollo de las TIC en el mismo periodo de tiempo y se identificaron los diferentes tipos de turismo que ofrece el país, asimismo, estrategias y retos que tiene actualmente el turismo internacional colombiano. A fin de determinar las repercusiones que han tenido las TIC en la internacionalización del sector se estableció una correlación entre estos dos factores y la respectiva evolución que han tenido. Finalmente, se encontró que el turismo colombiano ha tenido el crecimiento más alto a nivel regional en los últimos años, por una parte, gracias a la implementación de las TIC que han dado a conocer las actividades y sitios turísticos del país, y por otro lado, debido a las medidas que han tomado los entes involucrados en el sector.

**Palabras clave:** Turismo colombiano, Internacionalización, Tecnologías de la Información y Comunicación, Estrategias, Retos, Repercusiones.

## **Abstract**

The main objective of the following document is to determine how international tourism in Colombia has been potentialized with the use of information and communication technologies (ICT), for which an analysis of the Colombian tourism sector was carried out. During the years 2010 to the first semester of the 2018, as well as the development of the ICT in the same period of time and identified the different types of tourism that offers the country, also, strategies and challenges that currently has international tourism Colombian . In order to determine the impact of ICT on the internationalization of the sector, a correlation was established between these two factors and their respective evolution. Finally, it was found that Colombian tourism has had the highest growth at regional level in recent years, on the one hand, thanks to the implementation of ICT that have released the activities and tourist sites of the country, and on the other hand, because of the measures taken by the entities involved in the sector.

**Keywords:** Colombian Tourism, Internationalization, Information and Communication Technologies, Strategies, Challenges, Repercussion.

## Tabla de contenido

<b>1. Introducción</b> .....	7
<b>2. Planteamiento del problema</b> .....	8
<b>2.1. Descripción del problema</b> .....	8
<b>2.2. Formulación del problema</b> .....	9
<b>3. Objetivos</b> .....	9
<b>3.1. Objetivo general</b> .....	9
<b>3.2. Objetivos específicos</b> .....	9
<b>5. Marcos de referencia</b> .....	12
<b>5.1. Marco de antecedentes</b> .....	12
<b>5.2. Marco teórico</b> .....	15
<b>5.3. Marco Conceptual</b> .....	17
<b>5.4. Marco Legal</b> .....	20
<b>6. Metodología</b> .....	22
<b>7. Capítulo 1. Análisis del sector turístico colombiano</b> .....	24
<b>7.1. Viajeros extranjeros</b> .....	24
<b>7.2. Inversión Extranjera Directa</b> .....	29
<b>7.3. Desarrollo tecnológico</b> .....	31
<b>7.4. Tipos de turismo en Colombia</b> .....	33
<b>8. Capítulo 2. Estrategias y retos para el turismo internacional</b> .....	36
<b>8.1. Estrategias</b> .....	36
<b>8.2. Retos</b> .....	42
<b>8.3 Competitividad del turismo internacional aplicado al Diamante de Porter</b> .....	43
<b>9. Capítulo 3. Repercusiones de las tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización del sector turístico</b> .....	44
<b>9.1. Las Tics en el sector turístico colombiano y su proceso de internacionalización</b> .....	46

<b>9.1.1. Barreras que impiden la internacionalización de las TICS en el sector turístico en Colombia y soluciones.....</b>	<b>48</b>
<b>9.2. Análisis DOFA de las TIC en el sector turístico colombiano .....</b>	<b>48</b>
<b>10. Conclusiones .....</b>	<b>50</b>
<b>12. Referencias.....</b>	<b>52</b>

### **Lista de Tablas**

Tabla 1. Normativas que rigen el Turismo en Colombia. ....	21
Tabla 2. Fuentes de información para objetivos específicos.....	23
Tabla 3. Países emisores 2013 y su variación. ....	26
Tabla 4. Programas especiales de FONTUR.....	41
Tabla 5. Analisis DOFA.....	49

### **Lista de Figuras**

Figura 1. Histórico de viajeros extranjeros 2010 - 2018. ....	25
Figura 2. Inversión Extranjera Directa (millones). ....	29
Figura 3. Porcentaje de ventas a nivel nacional e internacional.....	39

## 1. Introducción

El turismo internacional es uno de los sectores económicos más fuertes del territorio nacional, que además de generar mayor oferta de trabajo, genera inversión extranjera directa e indirecta. Uno de los potencializadores de este sector es el uso de las tecnologías de información de la comunicación (TICS) las cuales han evolucionado en los últimos años de manera exponencial, se han venido trabajando de los entes estatales involucrados y han generado resultados positivos como en el desarrollo del proyecto se irá evidenciando. El diamante de Porter es el modelo de internacionalización y ventaja competitiva en la cual se basa el proyecto de investigación.

Dentro del primer capítulo se desarrollara, el momento actual que se vive en el turismo internacional en los años comprendidos del 2010 al 2018 y la relación que tiene con las TIC, también se puede visualizar los viajeros extranjeros que más frecuentan visitar Colombia, la evolución y crecimiento de la inversión extranjera que hace obediencia al mismo comportamiento del turismo internacional, asimismo, el desarrollo tecnológico que han contribuido a mejorar la experiencia del cliente y las clases de turismo que actualmente se manejan y cuáles son las más importantes para Colombia.

El segundo capítulo desarrolla las estrategias que se han llevado a cabo por diferentes entes en Colombia y que han dado resultados positivos en los objetivos bajo los que se crearon dichas estrategias, todas encaminadas a las TIC y el turismo internacional en Colombia, apoyadas por cifras y evidenciando la veracidad del modelo de ventaja competitiva realizado por Porter donde vuelve el sector interno mucho más especializado y eficiente, así como las ayudas por parte del gobierno, el cual es un factor contemplado en el Diamante de Porter, en el mismo capítulo se encuentran los retos se tienen como metas a corto plazo para generar bases más fuertes que hagan de este sector un potencializador todavía más grande de la economía colombiana.

Por último, el tercer capítulo trata de las repercusiones que han tenido las TIC en diferentes ámbitos, especialmente en el turismo internacional colombiano, como el crecimiento exponencial de la tecnología y como se ha acoplado para ser un potencializador en diferentes actividades, finalmente un análisis DOFA de las TIC en la internacionalización del turismo; dando así las herramientas suficientes para realizar las diferentes conclusiones y recomendaciones al proyecto de investigación.

## **2. Planteamiento del problema**

### **2.1. Descripción del problema**

En los últimos años el turismo se convirtió en uno de los sectores que más le dejan divisas al país, por encima de productos tradicionales como flores, banano, café y carbón, es el sector que está generando desarrollo y equidad en la economía colombiana según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE (2018) en el segundo trimestre, el turismo representó el 2.8% del Producto Interno Bruto - PIB impactando no solo a las personas del sector, sino además a cada uno de los actores de la economía.

La iniciativa gubernamental y el esfuerzo de los gremios del sector comienzan a posicionar al turismo como un sector estratégico de la economía del país, capaz de generar empleo, desarrollar infraestructura, servicios públicos, transporte, comunicaciones y mejorar los servicios financieros (Dinero, 2018a).

En este sentido, se destacan cambios importantes en aspectos que van desde una política pública para el desarrollo del sector, hasta cambios que tienen una influencia directa en la dinámica del turismo derivado de avances tecnológicos asociados con el uso creciente del Internet, además una mayor presencia de la inversión extranjera durante los últimos tres años que contribuyen a un incremento de US\$669 millones en 2017 frente al reporte de US 13 849 millones del 2016 (Dinero, 2018b).

La industria turística registra un antes y un después con respecto a la utilización de los medios digitales y, sobre todo, a partir de la revolución protagonizada por los dispositivos móviles, los líderes de la industria de viajes y turismo saben la importancia de utilizar las nuevas tecnologías de manera eficiente. La integración del turismo con el mundo Web está generando un fuerte cambio en el sector turístico que se evidencia a través de nuevos productos y servicios que se ofrecen por estos canales y en renovadas formas de obtener información sobre destinos y viajes por parte del público. (Mesa, 2017).

Se comprende que dentro del sector turístico existen varios actores generadores de servicios que han integrado la tecnología a su funcionamiento productivo, dentro de los cuales es indispensable resaltar a las aerolíneas de bajo costo y al sector hotelero que mediante la migración a páginas web y aplicaciones móviles que atraen clientes tanto nacionales e internacionales, según la asociación hotelera para enero a marzo del presente año la ocupación supero el 89%, en gran parte gracias a la información presentada en sus plataformas digitales.(El Tiempo, 2017)

Por consiguiente, atendiendo a las necesidades tecnológicas del sector y del país es pertinente conocer el aporte de las TIC al turismo colombiano y su reconocimiento internacional.

## **2.2. Formulación del problema**

De acuerdo con lo anterior, esta investigación pretende dar respuesta a la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación participa en el turismo internacional en Colombia?

Para dar la respuesta a la pregunta inicial esto se sistematiza de la siguiente forma:

- ¿Cuál es la situación actual del sector turístico colombiano?
- ¿Cuáles son las estrategias y retos que se tienen actualmente en el turismo internacional colombiano?
- ¿Qué repercusiones han tenido las Tecnologías de la Información y Comunicación en la internacionalización del sector turístico en Colombia?

## **3. Objetivos**

### **3.1. Objetivo general**

Analizar como el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación se han visto involucradas en el turismo internacional en Colombia.

### **3.2. Objetivos específicos**

- Realizar un análisis del sector turístico colombiano.
- Identificar las estrategias y retos que se tienen actualmente para el turismo internacional colombiano.
- Identificar las repercusiones que han tenido las Tecnologías de la Información y Comunicación en la internacionalización del sector turístico en Colombia.

#### 4. Justificación

Las personas en el mundo se apoyan en las nuevas tecnologías para buscar y elegir el destino de sus próximos viajes ya sea de negocios o vacaciones, de ahí la importancia que la oferta turística nacional esté al alcance de quienes ansían vivir nuevas experiencias.

En el año 2013 y gracias a los avances tecnológicos y a la globalización, ingresaron 1.247.592 viajeros al territorio nacional cuyos principales motivos de viaje fueron “vacaciones, recreo y ocio (64,0%), negocios y motivos profesionales (15.1%) y trabajo (10.9%).” (Rodríguez y Martínez, 2014, p. 36).

En el primer semestre del 2017, según las estadísticas de Procolombia (2017), se informó que el ingreso de extranjeros creció un 46.3% y la variación en servicios hoteleros del PIB en el segundo trimestre fue del 1.4%. Según el presidente de esta entidad, Jaramillo menciona:

Desde el 2005, la llegada de turistas a Colombia crece a una tasa promedio de tres veces superior a la del mundo. Hoy podemos decir que es la segunda industria que más genera divisas, al registrar US\$5688 millones en 2016, cifra solo superada por el petróleo (Portafolio, 2017, párr. 5).

El ingreso de divisas por turismo en 2017 anotó un incremento del 68% frente a las que generaba el sector en Colombia en 2010 (US\$3.440 millones) y representa el 78% del total de las exportaciones de servicios. Estas cifras ratifican que el turismo es un motor de desarrollo para el país. Somos un país cada vez más atractivo para los visitantes extranjeros, según la ex ministra de Comercio, Industria y Turismo, María Lorena Gutiérrez. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017)

En los últimos siete años el Gobierno Nacional ha hecho la mayor inversión en infraestructura turística y avances tecnológicos en el país. De \$53.000 millones en 2011 paso en el año 2017 a \$523.000 millones, un aumento del 870%, clave para la competitividad del turismo de Colombia ante el mundo. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Las TIC han creado la necesidad de contar con mecanismos de difusión, promoción, comercialización y desarrollo para lograr llamar la atención de turistas, siendo estos los medios eficaces para una mayor internacionalización del sector. (Embatur, 2015)

Por lo tanto, la presente investigación aporta una visión clara del sector turístico actual, las estrategias implementadas por el estado colombiano como así mismo los retos que este afronta con respecto a la infraestructura, y el estereotipo negativo que posee el país, lo anteriormente

mencionado se realizará con la finalidad de determinar la influencia de los avances de las TICS en el sector turístico colombiano.

En consecuencia dentro del sector turístico los grupos interdisciplinarios y principalmente el negociador internacional cumple un papel fundamental al ser el ente que logra potencializar el turismo empresarial, creando lazos y relaciones con los empresarios internacionales que el futuro se traducirán en oportunidades de negocios para la industria colombiana, basados en el conocimiento y uso de la tecnología como herramienta que aporta a la economía empresarial, sin embargo, es pertinente mencionar que el negociador no es ajeno a los demás tipos de turismo dado su capacidad de adaptación y manejo de temas culturales, ambientales y demás.

## 5. Marcos de referencia

### 5.1. Marco de antecedentes

Los antecedentes que se mostraran a continuación se nombraran de manera descriptiva, fueron revisados y analizados para brindar mayor consistencia teórica a este trabajo.

Internet se creó en los años 60 y ha tenido una constante evolución, sin embargo, fue hasta los años 90 que se anunció públicamente la World Wide Web y empezó a impulsarse el avance con mayor rapidez. Posterior a experimentar ese avance, el turismo en Colombia tuvo un largo proceso de desarrollo que comenzó con la Ley 86 de 1931, la cual creó el Servicio Oficial de Turismo y le otorgo la principal función de fomentar y vigilar todo lo relacionado al turismo en el territorio nacional, así como también, “fiscalizar el funcionamiento de toda empresa que se dedique a organizar o a realizar viajes de turismo” (Ministerio de Justicia de Colombia, 1931, p. 1).

En los años 90, las agencias de turismo jugaban un papel fundamental para el desarrollo de la economía turística del país, a pesar de que fueron una época de grandes cambios y avances en Colombia. Iniciando en 1995 con la primera conexión oficial a internet y en 1996 con la implementación de la Ley 300, donde se estableció el Registro Nacional de Turismo en Colombia, el cual tiene como función llevar un registro de todas las entidades que prestan o pretender prestar servicios turísticos dentro del territorio nacional y que posteriormente seria dirigido y controlado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit), creado el 27 de Diciembre del 2002, el cual tiene como una de sus funciones principales “apoyar la gestión turística de las regiones del país para mejorar su competitividad y sostenibilidad” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015, s.p).

A partir del año 2011 Mincit junto con el Fondo de Promoción Turística de Colombia (FONTUR, 2011), realizan un documento en donde realizan un diagnóstico, visión y estrategias para el sector de turismo a nivel nacional y regional para el año siguiente. Este documento cuenta con gran cantidad de datos y cifras sobre el sector y sus componentes, así como también un análisis específico de cada uno, esto, con el fin de dar respuesta a cada objetivo planteado y generar una estrategia para la potencialización del sector.

En este mismo año, Procolombia elabora un documento similar en donde presentan un historial gráfico del comportamiento económico y turístico colombiano, además muestran los sectores turísticos en crecimiento su demanda y oferta y también, las oportunidades de inversión en el país, con el fin de atraer turistas e inversión extranjera.

Para el año 2012, el ministerio de Tecnologías de la Información y las comunicaciones (Mintic) creó la iniciativa Apps.co “para promover y potenciar la generación, creación y consolidación de negocios a partir del uso de las TIC, haciendo especial énfasis en el desarrollo de aplicaciones móviles, software y contenidos” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2012, s.p). Con esta iniciativa el gobierno colombiano ha apoyado diferentes proyectos que atienden necesidades del sector turístico y les brindan facilidades a los viajeros, en donde se crea una generación de emprendedoras digitales debido al impulso y el acompañamiento de los entes gubernamentales.

En agosto de este mismo año se realizó el Congreso Nacional de Hotelería en Cartagena de Indias. Al terminar, Mincit desarrolló un documento histórico y comparativo sobre el sector hotelero y su aporte a la economía Colombia, así como también, estableció metas y 7 estrategias claves con el fin de alcanzar un mayor nivel de desarrollo del turismo para el año 2014.

La penetración de los Smartphone y la expansión de la fibra óptica han optimizado estos desarrollos tecnológicos en los últimos años. Un ejemplo de esto es el diseño de una aplicación para móviles por parte de Procolombia en febrero del 2013, llamada Colombia.travel, la cual es compatible con los sistemas operativos IOS (Apple), RIM (BlackBerry) y Android. Esta aplicación “presenta fotografías y datos de 27 productos y subproductos del segmento vacacional como aventura, naturaleza, cultura, cruceros, sol y playa, e incluye un directorio de 2.000 prestadores de servicios turísticos, restaurantes y hoteles” (El Universal, 2014), pero no darle la difusión adecuada crea un atraso en la información.

Mincit en el año 2013 desarrolló un plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia, en donde se explica que es el turismo de naturaleza y como se implementa en Colombia según las tendencias, también se plantean una serie de objetivos y estrategias para los años siguientes para potencializar y sacar el mayor provecho posible a este tipo de turismo. Posteriormente, en el 2014, este ministerio publicó el Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018, el cual se enfoca en “Posicionar a Colombia como destino turístico sostenible y sustentable, reconocido en los mercados mundiales y valorado en los mercados nacionales, (...) que lleve a su máximo nivel la industria de los viajes y al turismo” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014, p. 32).

En este mismo año, Díaz (2013) estudiante del Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA), elaboró el Plan de acción Proexport Turismo Religioso, en donde busca promocionar el turismo religioso desde Estados Unidos hacia Colombia mediante el factor lúdico

motivacional, el cual se define como “aquél en el que el receptor ya no es un sujeto pasivo, sino el encargado motivar al sujeto turista a que se desplace hacia actividades de ocio” (Bonilla J., 2012).

Finalmente la estudiante de la Universidad Politécnica de Valencia, Campora (2013), realizó el “Estudio del impacto de las TIC en el turismo: análisis de su influencia en los habitantes de la ciudad de Gandía durante la planificación de un viaje” como proyecto de grado, en donde analizo el impacto de las TICS en cada ámbito que conforma el sector turístico, como las agencias de viajes los establecimientos hoteleros, entre otros.

En septiembre del 2014 la estudiante de la Universidad de Valladolid, De Gregorio (2014), desarrollo un trabajo de grado titulado “Impacto de las TICS en el Sector Turístico” en el que describe el escenario actual de las TIC en el ámbito empresarial y turístico, y finalmente, evalúa la importancia y la contribución de las mismas. En este mismo año Correa (2014) estudiante de la Universidad Nacional de Colombia redactó el trabajo de investigación llamado “Estrategias de Mercadeo para el Posicionamiento del Turismo Sostenible en el Departamento del Chocó”, en donde busca el fortalecimiento de la industria del turismo dentro del municipio Quibdó y proporciona estrategias de mercadeo para cumplirlo.

Para el año 2015 la Corporación Turismo Cartagena de Indias elaboró un documento sobre los retos y realidades del sector turístico en la ciudad, realizando un comparativo con las demás ciudades turísticas del país. En este documento se presenta graficas históricas sobre los diferentes componentes del turismo que van desde el año 1980 hasta el 2014, y que aportan datos importantes para la entender la importancia de esta ciudad en el sector turístico colombiano.

En septiembre de este mismo año, el estudiante El Khatibde (2015), la Universidad Complutense de Madrid realizó la tesis doctoral llamada “El Desarrollo Comunicacional de Tecnología Móvil en el Campo del Turismo. Caso del Líbano” cuyo objetivo principal era estudiar las TICS en el ámbito cultural del turismo en el Líbano, desde la guerra civil hasta el 2015. Asimismo, los estudiantes Mozombite y Navarro (2015) de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, construyeron la tesis llamada “Impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las Empresas del Sector Turismo en la Ciudad de Iquitos 2015” en donde, determinaron el impacto de las TICS en el sector turístico, pero esta vez en la ciudad de Iquitos, ubicada en la Amazonia Peruana.

La también estudiante de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Rodríguez (2016) realizó el trabajo de grado llamado “Tecnologías de Información y Comunicación para el

Turismo Inclusivo”, donde se presentan tecnologías de información y comunicación con potencial para la inclusión de personas con discapacidad como clientes de los destinos turísticos colombianos, tomando en cuenta, un nicho de mercado que aún no se ha explorado.

En el año 2017, Sánchez y Díaz (2017), del Programa de Mercadeo Internacional y Publicidad de la universidad ICESI en Santiago de Cali, realizaron el proyecto de grado llamado “Caracterización de una Aplicación Tecnológica que Mejora los Procesos de Internacionalización en Colombia”, en donde describen los parámetros de una aplicación tecnológica que permite mejorar los procesos de internacionalización en Colombia. Aunque este trabajo se enfoca en el comercio exterior colombiano, es posible tomarlo como fuente de información sobre el funcionamiento y la posible implementación de TIC en pro de la economía del país.

En conclusión, en el escenario tecnológico actual a los desarrolladores de servicios se posicionan como la nueva fuerza de negocios en las redes de próxima generación, como las Application Stores y páginas web, por eso se reconoce la importancia de unificar metodologías y entornos para el desarrollo de servicios que ayuden a la creación de aplicaciones de alto nivel, que beneficien tanto a los usuarios como al país.

## **5.2. Marco teórico**

La siguiente investigación tiene se puede relacionar la internacionalización tanto de las empresas como de los países en la ventaja haciendo alusión a la teoría del Diamante de Porter que tiene que ver con la ventaja competitiva, la teoría trata básicamente de la eficiencia para desarrollar algún bien o servicio y este esté por encima de su coste de producción; de acuerdo a la teoría se divide en cuatro factores determinantes:

- Las condiciones de los factores, se pueden dividir en dos: los básicos que se refieren que se encuentran de manera natural y los avanzados los cuales se deben forjar como lo es la mano de obra especializada; estos a su vez se subdividen en dos más: los generales, los cuales son recursos que como su nombre lo indica funciona para cualquier ámbito dentro del país, y los especializados los cuales solo aportan a un ámbito en específico y son las que realmente aportan a la ventaja competitiva de un país; según la teoría existen otros elementos que permiten el buen desarrollo de la competitividad:

- Condiciones de la demanda doméstica, dice la teoría que mientras más demanda exista a nivel nacional mayor será el interés por hacer que los entes involucrados presten un servicio cada

vez más eficiente, lo suficiente para cumplir con las necesidades del mercado lo que influye con la competitividad internacional de las empresas.

- Grado de rivalidad del sector, la teoría indica que entre mayor rivalidad haya en el sector, las empresas se preocuparan por la innovación por lo que la internacionalización de las empresas se vuelve cada vez en un fuerte.

- Las industrias relacionadas y de apoyo, este cuadrante hace referencia a la alta competitividad que existe en ciertos sectores, lo cual genera como resultado se eleve los estándares de la oferta y beneficia al país frente a sus competidores a nivel internacional.

Adicional a los cuadros factores expuestos por el autor se identifican dos factores adicionales que si bien no afectan de manera directa si juegan un papel que debe ser analizado y valorado, los cuales son:

- El papel del gobierno juega un papel importante en el sentido de incentivar la actividad económica de las empresas y así mismo el consumo del bien o servicio, los cuales crean estrategias ya que como dice la teoría lo realiza en sectores potencialmente capaces de internacionalizarse como es el caso del turismo.

- Azar, por ultimo Porter toma este factor a los eventos imprevistos capaz de generar algún tipo de obstáculo o generar ventajas frente a la competencia.

Uno de los factores que sin duda han incrementado a razón del turismo es la inversión extranjera lo cual para el ámbito de los negocios internacionales es muy importante detallar. La inversión extranjera se define como la colocación de capital en búsqueda de una ganancia futura, este tipo de capital lo invierten empresas con deseos de internacionalizarse, es decir, expandir su mercado de acuerdo a los productos que ofrezcan. De acuerdo a lo dicho por la Ministra de Comercio Industria y Turismo, la inversión extranjera en turismo creció en un 741% en el periodo comprendido desde el año 2010 al 2015.

El turismo en Colombia representa el 60% de las exportaciones de servicios en Colombia y genera uno de cada 12 empleos. Sin duda uno de los grandes influyentes en este crecimiento fue el tratado de paz donde se abren distintos destinos turísticos que antes no se habían contemplado debido al peligro en el que se incurría. Hoy en día uno de los más grandes retos por parte del gobierno es la inclusión más o menos 311 municipios en todo el territorio nacional.

### 5.3. Marco Conceptual

Dentro del marco conceptual se podrá evidenciar los diferentes conceptos importantes en la comprensión del proyecto. Para empezar, se define el turismo como

El turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (OMT, 2006, p. 5).

De acuerdo a la teoría general del turismo se evidencia que el turismo se divide en dos grandes partes: El turismo masivo el cual viene siendo, el que es ejercido por un gran número de personas; las actividades que mayormente de acuerdo a la OMT las visitas a playas y sitios turísticos, o ciudades con un alto grado de importancia en cuanto a historia. Luego está el Turismo alternativo el cual según la teoría es definido como las nuevas tendencias de la sociedad:

El turista busca tener un contacto más cercano con la naturaleza o tener nuevas experiencias en un ambiente único. Todo esto como consecuencia de los daños e inequidad que se refleja en todos los destinos turísticos en los cuales hay gran contaminación, explotación y escasez de recursos naturales, como el agua; así como también la pérdida de identidad de la población local. Estas actividades se enfatizan en un desarrollo económico en el cual la comunidad reciba equitativamente los ingresos que se obtienen y se brinden más apoyos a la apertura de empresas locales. (Ibáñez R. y Cabrera C., 2011, p. 10).

El año pasado se recibió la cifra récord de más de 6,5 millones de visitantes extranjeros en Colombia; un incremento de más del 150%, en comparación con 2010, cuando ingresaban algo más de 2,6 millones de visitantes de acuerdo a lo expresado por la actual ministra de Comercio Industria y Turismo, María Lorena Gutiérrez. Lo anterior se debe a los esfuerzos conjuntos del Gobierno y el sector privado, que han estado comprometidos con la promoción y la adecuación de la oferta. Sin embargo, se ha generado consciencia que ese potencial solo se podrá desarrollar si es acompañado de un salto de calidad en materia de infraestructura.

Desde hace muchos años, la política de incentivos para inversiones en el sector, ha permitido resultados que son visibles, por ejemplo, en la construcción de hoteles o en la modernización de aeropuertos y carreteras:

Sabemos que esa política de incentivos es necesaria y por eso vamos a continuar con ella. Hoy ofrecemos incentivos para inversiones en nuestras ciudades de menos de 200.000 habitantes. Quienes inviertan allí tendrán una tasa preferencial en el impuesto de renta del 9% durante 20 años. Tenemos muchos proyectos por desarrollar en lugares con alto potencial para el desarrollo del turismo como la

Serranía de la Macarena, en el Meta, en donde ofrecemos la posibilidad de inversión en los ecolodges de La Macarena. También, está el caso del mejoramiento de las Cabañas vio-sostenibles en Mocoa, en el amazónico departamento del Putumayo. Podrán aprovechar desarrollos de infraestructura marítima como la Marina de Riohacha en la Guajira, o un exótico eco alojamiento en medio de la llanura del Casanare en el municipio de Orocué. (Gutiérrez, 2018, p. 3).

Se logra evidenciar que el sector del turismo no va ligado únicamente a los atractivos en cuanto a lugares que posee el país, sino a la situación del mismo como ella expresaba, el aumento que se tuvo en visitas al país una vez se firmó el tratado de paz, adicional a la inversión que ha hecho tanto el gobierno como el sector privado, lo que da a pensar que esto es algo que directa o indirectamente afecta a todo el mundo. Sin duda las expectativas con los nuevos proyectos que se están realizando son altas, en cuanto al incremento de visitas de extranjeros que trae consigo un aumento en la economía del país.

Adicional este gran incremento en turismo repercute en grandes retos que tendrá Colombia a lo largo de este tiempo, temas como la inseguridad, no necesariamente del conflicto armado sino la delincuencia en general; además como tema importante la infraestructura, tanto en sus carreteras, como aeropuerto y puertos, gracias a la diversidad geográfica que existe los tres son necesariamente importantes, y esto conlleva una fuerte inyección económica, que así como lo mencionaba, el sector privado que quiera aportar tendrá beneficios tributarios con el gobierno.

El turismo internacional como se ha podido evidenciar es uno de los factores más importantes y es un aspecto que gradualmente ha ido evolucionando y ocupando un lugar importante en el PIB del país, esto se logra gracias a la internacionalización del turismo que ofrece Colombia al mundo, el cual a través tanto de turistas extranjero como de inversión extranjera se ven reflejados los buenos resultados en el mismo. La internacionalización tiene viene desde Adam Smith el cual su aporte se centra en la ventaja absoluta, haciendo énfasis en la importancia de reconocer la escasez de recursos y la necesidad de establecer un sistema de distribución el cual daría como resultado la tendencia por parte de los países a exportar un recurso que abunda localmente e importarían los países este recurso del cual carecen. David Ricardo complemento esta teoría con su aporte llamado ventaja comparativa, indica que se produciría beneficio si y solo si los costos fueran diferentes para los recursos se están importando y exportando; para complementar dichos aportes y sentar unas bases para la teoría clásica del comercio internacional. John Mill evidencio los términos de intercambio que hacen varíen los precios de la exportación y el precio de las importaciones. (Charles W, 2004 P.1-2).

Internacionalización se define como la participación directa de las empresas en otros países y es un proceso que fortalece la integración de las naciones a la económica global mejorando la productividad de las empresas; dando como resultado que las empresas cuenten con un brazo comercial y/o productivo en el exterior. Dentro de los beneficios que se tienen en el momento de internacionalizar se encuentra un fortalecimiento en las pequeñas y medianas empresas (pymes), ya que evita que desaparezcan o sean adquiridas por empresas que tengan mayor capacidad; la competitividad es mayor pues su ocupación incrementa y tiene como resultado mayor empleo, con mano de obra más calificada. Su defensa en cuanto a situaciones de crisis financieras es mucho más estable debido a que cuando una crisis se presenta en algún país tienen fuentes adicionales de ingresos que hacen no se vea tan afectados. Dentro de los beneficios más importantes es trasladar diferentes actividades y partes de la cadena de valor a lugares más competitivos sea en eficiente en costos.

Dentro de los potenciadores del turismo internacional en Colombia es el uso de la tecnología en la cual la inversión por parte del gobierno ha sido bastante grande, de acuerdo con el Mincit, cerca de 4.300 millones de pesos han sido invertidos en 12 diferentes proyectos tecnológicos que buscan ser un aliado en el fomento, para tener mayor conocimiento acerca de estos proyectos se profundizara más acerca de las TICS: Hacen referencia a todos los recursos y herramientas que son usadas para procesar y llevar toda la información necesaria a través de diferentes medios tecnológicos, dentro de las características que se tienen esta que son digitales, claramente lo que hace que se pueda guardar grandes cantidades de información de manera fácil y que la accesibilidad se aún más eficiente.

Uno de los factores más influyentes para la promoción del turismo hacia el exterior es el uso de aplicaciones móviles, que se definen como un programa que se puede descargar y al que se puede acceder directamente desde un aparato móvil, por ejemplo, un celular o una Tablet. Las aplicaciones deben tener ciertas cualidades, entre esas están las siguientes:

- **Fluidez de la Información:** Deber ser fluida e intuitiva, y así mismo poder ser fáciles de comprender, deben ser fáciles de usar y su agilidad en navegación.
- **Usabilidad y Diseño:** Por el mismo tiempo que llevan las apps en el mercado hay que tener en cuenta que ya se utilizan unos patrones. Debe ser atractivo al cliente, impactar sin necesidad de haber hecho una exploración detallada de la app.

- **Estructuración y Selección de la Información:** Por las dimensiones de la pantalla de un celular obliga a que la información sea muy simplificada, permitiendo que el usuario rápidamente pueda seleccionar la información que realmente es de su interés y así mismo predecir ese tipo de información para que la experiencia al cliente sea la mejor.
- **Evitar Ser Intrusivos:** Se debe tener una relación con nuestros clientes y las apps lo permiten ya que están en un dispositivo que se utiliza todo el tiempo, sin embargo, puede ser contraproducente ya que si se es muy molesto con las notificaciones pueden los clientes de SPAM.
- **Aportar Valor:** Los usuarios tendrán la aplicación todo el tiempo en sus celulares si suplen una necesidad de su día a día, aunque si es inútil será rápidamente desinstalada.

Dentro de las aplicaciones móviles con las que Colombia ha podido generar todos los resultados positivos que hemos evidenciado encontramos aplicaciones como Colombia Travel, Welcome To Colombia, Buceo Colombia y Meetings Colombia.

La primera aplicación nombrada es una aplicación elaborada y fabricada por Pro Colombia la cual es una de las aplicaciones móviles más completas. Cuenta con información detallada de varios productos y lugares para visitar, adicional a prestar dicho servicio, da la opción de realizar compras y que el turista pueda desde el alcance de su celular adquirir productos hoteleros, todo esto acompañado de un gran apoyo fotográfico lo que hace la experiencia más real al cliente.

#### **5.4. Marco Legal**

De acuerdo a la normativa colombiana, los entes reguladores en Colombia para todo lo que tiene que ver con tecnologías es el Mintic, el cual de acuerdo a la Ley 1341 de 2009 tienen puntos importantes y se relacionan con la investigación:

1. Prestar apoyo al estado en todo lo que tiene que ver con el acceso y uso de las tecnologías de la información y comunicaciones para así mismo generar facilidad en la gestión de organismos gubernamentales y prestar mejores servicios a los clientes.
2. Promover el establecimiento de una cultura de las TIC en el país, a través de programas y proyectos que favorezcan la apropiación y masificación de las tecnologías, con instrumentos que faciliten el bienestar y el desarrollo personal y social. Esta normativa es una de las más importantes para nuestro trabajo de investigación debido a que se debe trabajar de la mano con este ente para poder lograr por medio de las aplicaciones móviles llegar a los clientes que desean hacer uso de sus servicios.

3. Evaluar la penetración, uso y comportamiento de las TIC en el entorno socioeconómico nacional, así como su incidencia en los planes y programas que implementa o se apoye. (Ley 341, 2009, Art 2).

De acuerdo a las normativas podemos evidenciar que las aplicaciones creadas y manipuladas en el territorio colombiano deben trabajar de la mano con este ministerio, ya que ellos además de hacer cumplir las normas, son entes de fomento para el desarrollo de las ayudas tecnológicas e ideas que se puedan presentar para así mismo poder materializar. Dentro de las normativas influyentes en el estado colombiano adicional se presentan en la tabla 1:

Tabla 1.

*Normativas que rigen el Turismo en Colombia.*

<b>Normatividad</b>	<b>Definición</b>
Ley 300 de 1996	Es la norma general del Turismo, se establecen los diferentes parámetros como la contribución de los empresarios al FONTUR, y también importante la obligatoriedad de inscripción en el Registro Nacional de Turismo. Como tema importante se estipula la creación de la Policía del Turismo. (Ley 300, 1996)
Ley 1558 de 2012	Establece los principios de la actividad turística, se encuentran definiciones propias del sector y los organismos encargados del respectivo control. (Ley 1558, 2012)
Decreto 2438 de 2010	Se establecen las actividades de las Agencias de viajes. (Decreto 2438, 2010)
Decreto 1074 de 2015	En el decreto se encuentra la estructura del sector, y sus respectivas funciones encabezadas por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo. (Decreto 1074, 2015)
Decreto 1293 de 2014	Establece las actividades específicas de guías de turismo. (Decreto 1293, 2014)
Resolución 3840 de 2009	En este código se busca evitar que a través de actividades turísticas se promueva el abuso infantil y la prostitución. (Resolución 3840, 2009)
Ley 1341 de 2009	Se crea el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones dentro de las funciones más representativas está el incrementar y facilitar el acceso a las tecnologías. (Ley 1341, 2009)

*Nota: Autores*

## 6. Metodología

Con el fin de dar el cumplimiento a los objetivos establecidos, la investigación presenta un diseño no experimental, que como lo menciona Kerlinger (1979), no es posible cambiar variables o establecer de manera aleatoria a los sujetos o condiciones de estudio ya que es una situación que ya ha sucedido, en su lugar, se observaran en el ambiente natural y después se hará el análisis respectivo. (p. 116).

También, se determinó que el alcance de la investigación es Descriptivo, la cual consiste en describir fenómenos, situaciones, contacto y eventos; esto es, detallar como son y cómo se manifiestan, es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a las que se refieren, ya que, su objetivo no es indicar como se relacionan estas. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 80).

Por otro lado, para la recolección de la información se realiza una investigación documental, que consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, como el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual. De acuerdo con Casares, Christen, Jaramillo, Villasenor y Zamudio (1995):

La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se obtiene o se consulta en documentos, entendiéndose por este todo material al que se puede acudir como fuente de referencia, sin que se altere su naturaleza o sentido, los cuales aportan información o dan testimonio de una realidad o un acontecimiento. Para los autores mencionados, las principales fuentes documentales son: documentos escritos (libros, periódicos, revistas, actas notariales, tratados, conferencias escritas, etc.) (p. 111)

Por consiguiente, las fuentes de información que se utilizaran para dar respuesta a los objetivos específicos de la investigación se muestran en la tabla 2.

Tabla 2.

*Fuentes de información para objetivos específicos.*

<b>Objetivo Especifico</b>	<b>Información</b>	<b>Fuentes de Información</b>
Realizar un análisis del sector turístico colombiano.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estadísticas y graficas sobre el turismo y sus sectores en los últimos 8 años.</li> <li>• Datos de los últimos 8 años del turismo colombiano.</li> <li>• Datos de los últimos 8 años del desarrollo tecnológico del país.</li> <li>• Informes de gestión de las entidades pertinentes 2017.</li> <li>• Informes de gestión parcial de las entidades 2018.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mincit.</li> <li>• Pro Colombia.</li> <li>• FONTUR</li> <li>• DANE.</li> <li>• Mintic.</li> </ul>
Identificar las estrategias y retos que tiene actualmente el turismo internacional colombiano.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentos públicos de las entidades pertinentes 2017-2018.</li> <li>• Informes de gestión de las entidades 2017.</li> <li>• Informes de gestión parcial de las entidades 2018.</li> <li>• Tesis/Trabajos de grado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mincit.</li> <li>• Pro Colombia.</li> <li>• Repositorios.</li> <li>• Mintic.</li> </ul>
Identificar las repercusiones que han tenido las Tecnologías de la Información y Comunicación en la internacionalización del sector turístico en Colombia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datos de los últimos 8 años del turismo colombiano.</li> <li>• Datos de los últimos 8 años del desarrollo tecnológico del país.</li> <li>• Tesis/Trabajos de grado.</li> <li>• Informes de gestión 2010-2018.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mintic.</li> <li>• Repositorios.</li> <li>• DANE.</li> <li>• Mincit.</li> </ul>

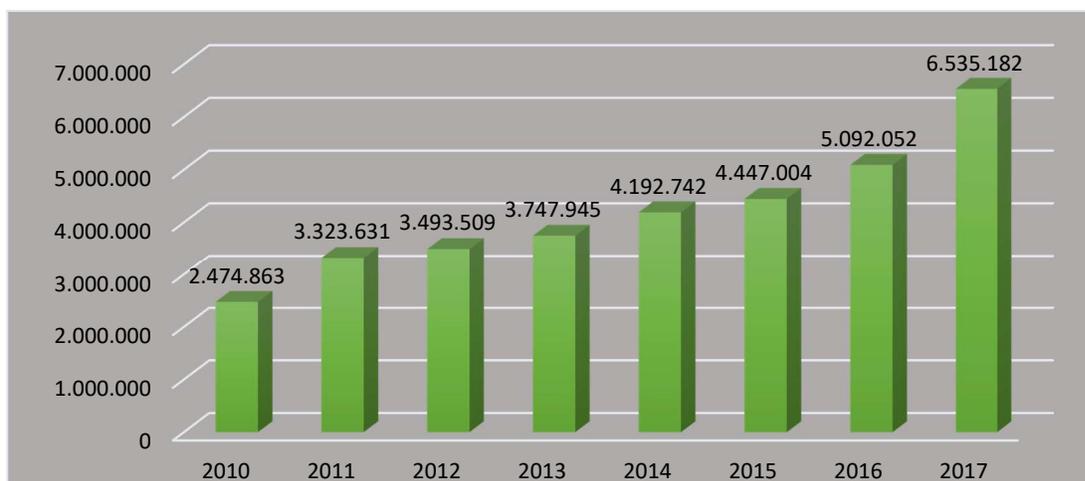
*Nota:* Autores.

## **7. Capítulo 1. Análisis del sector turístico colombiano**

En el presente capítulo se desarrollará el primer objetivo específico de la investigación el cual abarca un análisis del sector, el desarrollo tecnológico y los tipos de turismos en Colombia. Para realizar el análisis pertinente se obtendrá información de diferentes fuentes públicas y privadas, que permitirán revisar cada aspecto del turismo colombiano en el periodo de 2010 al primer semestre del 2018, esto con el fin de hacer más fácil el entendimiento de los cambios ocurridos en el sector y su relación con las tecnologías de información y comunicación. Es evidente, que “el rol del Estado es fundamental para promover el desarrollo del turismo al interior de sus fronteras” (Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social [ILPES], 2003, p. 8), es por esta razón que el turismo se ha convertido, durante los últimos años, en uno de los sectores más importantes para la economía y su rápido incremento está estrechamente relacionado con el avance de la tecnología y telecomunicaciones.

### **7.1. Viajeros extranjeros**

Durante los últimos ocho años, el turismo colombiano ha mejorado su imagen ante el mundo y ha tenido un crecimiento constante, viviendo una época dorada. Como se puede ver en la figura 1, existe un balance positivo en el sector turístico debido al incremento en la llegada de número de visitantes extranjeros, especialmente después del 2016. También, en este periodo de tiempo se ha aumentado en un 162% las visitas de extranjeros al país, siendo el sector no industrial que más aporta a la economía colombiana y la que más mejoras ha tenido con respecto a la oferta de productos, hotelería, restaurantes e infraestructura. Este incremento es gracias a los incentivos del gobierno nacional han contribuido al aumento de reconocimiento en medios y ferias extranjeras, como el premio de Destino emergente dado por la revista británica especializada en turismo Wanderlust, que según el periódico El Espectador, fue dado en 2010 y posteriormente en 2014.



**Figura 1.** Histórico de viajeros extranjeros 2010 - 2018. Autores con información de Mincit (2018).

Para este mismo año y según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (DANE, 2010), el acumulado anual de llegadas de viajeros extranjeros al país fue de 2.474.863, donde se tuvo una mayor contribución de países como Estados Unidos, Venezuela, Ecuador y España principalmente, los cuales llegaron a las ciudades de Bogotá D.C, Cartagena, Medellín y Cali.

Según datos del Mincit (2011), las visitas de turistas internacionales aumentaron a 3.323.631, lo que corresponde a una variación de 34,2% con respecto al año anterior, los principales países de origen de estos turistas fueron nuevamente Estados Unidos, Venezuela y Ecuador. Además, se encontró un aumento de visitas de países como Brasil (42,1%), Chile (25%) y México (15,6%), gracias al Mundial de Futbol Sub 20 que se realizó en ese año y que contribuyó a un incremento de visitas en las ciudades de Bogotá (53%), Cartagena (15%), Medellín (12%) y Cali (7%), entre otras; así como también al crecimiento de 6,4% del sector comercio, hoteles y restaurantes.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2012) informo que hubo un incremento del 5,11% en el ingreso de viajeros extranjeros entre enero y diciembre, es decir, que llegaron 3.493.509 turistas provenientes, en su mayoría, de Estados Unidos (48%) y Venezuela (7,3%). Los principales destinos fueron Bogotá con un 52,0% Cartagena en un 12,8% y Medellín con 10,0%. También, existió un crecimiento en el número de llegadas a Cartagena y Santa Martha debido al aumento de llegadas de cruceros, al igual que en Cúcuta y Pereira, lo que ayudo al incremento del 5,9% del sector.

Mincit (2013) en su informe anual de turismo, comunico que en ese año se registró el ingreso de 3.747.945 turistas extranjeros, lo que concierne a un crecimiento de 7,2% si se compara al 2012,

lo que llevo al país a posicionarse como el 4° país de América en recibir más visitantes. Asimismo, informo que los servicios de hotelería y restaurante tuvieron un crecimiento del 4,5% y alcanzaron los COP\$1.031 millones.

Una vez más, se encuentra que los principales países emisores fueron Estados Unidos, Venezuela y Argentina, como se evidencia en la tabla 3, y se destaca un crecimiento de Países Bajos (31,9%), Chile, Argentina, México y Perú; así como también de mercados emergentes como Portugal (51,5%), Taiwán (35,5%), Sudáfrica (31,9%), Paraguay (25,4%) y Turquía (24,3%); y una disminución en países como Canadá, España e Italia (2,9%).

Tabla 3.

*Países emisores 2013 y su variación.*

<b>No.</b>	<b>Nacionalidad</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>Variación (%)</b>
<b>1</b>	Estados Unidos	328.949	343.891	4,50%
<b>2</b>	Venezuela	230.212	239.284	3,90%
<b>3</b>	Argentina	103.370	120.757	16,80%
<b>4</b>	Ecuador	107.452	114.135	6,20%
<b>5</b>	Perú	82.797	96.502	16,60%
<b>6</b>	España	87.052	89.535	2,90%
<b>7</b>	México	80.865	94.271	16,60%
<b>8</b>	Brasil	83.112	89.757	8,00%
<b>9</b>	Chile	73.869	88.490	19,80%
<b>10</b>	Canadá	41.878	39.257	-6,3%

*Nota:* Datos tomados del Mincit (2013).

Este aumento de nuevos mercados en el sector es gracias a los diferentes premios que recibió Colombia desde el 2013 y que llevo a un mayor reconocimiento internacional. El portal de turismo TripAdvisor (2018), por medio de las opiniones y recomendaciones de sus usuarios, incluyo a ciudades como Cartagena, Bogotá, Cali y Santa Marta en los 25 destinos más populares de América del Sur al igual que San Andrés y Providencia fueron designadas como unas de los 10 más populares de Suramérica.

En 2014, el crecimiento de visitas extranjeras que tuvo Colombia fue superior al de la media de Suramérica, ya que solamente en los primeros 4 meses aumento 6,4%, es así, como fue el 5° país

de la región en recibir más turistas extranjeros. Según el informe de turismo del Mincit (2014) las entradas de viajeros internacionales se elevaron un 20,6% y llegaron a los 4.192.742.

Asimismo, se evidencia que el 91% de los visitantes provienen de países con lo que Colombia ha firmado un tratado de libre comercio (TLC), como Estados Unidos con el 19,1%, la Unión Europea con 7,1%, principalmente de España (95.325), Alemania (46.166) y Francia (42.155); la CAN con el 17,8%; igualmente, países tradicionales como México y Venezuela tuvieron un aumento en el nivel de entradas con el 16,9% y 13,9% respectivamente.

Para el 2015 Colombia continuo con un crecimiento por encima de la media Suramérica (5%), e incluso por encima de la media mundial (4,4%), cuando en octubre de este año registró un crecimiento del 9%. En el transcurso del año, se recibieron un total 4.447.004 de turistas extranjeros, equivalente a un incremento de 6,1%; este crecimiento se debe mayormente al mes de diciembre, ya que según datos de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO, 2015), llegaron más de 200 mil extranjeros, es decir, un incremento del 18% con respecto a diciembre del 2013. Asimismo, las ciudades que más recibieron turistas fueron Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali y Cúcuta.

En 2016 Colombia tuvo un gran incremento en el número de viajeros internacionales y de ocupación hotelera con el 14,5% y de 56,2% respectivamente. Entre enero y diciembre entraron 5.092.052 extranjeros provenientes, en su mayoría, de Estados Unidos, Panamá, México y España. Igualmente, las ciudades con mayor número de visitantes fueron Santa Marta, San Andrés y Cartagena las cuales tuvieron más del 95% de ocupación hotelera, el mayor porcentaje en los últimos 13 años; otras ciudades que empezaron a ver turistas de diferentes países de origen fueron: Yopal, Ibagué, Santa Marta, Cúcuta, Barrancabermeja y Valledupar.

Este aumento histórico, este aumento histórico en la visita de extranjeros a Colombia se debió a la firma del tratado de paz el 24 de noviembre de 2016 entre el gobierno y Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), también, al cambio en la visión de país violento e inseguro que tenía Colombia al punto de ser catalogada como referente en turismo de eventos y de naturaleza. La nueva paz le permite a Colombia generar seguridad y confianza en el turista, es por eso que, en los dos meses siguientes a la firma del tratado, Colombia estuvo en más 15 denominaciones de los mejores destinos para visitar.

En el mes de diciembre, se presentó un incremento del 20% en la recepción de pasajeros, acogiendo a 94.410 turistas. Igualmente, en los territorios del postconflicto aumentaron

significativamente las visitas extranjeras, un ejemplo de esto es: Arauca que recibió a 21.633 visitantes y tuvo un incremento del 3.542%, el Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta que acogió a 21.117, el Parque Nacional Natural Serranía de La Macarena con 14.325 y un crecimiento del 51,4% y Putumayo con 702 lo que significó un aumento del 29,5%.

El 2017 fue un año de grandes avances para el sector turístico en Colombia, pues se convierte en el segundo generador de divisas del país, superando a productos tradicionales como el café, las flores y el banano, según datos del Banco de la República. Para este año el Mincit anuncio que llegaron más de 6'535.182 de visitantes extranjeros, siendo la mayor cifra registrada, hasta el momento, en el país y que supero en un 28% al 2016.

Al terminar diciembre, los países con mayor contribución a las llegadas de extranjeros fueron Venezuela, Estados Unidos, y Brasil, con (23,7%), (16,4%) y (6,5%), respectivamente. Además, existió un incremento de la oferta de alojamiento, transporte y guías de turismo, entre otras, así como la mayor disponibilidad de personal calificado y el aumento de la ocupación hotelera en un 56,1%, generando oportunidades de fortalecimiento para el sector y 1'820.000 empleos directos. Según Mincit, la inversión de \$565.000 millones en 165 proyectos para la infraestructura hotelera, impulso la confianza de los extranjeros junto con la solidez económica, lo que ha reducido el índice de “riesgo país”.

A principios del 2018, el diario The New York Times aseguro que el país sería el segundo atractivo turístico más importante del mundo, por tal razón, Mincit plantea que para este año la meta sea de 5,4 millones de turistas y 6.000 millones de dólares en divisas. Para conseguirlo el gobierno ofrece incentivos para la construcción de hoteles en ciudades del post conflicto y con menos de 200.000 habitantes, este impuesto consiste en el pago de solo el 9% del impuesto de renta durante 20 años.

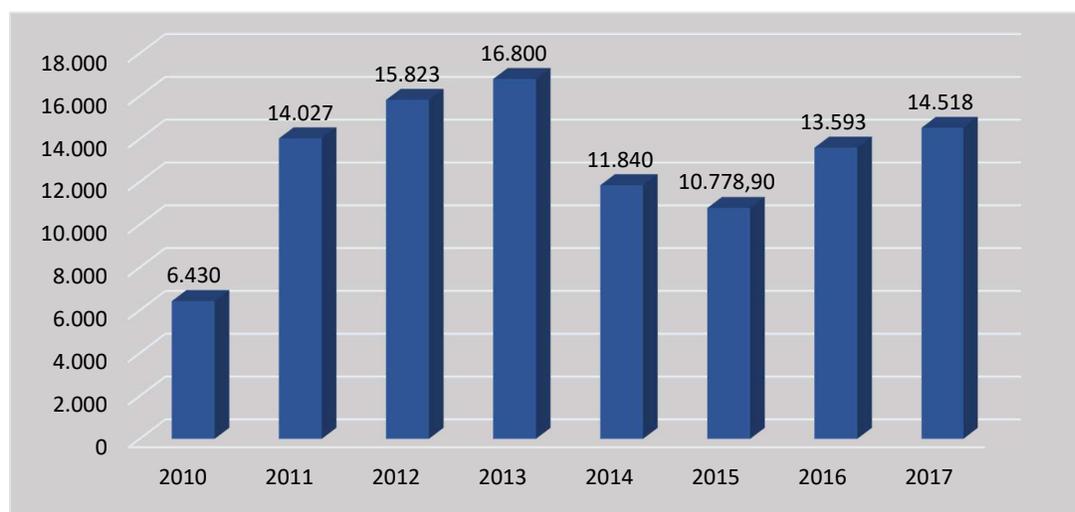
En la primera mitad de este año, el turismo creció 6% y el país recibió 4.623.459 de turistas extranjeros principalmente del continente americano con un 84,8%, seguido por Europa con 13,4% y Asia con 1,2%, es por esto, que Estados Unidos (15,8%), Argentina (5,8%) y Venezuela (33,8%) son los países con mayor participación en el número de llegadas. En el caso particular de Venezuela su incremento fue del 206,2% con respecto julio del 2017; eso es debido a la crisis económica que ha atormentado al país desde 2013 y que ha ocasionado la llegada de 935.593 venezolanos hasta agosto del 2018, estos datos los aporta Mincit en los informes del año 2017.

A pesar de los grandes avances y el crecimiento del sector, Colombia aun no alcanza las cifras de países como México, el cual recibió, en 2017, a 34,9 millones de turistas y Perú con 5,7 millones, según el periódico El Tiempo; esto se debe principalmente a que los turistas de origen estadounidenses, que son los que más visitan Colombia, aun prefieren estos destinos por su larga trayectoria en adecuación de productos y promoción. Pero esto no quiere decir que el turismo no sea uno de los sectores con mayor potencial en Colombia, hay que subrayar que el buen comportamiento del sector es y será clave para el desarrollo del país, pues está ayudando al crecimiento económico y a la fomentación de nuevos empleos.

## 7.2. Inversión Extranjera Directa

La inversión extranjera directa (IED), ha tenido varios picos y bajadas en los últimos 8 años, especialmente entre en 2013 y 2014 cuando tuvo una disminución de -29,5% y llego a los US\$11.840 millones, según cifras del Banco de la Republica, como se ve en la figura 2.

Según datos de Mincit, en el año 2011, y a pesar del pequeño aumento en el número de visitantes, la IED fue de US\$14.027 millones, la cual supero en un 54,3% a la cifra de diciembre del 2010. Igualmente, el sector de comercio, hoteles y restaurantes se caracterizó por registrar un importante crecimiento en su IED, debido a que pasó de US\$ 220 millones en 2010 a US\$2.311 en 2011. Durante el 2012 la inversión en el sector turístico fue de US\$ 1.420 millones, disminuyendo un 35,8% en comparación en el año anterior. A pesar de esto, contribuyó a que la IDE nacional fuera de US\$15.823 millones, aumentando en un 12,8% a la cifra del 2011.



**Figura 2.** Inversión Extranjera Directa (millones). Autores con información de Mincit (2018).

Para el 2013, la IED nacional fue de US\$16.800 millones significando un aumento 6,17%, de los cuales US\$1.117 millones, es decir, el 6,6% provino del sector de comercio, hoteles y restaurantes, esto contribuyo a la tecnificación, mejoramiento de infraestructura y mano de obra para el turismo.

Este crecimiento acelerado en la inversión extranjera directa se vio afectado por la caída de los precios del petróleo y otros minerales en el 2014, como menciona el periódico El Portafolio (2015), el cual se incrementó en 2015 con una nueva caída del 9% (US\$ -1.061,1 millones) y llego a los US\$ 10.778,9 millones, como se evidencia en la figura 2.

A pesar de esto, en el año 2016 y según el Informe de Inversión Extranjera de Mincit, la IED aumento un 15,8% y llego a los US\$13.593 millones, las divisas aumentaron a \$4.175 millones, lo que corresponde a un 10,6% con respecto al 2010 cuando estaban en US\$3.773 millones. Adicional a esto en el informe de turismo 2016, se evidencia un aumento en la formalidad de la industria turística con un 76,4% de inscritos en el Registro Nacional de Turismo entre 2010 (14.118) y 2016 (24.906), y se generaron 370.000 puestos de trabajo nuevos en el mismo periodo de tiempo, lo que equivale a un crecimiento del 17%. Este incremento se debe a el 84,8% de los capitales que entraron al país provenían de sectores distintos a minas y petróleo, según datos del Banco de la Republica, y US\$11.525 millones llegaron de sectores como el manufacturero y comercio y restaurantes, entre otros.

Para el 2017, la IED llego a US\$14.518 millones, superando en US\$925 al 2016 y llegando a una cifra record de crecimiento que durante los últimos años había sido en promedio de US\$4.30 millones; del mismo modo, el sector de Comercio y hoteles tuvo un incremento del 10% y el de comercio y restaurantes y 52,8%. En el Informe de Inversión Extranjera de Mincit (2017), es así, como Colombia se consolido entre los tres principales países receptores de Inversión Extranjera Directa en América Latina, justo después de Brasil y México, sin embargo, a pesar de su rápido crecimiento la IED, no ha podido alcanzar los valores registrados en el 2013 y que es la cifra más alta hasta la fecha.

Según datos del Banco de la Republica, en el primer semestre del 2018, la inversión extranjera directa disminuyo en un 3,9%, con respecto al mismo periodo del año anterior, y llego a los US\$4.104 millones, todo esto debido a una menor entrada de flujos a los sectores del comercio, la industria y la construcción, entre otros.

A pesar de esto, en el transcurso del segundo semestre la IED aumento en US\$1.527 millones, superando al 2017, así mismo, se invirtieron COP\$565.000 millones distribuidos en 166 proyectos de centros de convenciones, puertos, senderos turísticos, señalización, entre otros, y según informes de Mincit, se han recibido US\$297 millones de IED por parte de comercio, hoteles y restaurantes, lo que equivale a un crecimiento del 52,4% con respecto al mismo periodo del 2017.

### **7.3. Desarrollo tecnológico**

El crecimiento que ha tenido el sector turístico en los últimos años y la inversión que ha traído, le da paso a nuevas a TIC enfocadas en resaltar los atractivos naturales y los diferentes tipos de turismo que se pueden encontrar en Colombia, así como también, ayudar y dar guía a los visitantes potenciales y a aquellos que ya se encuentran en el país.

En 2016, el Mintic y el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias), crearon una convocatoria llamada “TIC y Turismo”, donde se busca que las TIC sirvan como un factor clave para potenciar el crecimiento del sector turístico, esta convocatoria tiene un presupuesto de COP\$4.300 millones con los que se financiaran 12 proyectos tecnológicos innovadores.

Actualmente el gobierno nacional cuenta con cuatro páginas web, la primera llamada procolombia.co y que está dirigida a los empresarios dentro y fuera del país; allí se muestran las oportunidades de inversión que hay en Colombia, así como también, las exportaciones que se realizan, las oportunidades de negocio con otros mercados y la actualidad comercial del país. ProColombia.co, a su vez, está conectada con la segunda página, Colombia.Travel, mediante tres links que llevan a cada pestaña de la misma.

Colombia.Travel está dirigida a los turistas interesados en visitar Colombia por cualquier razón, es por esto que se divide en tres pestañas enfocadas en diferentes motivos de viaje. En la primera pestaña llamada “Vacaciones”, hay una sección de información práctica donde se describe a Colombia, la tasa de cambio, las diferentes embajadas y líneas de atención, entre otros. Además, en otras secciones se muestran los distintos tipos de turismo que ofrece el país, al igual que las regiones y ciudades donde se puede realizar cada uno; si por el contrario el turista está interesado en ver planes de una región en específico, la página también tiene esta opción. Igualmente, en las siguientes secciones se muestran las ferias, fiestas y convenciones, así como la fecha y el lugar donde se llevarán a cabo y también, cuenta con un planificador de viaje que permite encontrar actividades, hoteles, restaurantes y eventos, según el lugar de destino y fecha seleccionados.

La segunda pestaña llamada “Reuniones” está enfocada a aquellos que visiten el país por motivos de negocios. Allí se puede encontrar, al igual que en la anterior pestaña, una sección de información práctica y una de organización de eventos con hoteles y centros de convenciones en diferentes ciudades; también se muestran los eventos que se realizarán próximamente, así como las razones para realizar congresos, convenciones, viajes de incentivos, practicar golf y los lugares para hacerlo. Estas dos pestañas tienen un planificador general que permite prever la manera de llegada desde dentro o fuera de Colombia, asimismo, cuentan con una sección de ayuda con preguntas frecuentes y un chat de contacto donde se pueden hacer consultas y contar las experiencias vividas en el país.

Finalmente, la tercera sección como su nombre lo indica es para empresarios, los cuales deben estar inscritos, así como tener usuario y contraseña. Al cumplir con estos requisitos tienen a su disposición capacitaciones, calendarios de eventos, información detallada y únicamente para ellos, así como también, noticias del sector, acceso a Promailing que, según ProColombia, permite contactar vía email a más de 37.000 potenciales clientes en 37 países de manera segmentada por países, edad, gustos y oportunidades.

Asimismo, en la página de ProColombia.co, se encuentra una cuarta pestaña llamada “Sabrosura” y que lleva a la tercera página, la cual tiene como URL Colombia.Travel/Sabrosura, sin embargo, no está conectada con la segunda página nombrada. Es una página más interactiva con el tema “Colombia es realismo mágico”, donde se puede encontrar un video musical el cual promociona al país y sus habitantes, también, un texto que cumple las mismas funciones. Allí también se puede encontrar una galería de imágenes descargables y una pestaña dedicada a los sitios turísticos más populares en el país; junto a una descripción de la belleza natural, actividades que se pueden realizar y una playlist de Spotify y Deezer para cada uno.

La última página oficial tiene por nombre Colombia CO y contiene noticias, publicidad, eventos y, al igual que las demás, una pestaña de contacto para resolver dudas.

Por otro lado, el gobierno nacional también cuenta con 3 aplicaciones diseñadas para sistema IOS y Android que, por el momento, no estas disponibles para descargar. La primera de ellas es Colombia Travel App y cuenta con un calendario de festividades, eventos y celebraciones realizados en el país, así como también, un mapa donde se encuentra cada destino, también, brinda información de los diferentes atractivos turísticos, hoteles y restaurantes en múltiples localidades del país.

La segunda aplicación tiene por nombre Buceo Colombia, y como su nombre lo indica es una guía sobre los lugares donde se puede realizar esta actividad, así como diferentes academias. Por último, se encuentra Meetings Colombia, enfocada en el turismo de reuniones y la realización de eventos de talla mundial; como Colombia Travel App cuenta con un mapa con centro de convenciones e información de cada uno, así como también, sobre cada proveedor de turismo de reuniones.

En lo que compete con las aplicaciones extra-oficiales, el gobierno nacional lanzó la iniciativa Apss.co, que tiene como fin, promover el emprendimiento digital y apoyar diferentes proyectos enfocados en atender necesidades del sector turístico y brindar facilidades a los viajeros. También, recomienda 6 aplicaciones y portales web para conocer nuevos destinos y experiencias como Turismo y Boats4u; para hacer turismo médico como Clinical Travel; y para planear viajes y comprar tiquetes como PlanesTuristicos.com, Pinbus y GDX Travel by Undertrail.

#### **7.4. Tipos de turismo en Colombia**

Desde el 2010, las entidades estatales empezaron a desarrollar convenios de competitividad como herramienta para acoplar esfuerzos, y así, mejorar la competitividad de los destinos turísticos de Colombia. Es así como ProColombia dejó de promocionar 13 destinos a promocionar 17, algunos de estos para los turismos de sol y playa, cultura, naturaleza, cruceros y negocios, así como también, actividades como buceo, golf, observación de aves, turismo religioso y de bienestar, entre otros.

Colombia cuenta con una gran y diferente oferta turística para todos los gustos, así como también, siempre se ha caracterizado por amabilidad de su gente, el buen servicio y atención que ofrecen, haciendo de estos, uno de los mayores atractivos que posee. Después del tratado de paz en 2016, sumada a la creciente construcción hotelera, el mejoramiento del orden público y al aumento de TIC que muestran una mejor cara de cada región, el sector turístico ha incrementado su fortaleza y sus oportunidades, es por esto que una de las grandes apuestas del sector está en la promoción de sitios que fueron afectados por el conflicto, como Caquetá, Putumayo, Casanare, Vichada, Guaviare y Guainía, con la oferta en turismo de naturaleza y aventura; Córdoba y Bolívar con grandes experiencias culturales y Meta con viajes de incentivos, los cuales consisten en premiar a los trabajadores de una empresa o en su defecto a los clientes. Según informes de Mincit, los principales turismos que se encuentran en Colombia son:

- **Negocios:** También conocido como turismo económico o profesional, sucede cuando el turista visita las principales ciudades con el fin de participar en ferias, congresos o cierres de transacciones. Estos viajeros suelen reservar y/o comprar sus tiquetes a través Smartphone, además, los dispositivos y las aplicaciones móviles (apps) les ayuda a mantenerse conectados y ser más productivos, por tal razón, existen portales web e incluso aplicaciones únicamente para ellos.

El país siempre ha sido un destino turístico de vacaciones y ocio por excelencia, sin embargo, en los últimos dos años las entradas de extranjeros por motivos de negocios ha aumentado en un 18,68% y Colombia se ha convertido en uno de los destinos más importantes del continente, según Mincit. Ciudades como Bogotá, Cali y Medellín cuentan con numerosos centros de eventos y convenciones, por lo tanto, son las más visitadas; sin embargo, actualmente se busca que escenarios como la Mina de Sal de Zipaquirá, el Castillo de Salgar en Barranquilla o Hacienda Quinta de San Pedro Alejandrino en Santa Marta, entre otros, sean cada vez más conocidos y visitados.

- **Vacacional:** El turismo de vacaciones, recreo y ocio representa el 82% de entradas de viajeros extranjeros al país, según cifras de Mincit, y encierra todas las actividades relacionadas a la cultura, ocio, descanso, entre otras; esto quiere decir, que es un turismo tan extenso que se puede dividir en varios tipos como se verá más adelante.

La mayoría de estos viajeros reservan su viaje 3 meses antes de la fecha de salida y vienen acompañados de su familia por lo que buscan siempre la mejor opción en términos de precio y calidad, además de un buen lugar donde puedan descansar y que les ofrezcan sorpresas sin planes ni horarios, para disfrutar de lo que la ciudad tiene preparado para ellos.

- **Eco-aventura:** También conocido como Ecoturismo o de naturaleza y relacionado con el turismo vacacional, este se relaciona con el deporte de riesgo, sin embargo, la mayor motivación para los visitantes no es el riesgo en sí, sino en recorrer distintas zonas naturales para apreciar los atractivos, la flora y la fauna, vivir la cultura y aprender. Aquí, los visitantes están interesados en factores como la sostenibilidad ecológica, responsabilidad social y conciencia cultura, pero principalmente, en que el viaje cause el menor impacto negativo posible y que la experiencia sea enriquecedora.

Según estudios de Mincit, estos turistas ven videos e información online cuando están buscando un próximo destino e identifican las atracciones específicas del país, por tal razón, mediante las TIC se busca promocionar lugares como los parques Corales del Rosario, Tayrona y Nevados, entre otros, donde se pueden realizar actividades de avistamiento de aves y deportes de aventura.

- **Cultural:** Este turismo se realiza para estar en contacto con las culturas y poder conocer más de su identidad e historia. Durante las vacaciones, los turistas están deseosos de ver con sus propios ojos la historia y establecimientos que permanecen fuera de los itinerarios más trillados, por tal razón, se busca incrementar la apuesta por lo local y así, hacer que el turista extranjero se sienta parte del destino y se vea inmerso en las experiencias.

La riqueza étnica que tiene el país es su mayor ventaja sobre otras naciones; indígenas, mestizos, afrodescendientes, palenqueros, campesinos e inmigrantes europeos y árabes, entre otros, hacen que Colombia sea tenga distintas e infinitas manifestaciones culturales, es por esto que, desde el 2007 el gobierno fortalezca la promoción de ciudades de interés histórico-culturales, centros históricos, zonas arqueológicas, santuarios religiosos, sitios declarados Patrimonio de la Humanidad por la ONU y destinos que organicen ferias y fiestas folclóricas, mediante planes de desarrollo, fortalecimiento cultura y gastronómico; y con el uso de las TIC.

- **Cruceros:** Este turismo abarca todo lo relacionado con la navegación de costas y ríos. Gracias a los dos océanos con los que Colombia tiene costa y la gran cantidad de rutas marítimas, este turismo representa, según MinCI, el mayor porcentaje de crecimiento de pasajeros, llegando a 11.759 en mayo de 2018 y haciendo a Cartagena el puerto de mayor flujo.

El país atrae a vacacionistas de cruceros por ciudades como Cartagena en donde a menos de 6 kilómetros de la costa se pueden encontrar los lugares comerciales, Santa Marta con atractivos turísticos históricos como la Quinta de San Pedro Alejandrino donde murió Simón Bolívar en 1830 y el archipiélago de San Andrés y Providencia que cuenta con la reserva marina Seaflower que hace parte de la Red Mundial de Reservas de la Biósfera.

## **8. Capítulo 2. Estrategias y retos para el turismo internacional**

El segundo capítulo de la investigación aborda las estrategias y los retos que se tienen para atraer y fortalecer el turismo internacional colombiano, y a su vez permite analizar cómo se relaciona la teoría de la ventaja competitiva de Porter a través de su aporte, el Diamante de Porter, con el tema investigado.

En el presente capítulo se dará respuesta al segundo objetivo específico, el cual es conocer los retos y estrategias que se tienen para el turismo internacional colombiano, evidenciando los puntos que han fortalecido a través del tiempo y así mismo los retos que tienen para proyectos futuros para seguir potencializando el turismo internacional en Colombia.

De la misma manera el presente capítulo realiza un análisis y relación entre la teoría utilizada de Porter, donde el cuadrante de sectores afines y auxiliares, es el que más se acopla al proyecto de investigación al ser tanto el gobierno como las TIC en general la relación directa en la potencialización del turismo internacional, los cuales no van directamente relacionados pero sus brechas son más cortas y hacen más competitivo el sector, tanto a nivel interno (entre las empresas nacionales) como el sector a nivel internacional.

### **8.1. Estrategias**

Hoy en día la brecha entre el turismo y las TIC son cada vez más cortas, desde el 2010 se viene trabajando arduamente con planes de acción para incentivar el turismo tanto nacional como internacional, invirtiendo grandes cantidades de dinero en distintos proyectos. Dentro de los proyectos y retos que se tenían por parte del Mintic era la implementación de internet en toda la zona geográfica del país, donde a hoy en día se tiene una cobertura más extensa que hace mucho tiempo lo cual ha incentivado el uso del mismo para la creación y generar más oportunidades de negocio para personas emprendedoras que buscan la creación de una empresa, unos ejemplos que soportan dicha afirmación acerca de la estrategia los presenta el mismo ministerio por un canal llamado Vive Digital TV, el cual trata de hacerle seguimiento a casos de empresas que gracias al internet han tenido mejores oportunidades de negocio y que están ubicados en lugares que son altamente turísticos, uno de ellos es ubicado en el eje cafetero el cual es un negocio apoyado por esta estrategia del gobierno, y el empresario cuenta con el internet y las TIC, que han hecho de la empresa mucho más llamativa para los turistas; otro caso que cuenta el Mintic es el de un grupo de extranjeros provenientes de España los cuales conocieron el camino de esmeraldas que inicia desde el parque Tayrona, los cuales pudieron compartir en tiempo real sus experiencias gracias al Kiosco

Vive Digital Móvil lo cual es muy importante pues la mayoría de extranjeros no gozan de telefonía móvil nacional por lo cual el único método de comunicación frente al mundo es el Wi-Fi. Pensando en esta estrategia, el proyecto es financiado por el Banco BBVA el cual realiza este tipo de actividades en Colombia con cierta frecuencia.

La estrategia mencionada anteriormente, evidencia que la teoría de Porter en cuanto a ventaja competitiva, representada en el Diamante de Porter, con uno de los factores indirectos como lo es Gobierno, el cual se ve reflejado en la gestión realizada por el Mintic que gracias a estrategias, como la anteriormente vista, genera como resultados ayudas para las empresas que a su vez generan mayores ingresos y tienen mayor capacidad para prestar servicios. De manera más directa el cuadrante denominado Las Industrias Relacionadas y de Apoyo se ven afectados ya que las industrias de apoyo son representados por el Mintic que hacen más competitivo el sector y exigiendo las empresas ser más eficientes y prestar un mejor servicio, es decir, prestan un servicio complementario como lo es para el ejemplo Internet en coberturas grandes para que así, las empresas puedan utilizar del mismo para generar mayores oportunidades de negocio.

Otra de las ayudas que hacen que el sector turístico y el sector empresarial en general sea más competitivo es una estrategia realizada por el Mintic el cual busca brindar herramientas tecnológicas a empresas para optimizar sus procesos operativos y así incrementar sus ventas; estas herramientas son gratuitas y específicamente presta 9 herramientas las cuales pueden ser web o móviles, cabe de igual manera resaltar que las herramientas a las que se hace referencia son ayudas a la operación del turismo ya que son procesos internos de la empresa que hacen su trabajo sea más eficiente, hoy en día se maneja el turismo en dos maneras que es tanto de promoción como por ejemplo herramientas para encontrar sitios de interés, compra de bienes o servicio de las empresas prestadoras del servicio y encontramos el turismo como operación lo cual a como se trataba anteriormente hace referencia a procesos que hacen se preste un servicio y son directamente de la empresa y en el que el cliente no juega un papel, sin embargo, entre más competitivo sea la operación mayor será la demanda. Dentro de los procesos que se buscan mejorar se encuentran:

- Automatización de procesos de logística operacional.
- Optimización de procesos de análisis de datos.
- Visualización de negocios georreferenciados.
- Factura electrónica y recaudo electrónico.
- Nomina en la nube.

- Marketplace.
- Calculo automático de nómina.
- Control y gestión eficiente de labores comerciales y financieras.
- Planeación, gestión y control de procesos comerciales.

Para poder acceder a estas ayudas, la empresa debe diligenciar un formato y así se realiza un estudio minucioso con el cual se identificará cual es la herramienta que más pueda ajustarse a la actividad de la empresa generando eficiencia en sus procesos.

Dentro de los retos que existen en la misma estrategia es generar mayores herramientas, al menos 30, que presten el mismo servicio al que hoy en día se está prestando; como una de las maneras de incentivar la creación de las herramientas tecnológicas, el Mintic premiara con \$70.000.000 de pesos a quienes desarrollen dichas herramientas, que sean útiles y vayan acorde al objetivo. (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2015, s.p)

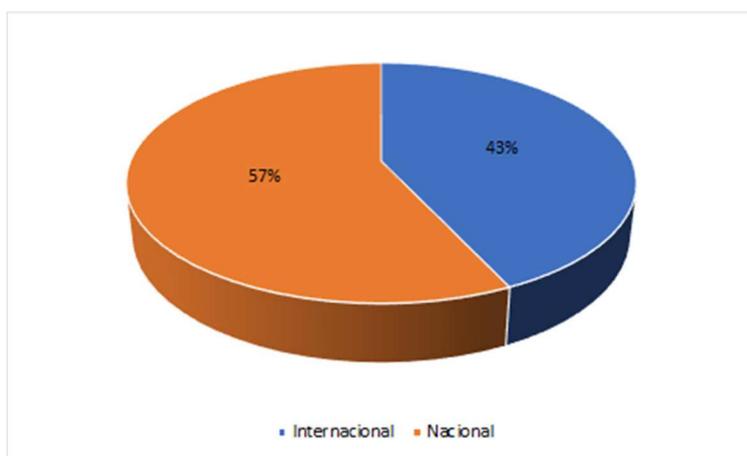
El turismo internacional tiene varios frentes de donde se potencializan estrategias para mantener a Colombia como un destino internacional para las diferentes actividades sean de ocio, negocios, ecoturismo, Etc. Este es un sector muy amplio en el mundo y ha ido creciendo de acuerdo al mismo concepto, compuesto por diferentes industrias las cuales sobresalen por su tamaño y su capital humano calificado.

Las estrategias del turismo en Colombia se centran en diferentes ejes; uno de ellos es la sostenibilidad, el cual según la Organización Mundial del Turismo, es la directrices para el desarrollo del turismo y las practicas aplicables a todas las formas de turismo incluye, tanto el ámbito ambiental, como el económico, social y cultural teniendo un equilibrio en todas las partes y haciéndolo así por proyectos a largo plazo. Otro de los ejes que son importantes para el turismo internacional es la innovación, el cual por medio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones intentan superar barreras de manera diferente, como es la creación de diferentes ayudas tecnológicas.

El Plan Sectorial del Turismo recoge dentro de sus estrategias la educación para cimentar una cultura turística y como una herramienta turística y eficiente para crear ventajas competitivas, lo cual, dentro de la teoría de Porter, se puede evidenciar que por medio de ayuda por parte del gobierno se logran ventajas competitivas para ser más eficiente en el sector donde se pueden especializar, por lo que este tipo de estrategias de cumplirse de manera eficiente harán el sector turístico todavía más competitivo a lo que hoy en día es. Una de las estrategias más relevantes en

cuanto a la educación y el turismo es el establecer alianzas en cuanto a la inversión de capacitación y formación de trabajadores del sector, centralizados en estrategias como lo es el manejo de una segunda lengua, la utilización de las TIC y mano de obra más calificada lo que hará de Colombia un sitio prometedor para la inversión extranjera de empresas que se dediquen a la actividad turística generando mayores ingresos y empleos involucrados al sector.

Según la Asociación Colombiana de Agencia de Viajes y Turismo de acuerdo a la figura 2, el ámbito internacional maneja sus ventas de manera equilibrada en cuanto al segmento nacional y el segmento internacional.



**Figura 3.** Porcentaje de ventas a nivel nacional e internacional. Tomada de ANATO. (2018)

Según lo informado por las Agencias de Viajes, para el segmento nacional disminuyeron las ventas en relación al año anterior, esto se da gracias a la huelga de los pilotos de Avianca los cuales limitaron la disponibilidad de viajes, así como el incremento de las mismas por lo que muchas personas prefirieron postergar sus viajes; se trae a alusión la situación ya que se evidencia los entes de control para este tipo de situaciones aún es muy débiles, por lo que problemas externos afectan en gran manera el tráfico normal y el natural funcionamiento del sector por problemas externos, debido a que no existe un plan de acción inmediato para mitigar la situación si algún día se vuelve a repetir.

Para Colombia la principal razón del turismo sigue siendo recreacional, pero para el FONTUR una tercera parte del turismo tiene que ver con negocios. Para el turismo que tiene que ver con Sol & Playa, Colombia no es un destino competitivo de alta escala, sin embargo, tiene oportunidades grandes de mejora: Dentro de las fortalezas que se evidencian esta que Colombia cuenta con más de 5 destinos de playa de alta calidad en el territorio colombiano (Guajira, San Andrés, Barú,

Tayrona) adicional a que se ha tenido un crecimiento como lugar para la llegada de cruceros, sin embargo, estas fortalezas se ven afectadas por el difícil acceso aéreo internacional que llegan a estos lugares, así como el turismo informal el cual es un monopolio que tienen los diferentes ciudadanos de cada lugar; como oportunidad de mejora por parte del gobierno hacia esta situación y como lo ha mencionado el Ministerio de Industria Comercio y Turismo, han ido realizando optimizaciones en cuanto a mejoras en estos atractivos turísticos como lo son atracción de inversión extranjera y nacional así como la certificación internacional de playas internacionalmente.

Actualmente en el sector del turismo mundial se manejan unas tendencias que pueden ser relevantes para Colombia; dentro de las que destaca FONTUR, en cuanto a la demanda, es la generación de consciencia ambiental que crea preferencia por lugares que contribuyan a la protección del medio ambiente, con la cual Colombia puede beneficiarse al tener grandes reservas naturales actualmente. A estas tendencias se le denomina Ecoturismo el cual el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y se ha generado un Plan Maestro, el cual es un acuerdo con las etnias en donde se plasma el uso de la tierra para poder utilizarlas en el ecoturismo, como por ejemplo la península de la Guajira, donde se establecen derechos y deberes con los grupos étnicos involucrados hoy en día. Una de las razones por las cuales se crea este tipo de estrategias es para la protección de áreas extensas a cambio de aprovechamiento económico controlado y reducido de estas áreas. Adicional a lo anteriormente expuesto, FONTUR maneja programas especiales para incentivar el turismo en el territorio nacional los cuales se podrán evidenciar en la tabla 4:

Tabla 4.

*Programas especiales de FONTUR.*

<b>Red turística de pueblos patrimonio</b>	Es una iniciativa del Mincit, con el apoyo de Ministerio de Cultura y ejecutada por el Fondo Nacional de Turismo, que busca potenciar el patrimonio cultural colombiano, material e inmaterial (usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas transmitidas de generación en generación), para su valoración y proyección mediante el turismo y generar más oportunidades de desarrollo y sostenibilidad en sus comunidades.
<b>Tarjeta Joven Colombia</b>	El programa Tarjeta Joven Colombia es una iniciativa del Mincit lanzada en febrero de 2011. Tiene como objetivo incentivar el turismo en los jóvenes de 14 a 28 años que viven en Colombia. Es un programa totalmente gratuito que busca beneficiar al sector turístico y a la población juvenil, ofreciendo múltiples descuentos y beneficios en establecimientos comerciales, los cuales son promocionados a través de la página web.
<b>Puntos de Información turística</b>	<p>La Red Nacional inició en el año 2006 con el objetivo de poner en funcionamiento un sistema de información turística integral a nivel nacional, con el apoyo de las entidades públicas y privadas, nacionales y regionales, bajo la administración de Proexport.</p> <p>A partir del 2010, la Red pasó a ser administrada por el hoy FONTUR, siguiendo los lineamientos establecidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.</p>
<b>Turismo Comunitario</b>	Tiene como compromiso el fortalecer la competitividad y el emprendimiento de la población rural, campesina, indígena, mestiza o afrodescendiente, con el objeto de contribuir a mejorar la calidad de vida, el entendimiento entre las comunidades y proveer de una alternativa productiva que permite la protección del medio ambiente y el empoderamiento del patrimonio cultural.

*Nota:* Tabla basada en el informe de FONTUR 2015.

## 8.2. Retos

En cuanto a los retos que hoy en día enfrenta el turismo internacional en Colombia es el mantener los índices de crecimiento altos, lo cual es difícil y hoy en día porque no se cuenta con bases bien estructuradas para poder hacer frente a la demanda. De acuerdo al FONTUR no se cuenta con un Consejo Nacional de Turismo, el cual tendría como objetivo principal el coordinar las tareas de un sector tan amplio como es el turístico; dicho sector debe estar conformado por líderes de las entidades gubernamentales, debe tener como función las aspiraciones y visiones a largo plazo, así como hacerles seguimiento a metas del sector, así como definir las problemáticas del sector. Adicional existe un deficiente monitoreo de cifras del sector, esto quiere decir que en Colombia no existen cifras que se utilizan internacionalmente como, por ejemplo, el gasto promedio por persona por destino, lo que genera que no se tenga información suficiente para tomar decisiones certeras, así mismo genera un resultado negativo como medir el impacto de los proyectos y estrategias que se tengan para el sector.

Para el sector turístico de Playa & Sol, no se exigen certificaciones para los establecimientos turísticos, por esto hoy en día las empresas nacionales no disponen de los recursos necesarios para poder lograr cierto status en el sector, por lo que las empresas hoteleras que vienen del exterior vienen a competir con hoteles que ofrecen lo mismo con diferente calidad, lo que conlleva a que pocas empresas hoteleras se sostengan en el mercado actual.

Hoy en día, Colombia tiene 94 hoteles certificados, que si se compara con Chile, es un índice realmente bajo ya que dicho país cuenta con 278 hoteles certificados; dentro de las estrategias por parte del gobierno chileno esta la financiación del 90% de la auditoria, apoyo económico para la implementación de los gastos necesarios para suplir las exigencias dispuestas contando con un acceso preferencial a créditos y subsidios.

Para el ítem presupuestal se cuentan con deficiencia y desalineación de la estrategia, es decir, las canalizaciones de los recursos no son en temas específicos sino en eventos y campañas masivas por lo que tiene consecuencia que el retorno no es el mejor para la inversión que hoy en día se realiza.

Gracias a la diversidad cultural con la que cuenta el país, uno de los retos es la dificultad en la capacidad de influenciar a las entidades territoriales a que vayan encaminados a las estrategias nacionales, lo que genera que los proyectos no se les pueda dar la prioridad necesaria y puedan generar alto impacto. Un ejemplo que se tiene es la Sierra Nevada, pues lo nativos de ahí aun no

dejan construir senderos que incentiva el turismo y que la experiencia sea mejor para quienes visiten el lugar; la comunicación con estos grupos son cada vez más ineficientes y variables.

### **8.3 Competitividad del turismo internacional aplicado al Diamante de Porter**

De acuerdo a las ventajas competitivas que puede generar que un país se internacionalizarse, como lo dice Porter en su diamante, el turismo internacional y su crecimiento con ayuda de las TICS se logra evidenciar el cuadrante de los sectores afines y auxiliares, y la razón es que el uso de las TIC, la creación de nuevas plataformas, la ayuda por parte de entes gubernamentales inclusive en beneficios económicos genera el país sea competitivo, las brechas entre las TIC y el turismo internacional son cada vez más cortas; genera diferentes ayudas como lo son los diferentes programas para incentivar el turismo, adicional a las estrategias anteriormente mencionadas, esta la creación de plataformas para hacer de la experiencia de los turistas que se encuentren en el territorio nacional sea cada vez mejor; otro factor importante de la competitividad generada es la creación de una cobertura más amplia de comunicación, que no solo ayuda al sector sino a la calidad de vida de cualquier persona.

Otro factor que influye aunque de manera indirecta como se mencionaba en la teoría, es la contribución indirecta de la competitividad del sector, como por ejemplo, la creación de herramientas tecnológicas ayuden a la administración eficiente de las empresas y el incentivo adicional que da el Mintic, ayuda a las personas que creen ideas innovadoras que hagan más eficientes los procesos de las empresas en general en el territorio nacional, lo cual no es indirectamente para el sector turístico pero beneficia ya que los procesos se pueden aplicar a empresas de cualquier sector, lo que da como resultado las empresas sean cada vez más competitivas tanto para el mercado nacional como el mercado internacional.

Para generar buenas bases, desde un principio se hizo necesario generar un diagnostico general del turismo el cual en apoyo del Mincit se realizaron diferentes estrategias en 35 zonas del país con diferentes actores públicos, privados, locales, nacionales, regionales; el objetivo era el de integrar esfuerzos para dar solución a las problemáticas que obstaculizaban, donde se generaron fuertes inyecciones de dinero por los diferentes actores generando cimientos fuertes para lo que hoy se conoce como el Turismo Internacional, una vez más se evidencia como los sectores afines y auxiliares representados en el Mincit han sido protagonistas de la eficiencia del sector a medida han pasado los años.

### **9. Capítulo 3. Repercusiones de las tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización del sector turístico**

El presente capítulo pretende dar a conocer las repercusiones de las TIC en el proceso de internacionalización del sector turístico, para ello se analiza aspectos económicos, sociales, educativos. Adicionalmente se toma como referencia a la industria turística debido a que se enfrenta actualmente a un nuevo entorno derivado de las transformaciones a las que se ha visto sometida por las nuevas tendencias del sector ante las demandas de un mercado que requiere concepciones más personalizadas y flexibles del producto o servicio turístico.

Las TIC se han convertido en un medio para agilizar y mejorar el intercambio de información y operaciones, lo cual refleja un aumento de la eficiencia que las hace unas herramientas indispensables para la gestión de procesos (Correa, Gómez, & Cano, 2010) y que han dejado de ser una curiosidad tecnológica exclusiva de algunos pocos para convertirse en una herramienta esencial para el desarrollo de los países.

En el aspecto económico se ha logrado optimizar la competitividad debido al uso intensivo de las tecnologías en todos los procesos productivos, generando que los costos, la producción, la distribución y consumo sean eficaces. El desarrollo de la industria TIC es importante para aumentar la competitividad de un país. En un mundo globalizado, en el que los bienes y servicios se producen donde sea menos costoso hacerlo, la competitividad del país con relación a otros sobresale.

Las TIC son un elemento clave para desarrollo del comercio internacional debido a la expansión de mercados, según el economista Martínez –Zarsoso (2005): “La productividad nacional aumenta con el comercio porque aumenta la disponibilidad de nuevos productos y la disponibilidad de información y de conocimiento extranjero, por tanto el comercio internacional es un importante difusor de las nuevas tecnologías”. (Redalyc, 2007, párr. 10)

Los cambios que se producen en la sociedad provocan que tengamos que actualizarnos constantemente, hablando de las nuevas tecnologías, si se quiere competir en un mercado laboral como el que se tiene actualmente. Por lo tanto hay una nueva cultura que supone nuevas formas de ver y entender los cambios que permiten mejorar la comunicación, la educación y la tecnología, convirtiéndose en una herramienta fundamental de uso diario, la cual se adapta a todos los ámbitos de la vida diaria, ejerciendo una influencia positiva para la sociedad.

El impacto derivado del crecimiento e intensificación del uso de las TIC ha sido especialmente relevante para el turismo debido a que existen pocas actividades como ésta donde la generación,

recopilación, procesamiento, aplicación y comunicación de la información sean tan importantes en las operaciones diarias (Buhalis, 2003).

La tecnología es un factor importante en el turismo, dado que ha modificado la manera en que tanto viajeros como anfitriones perciben y viven los viajes, dentro de los aspectos más importantes de esta transformación se encuentran los teléfonos inteligentes, mediante los cuales los usuarios realizan todo el proceso de compra, y lo mantienen como mapa, localizador y hasta como su propia agencia de viajes, prefiriendo siempre la posibilidad de realizar todo tipo de trámites, desde reservas aéreas, hasta el check out de un hotel desde su dispositivo móvil.

Además el Big Data (Gran Volumen de Datos) ha ingresado al mundo del turismo de una manera eficaz y precisa para las empresas prestadoras de este servicio, dado que se permite estudiar el gasto, el motivo del viaje y hasta la nacionalidad de los turistas en las bases propias de datos y lograr cruzarlo con los datos públicos del país de origen y así generar un perfil más adecuado a las necesidades del usuario, conociendo sus hábitos de consumo, permitiendo la fidelización del cliente y la máxima satisfacción.(PowerData,sf.)

Uno de los aspectos más importantes dentro de los avances tecnológicos en el turismo han sido las redes sociales, ya que son de suma relevancia por la popularidad que poseen las mismas, dichas plataformas pueden ser utilizadas por las compañías turísticas como medios de publicidad, acercamiento y comunicación directa con los usuarios, es por tal motivo que es indispensable para los prestadores de estos servicios involucrarse y mantenerse activos con las redes sociales.

Por otro lado, la tendencia y modernización de la realidad aumentada permite a los prestadores de servicios turísticos brindar mayor información acerca de los productos y paquetes promocionales, al otorgar a los usuarios conocer tanto lugares icónicos como las habitaciones de los hoteles, esto le da la oportunidad al cliente de tener mayor certeza y confianza sobre los servicios que va a adquirir.

Entre muchas alternativas tecnológicas que se han mencionado, la economía colaborativa ha sido uno de los factores más importantes dentro del sector del turismo, dado que es la estrategia más adecuada para internacionalizarse y mantenerse competitivos en el mundo global, debido a que todos los actores involucrados tienen la posibilidad de trabajar en conjunto con marcas establecidas internacionalmente como Uber, Trivago o Booking y que permiten complementar y brindar seguridad a los viajeros tanto nacionales como internacionales. (Kalanick, T, 2016)

### **9.1. Las Tics en el sector turístico colombiano y su proceso de internacionalización**

La internacionalización del sector turístico, se puede generar a través de la captación de viajeros internacionales como también por medio de la internacionalización de las empresas prestadoras de servicios turísticos, ya que para estos dos actores ambas estrategias son indispensable para el uso adecuado de la tecnología. En el primer caso los usuarios aún necesitan el contacto humano para tener mayor confianza durante el viaje, es por tal motivo que se debe ser cauteloso con el excesivo uso de la tecnología para lograr satisfacer las necesidades presentes; en el segundo caso las compañías al realizar una integración vertical en apoyo a las nuevas tendencias tecnológicas logran captar aquellos turistas internacionales que visitan el país tanto para negocios como para diversión.

El Mintic lanzo el proyecto “Tic y Turismo” el cual busca generar un valor agregado en las cadenas de producción vinculadas al ámbito turístico a nivel nacional: hoteles, restaurantes, bares, compañías de transporte terrestre y aéreo, agencias de viaje, organizaciones que promueven el turismo y establecimientos comerciales relacionados con esta cadena de valor.

De la misma manera Colciencias con apoyo del MinTic, desde el año 2014, realiza convocatorias al sector público en el cual se deben desarrollar aplicaciones innovadoras con las que se puedan cubrir las necesidades del sector, siempre contando con el apoyo de Anato, Cotelco y el Instituto Distrital de Turismo para lograr su fortalecimiento en competitividad y calidad logrando cumplir la meta establecida por el Ministerio de Turismo, Industria y Comercio al año 2018 de generar US \$ 6000 millones en divisas y 300 mil nuevos empleos derivados de este sector.

Con este tipo de iniciativas de financiación de proyectos TIC, se está impulsando el crecimiento de un sector importante para la economía nacional como lo es el turístico, dice el Ex Ministro Luna (2016):

Esta iniciativa tiene un impacto en la generación de empleo, el fortalecimiento de la industria y una mayor oferta de destinos y servicios para los viajeros. Buscamos poner la tecnología en beneficio de los colombianos, es bienestar para la gente a través de las TIC. (MinTic, 2016, párr. 4)

Es indispensable mencionar casos exitosos en la implementación de la tecnología en el turismo que se presentaron en el año 2015 en el eje cafetero, Quindío y el parque Tayrona incluido el camino de las esmeraldas, en donde se aprovecharon los puntos de vive digital; el primer caso mediante la instauración del internet una empresa de recorridos turísticos logró la creación y promoción de tours ecológicos y amigables basados en la diversidad avícola de la región, y que

permitió la captación de nuevos clientes; el segundo caso ubicado en Quindío, en donde la empresa Café Jesús de Martín por medio del establecimiento del Wifi gratis expandió sus servicios de experiencias y viajes a través de una buena taza de café desde sus inicios, a turistas extranjeros y nacionales.

Se evidencia que Colombia aún se encuentra rezagada en cuanto a la implementación de las herramientas tecnológicas al sector turístico, sin embargo los involucrados en el sector conocen la importancia del tema y han iniciado con avances indispensables para el desarrollo del mismo. Igualmente se conoce que dicha innovación y transformación no depende únicamente del Gobierno colombiano, sino de los empresarios que deben reaccionar positivamente al cambio y adaptarse al mismo, trabajando en conjunto con todos los actores incluido el Estado para mantener el crecimiento del sector y lograr su internacionalización.

Por lo anterior el El MinTic tiene como iniciativa la implementación de dos software ágiles que permita realizar los trámites de reservas online, compras desde cualquier lugar, buscando una realidad virtual donde los usuarios podrán tener idea de los lugares que quieren conocer con mayor facilidad, identificar al cliente, sus necesidades y expectativas por medio de la herramienta Big Data al mismo tiempo buscan el fortalecimiento de las aplicaciones móviles turísticas existentes y creación de nuevas para lograr la transformación digital.

La otra iniciativa que tiene el Mintic es la implementación en todas las empresas del sector turístico un software “ASANA-“en el que participen todos los empleados de las empresas en el que se debe ingresar los datos y funciones a realizar por parte de cada trabajador, esto se convertiría en un sistema de seguimiento en el que se puede tener una comunicación de manera rápida, guiar los procesos, actividades permitiendo desempeñar el cargo de la mejor manera. El objetivo de esta plataforma es mejorar las funciones de cada una de las empresas convirtiéndolas en más ágiles en el momento de ofrecer el servicio.

Otras Tics que apoyan la parte operacional de las empresas del sector turístico y hotelero es la plataforma Zeus la cual les permite “controlar todas las áreas operativas y administrativas de un hotel: reservas, recepción, ama de llaves, auditoría, mantenimiento, seguridad, alimentos y bebidas, nómina, contabilidad, inventarios, activos fijos, comparativos por periodos.” (Noguera, 2017, sp) siendo una herramienta ideal para las Pymes.

Igualmente se está desarrollando por parte del Mintic el programa Ciudadanía Soy Tic, el cual

busca capacitar a todas las empresas del sector turístico promoviendo el uso de las herramientas Tics en el desarrollo de sus funciones, de igual manera capacitan a las personas interesadas en aportar al impulso del turismo en Colombia.

### **9.1.1. Barreras que impiden la internacionalización de las TICS en el sector turístico en Colombia y soluciones.**

- Altos Costos en Infraestructura y Redes debido a que las características geográficas han limitado el despliegue de las redes de telecomunicaciones en todos los municipios del país.
- Los Recursos de inversión por parte del Estado Colombiano son escasos ya que de 1102 municipios solo 200 se encuentran conectados.
- Otro problema presente en los actores del sector, es la no adaptación de los prestadores de servicios a los usuarios tanto nacionales como internacionales, es decir, en la actualidad se presenta una desconfianza en los medios electrónicos que impiden una mayor utilización de los mismos, es por tal motivo que las compañías deben transformar la forma de ofrecer sus productos de tal manera que eliminen dicha desconfianza y atraigan mayores clientes, si bien, es evidente que el usuario internacional es más propenso a la utilización de medios digitales para realizar diferentes trámites, el país y las empresas aún están en deuda al no perfeccionar sus plataformas y apps a los requerimientos de los clientes.

Sin embargo a pesar de los inconvenientes mencionados tanto gobierno nacional como empresas privadas han implementado algunos avances tecnológicos con la finalidad de competir con los mercados extranjeros, caso tal como es Avianca que en el año 2016 implementó la posibilidad de realizar el check in por medio de la plataforma de Messenger de Facebook.

Igualmente por parte del Estado colombiano y el programa Vive Digital creado en 2010, se han ampliado las zonas de Wifi en más de mil municipios del país, y en los lugares turísticos más representativos como lo es La Sierra Nevada De Santa Marta y Caño Cristales, lo cual ha dado la posibilidad a que las empresas turísticas ingresen a internet y modernicen sus procesos para captar turistas foráneos de la región.

### **9.2. Análisis DOFA de las TIC en el sector turístico colombiano**

Para finalizar el capítulo se presenta en la Tabla 5 las debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas del sector turístico colombiano con respecto a las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Tabla 5.

*Analisis DOFA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Globalización del Sector Turístico</li> <li>• Aparición de nuevos nichos de mercado</li> <li>• Facilidad de interacción entre el empresario y el turista.</li> <li>• Crecimiento de la demanda de servicios.</li> <li>• Diferenciación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor competencia</li> <li>• Resistencia al cambio</li> <li>• Barreras culturales</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto directo entre los empresarios del sector turístico con el turismo sin intermediación.</li> <li>• Nuevas Tendencias y formas de promocionar el turismo.</li> <li>• Nuevas Tecnologías que permiten fácil acceso a la información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de mayor inversión en avance de las TIC en el sector turístico.</li> <li>• Recursos y capacidades escasas</li> <li>• Falta de Especialización del Sector.</li> </ul>

*Nota:* Autores.

El Negociador internacional atiende las necesidades que se presentan en el mercado nacional e internacional, es por esto siempre está en busca de planear, desarrollar y tomar decisiones.

Después de realizar el análisis anterior se puede deducir que los negocios internacionales es el campo indicado para fomentar a través de estrategias de negocio y de comercio como son la identificación de nichos de mercado y nuevas formas de marketing en el sector turístico, esto con el fin de incrementar las inversiones extranjeras sobre las Tics para que sirvan como potencializador del sector turístico internacional. Es importante establecer relaciones comerciales con diferente entidades privadas, públicas y organizaciones internacionales que promuevan el desarrollo de países por medio de la utilización de estas, se logrará romper con las amenazas que están impidiendo que el sector aun no sea el más desarrollado y reconocido frente otros países, las debilidades que se detectaron se podrán solucionar a través de los planes del Gobierno Nacional los cuales pretenden mejorar la calidad del servicio, el área operativa se agilizará y se tendrá mayor control de los procesos internos y externos . Las oportunidades y fortalezas se impulsarán para obtener una ventaja competitiva que diferencie el sector de los demás permitiendo llamar la atención de países inversores en el sector turístico.

## 10. Conclusiones

A pesar de la crisis de inversión extranjera directa que ha sufrido Colombia en los últimos 4 años y gracias a la importancia que el gobierno ha brindado al sector turístico a través de campañas de promoción y apoyo a los empresarios turísticos y tecnológicos, el crecimiento del sector turístico ha sido constante y uno de los más altos de la región de América Latina, permitiendo a su vez generación de empleo y crecimiento económico.

La iniciativa del gobierno de utilizar las TIC como posible potencializador a nivel internacional están funcionando, al dar a conocer los atractivos turísticos se permitió que Colombia se establezca en el radar del turismo mundial y se hizo que este sector lograra tener un mayor crecimiento, especialmente después del fin del conflicto.

Las estrategias del sector turístico para lograr su internacionalización son muy deficientes comparadas al crecimiento que el sector ha tenido, por lo que aún es indispensable que los entes involucrados en el sector turístico adopte medidas para que las estrategias sean más eficientes, así mismo, generar mayores estadísticas para tener control sobre la implicación y los resultados de las decisiones que se tomen para conocer si han surtido efecto o no.

En comparación con países con más experiencia sobre el campo, Colombia tiene buenas bases, sin embargo, es importante adoptar estrategias que hoy en día manejan dichos países como Chile y España donde prestan facilidades de préstamo para poder suplir necesidades, adicional de incentivos entre otras estrategias influyentes.

Con la revolución tecnológica el sector turístico se ha encontrado en la obligación de adaptarse con la finalidad de ser competitivo y mantenerse en crecimiento, y todo mediante la transformación de sus procesos y sus modelos de negocio, así mismo con la oferta de productos y servicios para consumidores internacionales que en la actualidad son exigentes y muy bien informados.

El turismo en Colombia ha tomado fuerza en los últimos años como alternativa de negocios, resultado de nuevas estrategias de planeación, nuevas regulaciones a favor del sector, atracción de inversión extranjera directa y la implementación de las TICs como apoyo para su reconocimiento, lo anterior ha llevado al sector hacia una evolución demostrada por un aumento significativo en los ingresos por concepto de viajes y turismo.

## **11. Recomendaciones**

Debido al auge que está teniendo el sector turístico y la importancia que está tomando en la economía Colombia, el gobierno nacional debe incentivar, aún más, a los pequeños y medianos empresarios de los sectores tecnológicos y turísticos para, en un futuro, dejar de depender de sectores contaminantes como el petróleo y minero.

Para lograr alcanzar el número de visitas que tienen México y Perú, el gobierno colombiano debe implementar estrategias de reconocimiento mundial a mayor impacto, lo que a su vez, generara una mayor inversión extranjera directa al país.

Colombia debe certificar sus empresas turísticas de acuerdo a estándares internacionales ya que no son competitivos aun a nivel internacional y las empresas extranjeras que vienen a desarrollar su actividad se ven en desventaja debido a que compiten con empresas que no están con los mismos estándares, ya que no están certificadas y ofrecen diferentes servicios a, posiblemente, menor precio, generando así poca demanda.

Colombia se debe enfocar en una política de internacionalización de las TIC para responder a la nueva demanda, con una nueva oferta de servicios diversificada y de talla mundial.

Las empresas necesitan orientar y centrar su estrategia de negocio en las necesidades de sus clientes para poder afrontar los cambios y los retos que se plantean, deben disponer de información de calidad sobre la actividad que desarrollan, el mercado en que actúan y los agentes con los que se interrelacionan.

## 12. Referencias

- Aprende de Turismo. *Tendencias Tecnológicas en el turismo 2018*. (2018) Recuperado: <https://www.aprendedeturismo.org/12-tendencias-tecnologicas-en-turismo-2018/>
- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. (2017). *Resultado encuesta de temporada fin de año 2017*. Recuperado de: <https://www.anato.org/sites/default/files/Resultados%20Encuesta%20Fin%20de%20A%C3%B1o%202017.pdf>
- Bonilla, J. (2012). *Factor Lúdico o Motivacional o de las Apetencia* [Entrada de Blog]. Recuperado de: <http://teoriadelturismojb.blogspot.com/2012/10/factor-ludico-o-motivacional-o-de-las.html>
- Campora, E. (2013). *Estudio del impacto de las TIC en el turismo: análisis de su influencia en los habitantes de la ciudad de Gandía durante la planificación de un viaje*. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/33985/memoria.pdf?sequence>
- Casares Hernandez, L.; Christen, M.; Jaramillo Levi, E.; Villasenor, L. y Zamudio R., L. (1995). *Técnicas actuales de investigación documental*. México D.F, México: Trillas. P. 111.
- Colombia CO. (2013). *Colombia, destino perfecto para el turismo de salud* [Entrada de Blog]. Recuperado de: <http://www.colombia.co/visita-colombia/colombia-destino-perfecto-para-el-turismo-de-salud/>
- Colombia.Travel. (s.f). *Turismo Gastronómico* [Entrada de Blog]. Recuperado de: <http://www.colombia.travel/es/que-hacer/cultural/turismo-gastronomico>
- Corporación Turismo Cartagena de Indias. (2015). *Retos y Realidades el Sector Turístico en Cartagena de Indias*. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2016/06/sector-turistico-de-cartagena.pdf>
- Correa, G. (2015). *Estrategias de Mercadeo para el Posicionamiento del Turismo Sostenible en el Departamento del Chocó*. Recuperado de: <http://bdigital.unal.edu.co/46668/1/79864376.2015.pdf>
- De Gregorio, M. (2014). *Impacto de las TICS en el Sector Turístico*. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/8459/1/TFG-O%20435.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). *Informes y Estadísticas 2017 y 2018*. Recuperado de: <http://www.dane.gov.co/index.php/52-espanol/noticias/noticias/2553-sector-turismo>

- Díaz, V. (2014). *Plan de acción Proexport Turismo Religioso “Promoción Del Turismo Religioso Hacia Colombia Mediante El factor Lúdico Motivacional”*. Recuperado de: <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1257/TG00904.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- El Khatib, R. (2015). *El Desarrollo Comunicacional de Tecnología Móvil en el Campo del Turismo Caso del Líbano*. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/38063/1/T37351.pdf>
- El Portafolio. (2015). *El petróleo no es el único dolor de cabeza del país*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/petroleo-unico-dolor-cabeza-pais-41524>
- El Universal. (2014). *Aplicación de turismo Colombia.travel, finalista en concurso mundial*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.co/tecnologia/aplicaciones/aplicacion-de-turismo-colombiatravel-finalista-en-concurso-mundial-149224>
- Embatur. (2015). *Las TICS y su importancia para el Turismo*. Recuperado de: <http://www.eoi.co/embatur/2015/06/01/las-tics-y-su-importancia-para-el-turismo/>
- Entorno Turístico. *Diez tendencias Tecnológicas en el turismo. (2015)* Recuperado: <https://www.entornoturistico.com/10-tendencias-tecnologicas-en-el-turismo/>
- Eumed (2018). *Relevancia de las nuevas Tecnologías de la Comunicación (TIC) en el sector Turístico*. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/turydes/24/tecnologia-turismo.html>
- Fondo de Promoción Turística Colombia. (2016). *Inversión extranjera en turismo creció 741% en seis años*. Recuperado de: [https://fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/ESTUDIO%20MCKIENSEY/1.\\_PRIMER\\_TOMO ESTRATEGIA TURISMO PARTE\\_A.PDF](https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/ESTUDIO%20MCKIENSEY/1._PRIMER_TOMO ESTRATEGIA TURISMO PARTE_A.PDF)
- Función Pública de la Republica de Colombia. (1996). *Gestor Normativo, Ley 300 de 1996*. Recuperado de: <http://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación. Sexta edición*. México D.F, México: Editorial McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. p. 80.
- Ibáñez, R. y Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un Enfoque global y nacional*. La Paz, B.C.S., México: Universidad Autónoma De Baja California Sur.
- Instituto latinoamericano y del Caribe de planificación Económica y Social – ILPES. (2003). *Guía conceptual metodológica para el desarrollo y la Planificación del sector turismo*. Recuperado de:

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/5589-guia-conceptual-metodologica-desarrollo-la-planificacion-sector-turismo>.

Ministerio de Comercio de Industria y Turismo. (2015). *Conozca el Mincomercio*. Recuperado de [http://www.mincit.gov.co/publicaciones/34613/conozca\\_el\\_mincomercio](http://www.mincit.gov.co/publicaciones/34613/conozca_el_mincomercio)

Ministerio de Comercio de Industria y Turismo. (2016). *Funciones y Composición*. Recuperado de [http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/37313/funciones\\_y\\_composicion](http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/37313/funciones_y_composicion)

Ministerio de Comercio de Industria y Turismo. (2017). *Boletín Mensual: Turismo diciembre 2017*. Recuperado de: [http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=83252&name=OEE\\_JR\\_Turismo\\_Diciembre\\_\\_07-02-2018.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=83252&name=OEE_JR_Turismo_Diciembre__07-02-2018.pdf&prefijo=file)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Fondo de Promoción Turística Colombia. (2011). *Plan Sectorial de Turismo 2011 – 2014*. Recuperado de: [http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=62707&name=PLAN\\_SECTORIAL\\_DE\\_TURISMO\\_2011-2014.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=62707&name=PLAN_SECTORIAL_DE_TURISMO_2011-2014.pdf&prefijo=file)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). *Informe turismo diciembre 2010*. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=56918&name=2010-Turismodiciembre.pdf&prefijo=file>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *Informe turismo diciembre 2011*. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=62703&name=2011-Informe-Turismo-DIC.pdf&prefijo=file>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). *Informe turismo diciembre 2013*. Recuperado de: [http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=69770&name=INFORME\\_DE\\_TURISMO\\_A\\_DICIEMBRE\\_DE\\_2013.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=69770&name=INFORME_DE_TURISMO_A_DICIEMBRE_DE_2013.pdf&prefijo=file)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Plan Sectorial de Turismo 2014-2018 “Turismo Para La Construcción De La Paz”*. Bogotá D.C, Colombia: Departamento Nacional de Planeación.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y ProColombia. (2013). *Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia*. Recuperado de:

[https://www.anato.org/images/stories/Comunicados\\_2013/plan%20de%20negocio%20de%20turismo%20de%20naturaleza.pdf](https://www.anato.org/images/stories/Comunicados_2013/plan%20de%20negocio%20de%20turismo%20de%20naturaleza.pdf)

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2012). *Colombia: nuestros avances y retos para ser un destino de clase mundial*. Recuperado de:

[http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=63924&name=PRESENTACION\\_COTELCO\\_CARTAGENA.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=63924&name=PRESENTACION_COTELCO_CARTAGENA.pdf&prefijo=file)

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2015). *Boletín Mensual - Sección Turismo, diciembre 2015*. Recuperado de:

[http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77374&name=OEE\\_DO\\_WA\\_Turismo\\_Diciembre\\_05-02-2015.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77374&name=OEE_DO_WA_Turismo_Diciembre_05-02-2015.pdf&prefijo=file)

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2016). *Boletín Mensual - Sección Turismo, diciembre 2016*. Recuperado de:

[http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=80524&name=OEE\\_LL\\_Turismo\\_Diciembre\\_27-02-2017.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=80524&name=OEE_LL_Turismo_Diciembre_27-02-2017.pdf&prefijo=file)

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2016). *Información de inversión extranjera. 30 de diciembre de 2016*. Recuperado de:

[http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=80234&name=OEE-FB\\_Informacion\\_de\\_Inversion\\_Extranjera\\_al\\_30-12-2016.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=80234&name=OEE-FB_Informacion_de_Inversion_Extranjera_al_30-12-2016.pdf&prefijo=file)

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2017). *Boletín Mensual - Sección Turismo, diciembre 2017*. Recuperado de:

[http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=83252&name=OEE\\_JR\\_Turismo\\_Diciembre\\_\\_07-02-2018.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=83252&name=OEE_JR_Turismo_Diciembre__07-02-2018.pdf&prefijo=file)

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2017). *Información de inversión extranjera. 29 de diciembre de 2017*. Recuperado de:

[http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=83253&name=OEE-FB\\_Informacion\\_de\\_Inversion\\_Extranjera\\_al\\_29-12-2017.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=83253&name=OEE-FB_Informacion_de_Inversion_Extranjera_al_29-12-2017.pdf&prefijo=file)

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2017). *Turismo, motor de desarrollo para una Colombia Moderna*. Recuperado de:

[http://www.mincit.gov.co/publicaciones/38800/turismo\\_motor\\_de\\_desarrollo\\_para\\_una\\_colombia\\_moderna](http://www.mincit.gov.co/publicaciones/38800/turismo_motor_de_desarrollo_para_una_colombia_moderna)

- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2018). *Boletín Mensual - Sección Turismo, julio 2018*. Recuperado de: [http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=84704&name=OEE\\_JR\\_Turismo\\_Julio\\_24-08-2018.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=84704&name=OEE_JR_Turismo_Julio_24-08-2018.pdf&prefijo=file)
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2018). *Información de inversión extranjera. 31 de agosto de 2018*. Recuperado de: [http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=84962&name=OEE-FB\\_Informacion\\_de\\_Inversion\\_Extranjera\\_al\\_31-08-2018.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=84962&name=OEE-FB_Informacion_de_Inversion_Extranjera_al_31-08-2018.pdf&prefijo=file)
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2018). *Las divisas por turismo registraron record en 2017*. Recuperado de: [http://mincit.gov.co/publicaciones/40099/las\\_divisas\\_por\\_turismo\\_registraron\\_record\\_en\\_2017](http://mincit.gov.co/publicaciones/40099/las_divisas_por_turismo_registraron_record_en_2017)
- Ministerio de Justicia de Colombia. (1931). *Ley 86 de 1931*. Recuperado de [http://www.suin-juriscol.gov.co/clp/contenidos.dll/Leyes/1629336?fn=document-frame.htm\\$f=templates\\$3.0](http://www.suin-juriscol.gov.co/clp/contenidos.dll/Leyes/1629336?fn=document-frame.htm$f=templates$3.0)
- Ministerio de Tecnología de Información y las comunicaciones. (2016) *Vive Digital*. Recuperado de: [https://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-19438.html#vd2\\_aplicaciones](https://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-19438.html#vd2_aplicaciones)
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2015). *Acerca del Min TIC*. Recuperado de <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-540.html>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (s.f). *Apps.co es una oportunidad*. Recuperado de <https://apps.co/acerca/appsco/>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (s.f). *La Tecnología, un aliado para el fomento del turismo en Colombia* Recuperado de <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-14737.html>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2016). *La tecnología, un aliado para el fomento del turismo en Colombia* [Entrada de Blog]. Recuperado de: <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-14737.html>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2015). *El turismo en Colombia crece con las TIC*. Recuperado de: <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-13443.html>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2017). *¿Qué tanto y como usan los colombianos el internet?* Recuperado de:

<https://www.eltiempo.com/multimedia/especiales/estadisticas-del-uso-de-internet-en-colombia/16758954/1/index.html>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2018). *MinTIC brindara herramientas tecnológicas a empresas*. Recuperado de: <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-74659.html>

Mozombite, J. y Navarro, M. (2015). *Impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las Empresas del Sector Turismo en la Ciudad de Iquitos 2015*. Recuperado de: [http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5194/Jos%C3%A9\\_tesis\\_titulo\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5194/Jos%C3%A9_tesis_titulo_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Periódico El Tiempo. (2015). *Más de 4 millones de extranjeros visitaron Colombia en el 2014*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15267515>

Periódico El Tiempo. (2018). *Ocupación Hotelera en abril 2018*. Recuperado de: <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/5-2018-ocupacion-hotelera-fue-en-abril>.

Periódico El Tiempo. (2018). *Tareas pendientes para que lleguen más turistas al país*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/sector-turismo-en-colombia-2018-244412>

Periódico Portafolio. (2017). *El turismo en Colombia aún no muestra todas sus cartas*. Bogotá D.C, Colombia: Periódico Portafolio.

Power Data. *Big Data*. (s.f). *¿En qué consiste? Su importancia, desafíos y gobernabilidad*. Recuperado: <https://www.powerdata.es/big-data>

ProColombia. (2011). *Turismo en Colombia, una oportunidad de inversión*. Recuperado de: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/086\\_Brochure%20INV%20Turismo%20ESP-web.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/086_Brochure%20INV%20Turismo%20ESP-web.pdf)

ProColombia. (2017). *Las apps turísticas con las que Colombia Sale a la conquista de millones de viajeros*. Recuperado de: <http://www.procolombia.co/noticias/las-apps-turisticas-con-las-que-colombia-sale-la-conquista-de-millones-de-viajeros>

ProColombia. (2018). *San Andrés Repite en la Lista de las 10 Playas más Populares de Suramérica en Tripadvisor* [Entrada de Blog]. Recuperado de: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/turismo/san-andres-repite-lista-de-las-10-playas-mas-populares-de-suramerica-tripadvisor>

ProColombia. (2018). *Turismo extranjero en Colombia*. Recuperado de: [tec\\_junio\\_2018\\_informe\\_de\\_turismo\\_extranjero\\_en\\_colombia.pdf](tec_junio_2018_informe_de_turismo_extranjero_en_colombia.pdf)

- ProColombia. (s.f). *Prueba Nuestras Aplicaciones Móviles* [Entrada de Blog]. Recuperado de: <http://www.colombia.travel/es/aplicaciones-moviles>
- Ramón Mesa, J. (2017). *El Turismo, Nuevo Sector Estratégico*. Bogotá D.C, Colombia: El Colombiano.
- Redalyc (2007). *Efecto De Las TIC Sobre El Comercio Y El Desarrollo Económico*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/301/30113183012.pdf>
- Revista Dinero. (2018a). *2017 Buen Año Para El Turismo En Colombia*. Bogotá D.C, Colombia: Revista Dinero.
- Revista Dinero. (2018b). *Mientras la inversión directa crece tímidamente, la de portafolio cae*. Recuperado de <https://www.dinero.com/economia/articulo/inversion-extranjera-directa-en-colombia-crecio-en-2017/256025>
- Revista Dinero. (2018c). *Colombia rompe récord en llegada de turistas en 2017*. Recuperado de: <https://www.dinero.com/pais/articulo/record-de-turistas-en-colombia-2017/255180>
- Revista Semana. (2016) *La Economía Colaborativa, a pasos agigantados*. Recuperado de: <https://www.semana.com/economia/articulo/uber-airbnb-y-bitcoin-economia-colaboratieva-amenaza-a-la-tradicional/465955>
- Rodríguez, D. (2016). *Tecnologías de Información y Comunicación para el Turismo Inclusivo*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v26n1/0121-6805-rfce-26-01-00125.pdf>
- Rodríguez, L., Alba, L. y Martínez, Oscar. (2014). *Formulación de soluciones a problemáticas en ciencias económicas*. Bogotá D.C, Colombia: Editorial Universidad Autónoma de Colombia.
- Sánchez, A. y Díaz, N. (2017). *Caracterización de una Aplicación Tecnológica que Mejora los Procesos de Internacionalización en Colombia*. Recuperado de: [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/83066/1/sanchez\\_aplicacion\\_tecnologica\\_2017.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83066/1/sanchez_aplicacion_tecnologica_2017.pdf)
- The New York Times. (2018). *52 lugares para visitar en 2018* [Entrada de Blog]. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/interactive/2018/travel/52-lugares-para-visitar-en-2018.html>
- TripAdvisor. (2018). *Los 25 destinos más populares: América del Sur* [Entrada de Blog]. Recuperado de: <https://www.tripadvisor.co/TravelersChoice-Destinations-cTop-g13>
- Turismo y Tecnología. (2016). *Uso de las Tics en Turismo, nuevas tecnologías al servicio del viajero*. Recuperado de: <http://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>.

Universidad del Rosario. (2015). *Internacionalización de empresas*. Recuperado de:  
<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/11688/1%20015438768%20-%202015.pdf>

Universidad Militar. (2014). *Influencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el sector turístico de Colombia*. Recuperado de:  
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11505/1/INFLUENCIA%20DE%20LAS%20NUEVAS%20TECNOLOGIAS%20DE%20LA%20INFORMACI%3%93N%20Y%20LA%20COMUNICACI%3%93N%20EN%20EL%20SECTOR%20TURISMO%20EN%20COeLOMBIA.pdf>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2017). *Impacto de las Tics en el turismo: Caso Colombiano*. Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/publication/326671189\\_Impacto\\_de\\_las\\_TIC\\_en\\_el\\_turismo\\_caso\\_colombiano](https://www.researchgate.net/publication/326671189_Impacto_de_las_TIC_en_el_turismo_caso_colombiano)

Universidad Pontificia Bolivariana Colombiana. (2014). *Uso de las Tecnologías de la información para la negociación internacional ¿Ventaja para las empresas colombianas?* Recuperado de:  
[http://www.redalyc.org/pdf/1513/151339264007.pdf?fbclid=IwAR0qJdlmr1Ry134Is6f1CVmZ\\_UML3\\_CYMPMkeLq52JQQfK15tAJ1JYHXvAQ](http://www.redalyc.org/pdf/1513/151339264007.pdf?fbclid=IwAR0qJdlmr1Ry134Is6f1CVmZ_UML3_CYMPMkeLq52JQQfK15tAJ1JYHXvAQ)