



Visión Estratégica

DEL TURISMO 2026 -2030 PROPUESTAS



Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo

Este documento ha sido elaborado por la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO, con el propósito de ser entregado a las candidatas y candidatos a la Presidencia de la República de Colombia, período 2026-2030; y tiene por objetivo presentar el panorama integral del sector turístico nacional, destacando los ejes estratégicos para la construcción de la visión del turismo en Colombia.

ANATO es una entidad sin ánimo de lucro y de carácter gremial creada el 20 de octubre de 1949, que representa, defiende y promueve los intereses generales del turismo y de las Agencias de Viajes en Colombia. Conformada por más de 700 Agencias de Viajes Asociadas en todo el territorio nacional distribuidas en 8 capítulos regionales y 1 especializado.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	_____	Pág 4
EJES ESTRATÉGICOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA VISIÓN DEL TURISMO	_____	Pág 5
1. Turismo como política de Estado	_____	Pág 6
2. Competitividad y productividad	_____	Pág 8
3. Infraestructura y conectividad para el desarrollo turístico	_____	Pág 11
PANORAMA DEL TURISMO EN CIFRAS	_____	Pág 14
BIBLIOGRAFÍA	_____	Pág 20

INTRODUCCIÓN

El turismo dejó de ser una actividad complementaria y se consolidó como un motor estratégico de la economía nacional, es clave para la generación de divisas, la creación de empleo y la dinamización del desarrollo regional y territorial.

En Colombia, el turismo ya muestra un crecimiento sostenido. El principal reto del próximo gobierno no es impulsar más crecimiento, sino orientar y gestionar ese crecimiento para que se traduzca en mayor valor agregado, empleo formal y desarrollo real en las regiones.

Desde el sector hemos identificado tres prioridades claras en las que debería concentrarse la acción del Estado.

La primera es el turismo como política de Estado, sin un Estado fuerte, coordinado y presente en los territorios, el turismo no se sostiene. Necesitamos seguridad turística, formalidad, reglas claras y un liderazgo institucional acorde con el peso real que hoy tiene el sector en la economía.

La segunda es la competitividad y productividad. El turismo solo es sostenible si genera empleo de calidad, empresas competitivas, innovación y planificación responsable del crecimiento. Formación, sostenibilidad, tecnología y datos deben ser políticas de Estado.

El tercer eje es la infraestructura y conectividad para el desarrollo turístico. Sin conectividad aérea, terrestre y digital, ni condiciones de accesibilidad universal en los destinos, no es posible consolidar una oferta turística competitiva.

Invertir en turismo no es un gasto. Es una decisión estratégica de país. Es empleo, es regiones, es reputación internacional y es crecimiento económico sostenible.

EJES ESTRATÉGICOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA VISIÓN DEL TURISMO

TURISMO COMO POLÍTICA DE ESTADO

Que trascienda gobiernos, a largo plazo

- Seguridad en destinos y corredores turísticos
- Promoción y posicionamiento país como destino turístico
- Reestructuración del Viceministerio de Turismo con funciones a nivel ministerial
- Reducción de la Informalidad - Registro Nacional de Turismo - RNT
- Fortalecimiento y mejor asignación de recursos (FONTUR – MINCIT)
- Coordinación regional y nacional para el desarrollo turístico de los territorios y destinos emergentes.

COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD

Fortalecimiento empresarial

- Formación y capacitación del talento humano del sector
- Mejorar la calidad y sostenibilidad de la oferta turística
- Fortalecimiento del sistema de estadísticas de turismo
- Adopción de tecnología en el sector
- Incentivos tributarios para fortalecer el turismo interno y la formalización
- Atracción de inversión extranjera y acceso de financiación

INFRAESTRUCTURA Y CONECTIVIDAD PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

Mejor conexión para brindar servicios turísticos de calidad

- Mejorar la Infraestructura turística
- Adecuación de destinos con criterios de accesibilidad universal
- Optimizar la movilidad local y transporte turístico en los destinos
- Conectividad aérea y terrestre
- Fortalecimiento de la transparencia y sostenibilidad empresarial en el transporte turístico
- Conectividad digital en los destinos

Esta visión propone concentrar la acción gubernamental en tres ejes estratégicos, con las siguientes propuestas:

1. Turismo como política de Estado

Fortaleciendo el rol del Estado, la coordinación intersectorial, la seguridad turística y la formalización empresarial.

1.1. Seguridad en destinos y corredores turísticos

- Construir e implementar una política integral de seguridad turística contundente y sólida, que involucre los entes públicos, como Ministerio de Interior, Ministerio de Defensa, Policía Nacional y sector privado que contribuyan a generar una estrategia de seguridad y cuidado de la integridad de los viajeros nacionales y extranjeros.
- Fortalecer la gestión y aumentar la cantidad de policías de turismo para tener una mayor cobertura en la vigilancia y control.
- Trabajar con la Cancillería, Migración Colombia, ProColombia y las demás entidades pertinentes para reducir, eliminar y modificar los travel warnings o advertencias de seguridad en viajes hacia Colombia expedidos por gobiernos extranjeros.
- Generar informes frecuentes sobre la situación de seguridad del país sectorizado por Departamentos para identificar las zonas de alto riesgo y generar acciones que permitan proteger al turista.

1.2. Promoción y posicionamiento país como destino turístico

- Fortalecer la promoción internacional de los destinos regionales, garantizando que la inversión promocional también impulse los territorios emergentes.
- Impulsar alianzas público-privadas para la promoción internacional del país, integrando a todos los Prestadores de Servicios Turísticos y Aerolíneas.
- Priorizar mercados internacionales estratégicos y segmentos de alto valor, enfocando la promoción en turismo vacacional, naturaleza, cultura, MICE y turismo de experiencias, teniendo en cuenta las peculiaridades del perfil del viajero.
- Fortalecer la presencia de Colombia en ferias, eventos internacionales y plataformas globales de comercialización, con una agenda priorizada por mercados, productos y regiones, y con seguimiento efectivo a resultados comerciales.
- Promoción de destinos como territorios seguros y resilientes, enmarcados en procesos y no solo en la oferta existente.

1.3. Reestructurar el Viceministerio de Turismo con funciones Ministeriales

- Fortalecer la capacidad técnica y operativa del Viceministerio de Turismo, mediante la ampliación y especialización de su equipo, para asegurar el seguimiento del desarrollo de políticas públicas del sector.
- Fortalecer el Consejo Consultivo de la Industria Turística, órgano de concertación existentes para articular sector público, privado y regiones bajo una gobernanza clara, el cual no ha tenido continuidad y es relevante para el sector
- Reforzar su rol en la regulación del sector y en la lucha contra la informalidad, en articulación con las autoridades nacionales y regionales.
- Fortalecer la producción de estadísticas sectoriales oportunas, confiables e interoperables, que soporten la toma de decisiones públicas y privadas, la planeación del sector y la atracción de inversión.
- Mejorar la planta de personal, reestructurando el Viceministerio de Turismo, para evitar que se siga con la fragmentación institucional y la dispersión de competencias en turismo, que genera baja coordinación, duplicidad de políticas y dificultad en la gobernanza.

1.4. Reducción de la Informalidad - Registro Nacional de Turismo - RNT

- Revisar los requisitos establecidos para la inscripción, renovación, actualización y cancelación del Registro Nacional de Turismo. Adicionalmente, reglamentar la facultad de las Cámaras de Comercio en especial lo relativo a la verificación previa de los requisitos, para que esta comprobación sea más exigente y exhaustiva.
- Reactivar y fortalecer las brigadas a los Prestadores de Servicios Turísticos formales e informales que promovían la protección al consumidor "turista", las cuales fueron adelantadas con gran éxito en el pasado por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en conjunto con la Superintendencia de Industria y Comercio, las autoridades locales y la Policía de Turismo.

1.5. Fortalecimiento y mejor asignación de recursos (FONTUR – MINCIT)

- Contar con un CONPES de Turismo actualizado que permita redireccionar la política turística y la asignación de más recursos para este sector, lo anterior, teniendo en cuenta que el último para estas actividades fue promulgado en el 2005.
- Modificar la Ley 1101 de 2006 (la cual fue modificada anteriormente por la Ley 2010 de 2019), para que la destinación sea automática al P.A. FONTUR asuma la administración y fiscalización del impuesto con destino al turismo. En la actualidad, esta entidad realiza el recaudo y fiscalización de recursos parafiscales de la

contribución parafiscal del sector turismo lo cual le otorga una base técnica y operativa sólida para asumir una función similar.

- Mejorar las brechas existentes del “impuesto con destino al turismo, como inversión social”, para aumentar el recaudo cruzando bases con Migración Colombia, DIAN y Aerolíneas. Revisar la posibilidad de ampliar la base de aportantes en cruceros internacionales, charter privados, jets ejecutivos, etc.
- Destinar más recursos fiscales para promover las campañas promocionales de Colombia en el exterior y la participación de los empresarios en las ferias y eventos internacionales.

1.6. Coordinación regional y nacional para el desarrollo turístico de los territorios y destinos emergentes.

- Consolidar mesas permanentes entre Gobierno Nacional, entidades territoriales y gremios para hacer seguimiento a compromisos, armonizar los planes de turismo y asegurar la alineación de las acciones territoriales con la política nacional.
- Llevar a cabo un programa nacional de capacitación más exigente para autoridades regionales y locales en normatividad, planeación, sostenibilidad y gestión de destinos, con criterios mínimos de certificación.
- Actualizar, socializar y divulgar el inventario de atractivos turísticos a nivel nacional y regional, articulando a los Prestadores de Servicios Turísticos, para facilitar el empaquetamiento, la promoción y la venta de productos turísticos.
- Definir una hoja de ruta por productos (salud, naturaleza y aventura, cultural, lujo, bienestar, comunitario, MICE), fortaleciendo redes como Pueblos Patrimonio y Destinos de Paz, promoviendo el uso de centros de convenciones y reforzando los puntos de información turística en aeropuertos con personal especializado.

2. Competitividad y productividad

Impulsando la formación del capital humano, la calidad, la innovación, la digitalización y la planificación responsable del crecimiento, con visión global para avanzar en el marco de impulsores de la ONU Turismo.

2.1. Formación y capacitación del talento humano del sector

- Promover y dar acceso a los programas que realice el Gobierno Nacional para reforzar la competitividad de los Prestadores de Servicios Turísticos y la cadena del sector en la adopción y manejo de un segundo idioma, facilitando formas para la participación.
- Fortalecer los procesos de formación con el SENA Nacional, para generar módulos de capacitación acordes con las necesidades de los territorios turísticos, llevando los formadores a espacios estratégicos que además faciliten las prácticas especializadas de acuerdo con el destino, y promover la homologación de la Tarjeta Profesional de Guía de Turismo en lugares apartados

- Validar el conocimiento empírico de las comunidades de los destinos, como anfitriones del turismo que permita la certificación de competencias laborales, para mejorar las condiciones de empleabilidad y dignificación en el sector, desde cocineras tradicionales, hasta baquianos.
- Estimular el acceso a la educación por medio de incentivos (ICETEX o cooperación internacional) para una formación especializada en turismo y desarrollo de capacidades empresariales de alto nivel para la creación de empresa y emprendimiento.
- Incentivar la investigación aplicada en necesidades del turismo.
- Darle continuidad y seguimiento a los avances y necesidades identificados en los comités de capacitación y formación turística, con el fin de tener acciones concretas y duraderas.
- Incorporar habilidades digitales, sostenibilidad y resiliencia climática en la formación, de acuerdo con los cambios del mercado laboral, actualizar pensum de turismo, y vincularlos a la formación básica secundaria.
- Continuar fortaleciendo el Programa Nacional de Colegios Amigos de Turismo.

2.2. Mejorar la calidad y sostenibilidad de la oferta turística

- Mejorar la plataforma nacional pública de calidad turística (calidadturistica.gov.co), que integre a los prestadores certificados, su información actualizada y el estado de sus certificaciones, que esta sirva como herramienta de promoción y transparencia para el consumidor.
- Fortalecer la certificación de empresas y talento humano del sector, mediante la promoción de la marca de calidad turística ante los viajeros, incentivos a las empresas certificadas y la ampliación de la certificación por competencias laborales.
- Implementar un sistema nacional de sostenibilidad y capacidad de carga turística, que permita monitorear impactos ambientales, sociales y económicos, y orientar la planeación del crecimiento del turismo en los territorios, incorporando métricas de resiliencia climática y uso eficiente de recursos naturales.
- Promover el turismo regenerativo y de bajo impacto, vinculándola importancia y los valores de la protección ambiental, económica y social que es lo que promulga la sostenibilidad, en los Colegios
- Amigos del Turismo, programas de formación del SENA y en los Prestadores de Servicios Turísticos.
- Crear desde el MINCIT una herramienta tipo Observatorio Nacional de Sostenibilidad y Capacidad de Carga Turística, que permita a través de indicadores planificar, medir, controlar y mitigar los impactos de acuerdo con los límites de cambio aceptable para monitorear y tomar decisiones efectivas sobre los cambios generados por los visitantes sobre en las condiciones socio-culturales y ambientales de los destinos, sin la calidad de la experiencia e imagen de los destinos.
- Incorporar estándares de ciberseguridad, gestión de riesgos y percepción de

seguridad del destino en normas de calidad turística, como nuevas visiones del sector.

2.3. Fortalecimiento del sistema de estadísticas de turismo

- Elaborar un proyecto de inversión a largo plazo para la elaboración de estudios sectorizados de turismo, tales como, la Encuesta de Visitantes Internacionales - EVI, Encuesta Mensual de Agencias de Viaje - EMAV Encuesta Mensual de Alojamiento - EMA, Encuesta de Gasto Interno en Turismo - EGIT, entre otros, elaborados por el DANE; teniendo en cuenta la vital importancia que aporta cada una para la toma de decisiones del país y del sector.
- Establecer mecanismos institucionales que garanticen la continuidad obligatoria de estas operaciones estadísticas, asegurando su financiación plurianual dentro del presupuesto nacional y evitando interrupciones en la producción de información estratégica para el sector.
- Entregar los resultados de la Cuenta Satélite de Turismo, al menos de manera semestral para que la información permita medir el impacto de la economía y que sirva como soporte para formular políticas y planes en beneficio del sector.
- Publicar los resultados de la EVI de manera oportuna, esto permitirá tener conocimiento de la evolución de los visitantes y la caracterización del perfil del viajero.
- Integrar analítica predictiva e inteligencia artificial para toma de decisiones, incluyendo indicadores de sostenibilidad, flujos turísticos y capacidad de carga.

2.4. Adopción de tecnología en el sector

- Crear estrategias de acompañamiento que le permitan al sector turístico acceder a tecnologías que mejoren su eficiencia, junto con la formación continua en habilidades digitales para empleados.
- Escalar y fortalecer el modelo de Destinos Turísticos Inteligentes - DTI, articulando la planificación territorial, el ordenamiento, y sostenibilidad de los destinos con todos los Prestadores de Servicios Turísticos.
- Impulsar iniciativas locales y comunitarias, apoyadas en tecnología, que desarrollen soluciones innovadoras y sostenibles, con acceso a mecanismos de financiación que permita generar también experiencias inmersivas, mejorar la narrativa y la prestación de servicios y cerrar brechas digitales en los territorios.
- Promover herramientas de apoyo en un segundo idioma para mejorar la atención a los visitantes extranjeros en los diferentes destinos con potencial turístico.
- Apoyar de forma segura la incorporación de módulos de pagos digitales en turismo, para robustecer a los prestadores de servicios turísticos.
- Promover información clara al turista para evitar fraudes y que consuman a establecimientos legales.

2.5. Incentivos tributarios para fortalecer el turismo interno y la formalización

- Establecer un esquema de incentivos tributarios para los Prestadores de Servicios Turísticos, orientado a la formalización y modernización, que incluya la reducción progresiva del IVA en los servicios turísticos, con el fin de estimular la demanda y dinamizar el turismo interno.
- Restablecer la tarifa del Impuesto del IVA al 5% aplicable a los tiquetes aéreos de pasajeros y otros servicios conexos del sector más la tarifa administrativa asociada a la comercialización de estos. Cabe destacar, que, dicha medida fue implementada durante el periodo de emergencia sanitaria y generó un impacto positivo, comprobado en la reactivación del sector turístico.
- Fortalecer turismo interno a través de incentivos tributarios y tarifas preferenciales ante escenarios de inestabilidad global, para el aprovechamiento de destinos emergentes y en introducción.

2.6. Atracción de inversión extranjera y acceso de financiación

- Fomentar la inversión extranjera directa, mediante beneficios fiscales y garantías de inversión a largo plazo, que sea atractivo para importantes empresas multinacionales del sector y estén buscando expandirse hacia nuevos destinos turísticos con potencial, como Colombia.
- Facilitar el acceso al crédito y crear un entorno empresarial favorable; mejorar el acceso al capital, integrando especialmente a las MYPYMES en la cadena de valor del turismo, que, de acuerdo a la información de la WTTTC, representan más del 70% del sector y se enfrentan a barreras estructurales de financiamiento.
- Fortalecer a Bancoldex y crear un fondo de estabilización turística, que permita accesos a líneas de crédito, garantías, alivios temporales en situaciones de crisis ajenas al empresario, para proteger el empleo y la sostenibilidad empresarial.
- Incentivar la inversión en infraestructura sostenible y resiliente, que vincule tecnologías verdes y economía circular, a través de beneficios tributarios.

3. Infraestructura y conectividad para el desarrollo turístico

Para integrar el territorio, garantizando acceso aéreo terrestre y digital. Mejorando la experiencia del viajero y promoviendo el desarrollo regional.

3.1. Mejorar la Infraestructura turística

- Priorizar la finalización oportuna de aeropuertos, vías, puertos, muelles, malecones y demás infraestructura clave para el turismo, garantizando su articulación con los principales corredores turísticos del país.
- Revisar la capacidad de los principales aeropuertos del país: Aeropuerto Internacional El Dorado (Bogotá), Aeropuerto Internacional José María Córdova (Rionegro), Aeropuerto Internacional Rafael Núñez (Cartagena) y Aeropuerto

Internacional Alfonso Bonilla Aragón (Cali), acelerar su expansión e incorporar infraestructura tecnológica que garantice mayor eficiencia, seguridad y calidad en los procesos migratorios, así como la optimización del sistema de pistas.

- Fortalecer la eficiencia en la administración aeroportuaria por parte de la Aerocivil o, cuando aplique, mediante esquemas de concesión con regulación efectiva de tasas y cobros y, mejorar la operación, desembarque e infraestructura asociada a cruceros para elevar la competitividad del turismo de cruceros.
- Adecuar los atractivos turísticos para el acceso y la prestación de servicios, mantener y actualizar la señalización turística (incluido un segundo idioma) y comprometer a las entidades territoriales con la continuidad, operación y mantenimiento de las obras, evitando inversiones sin sostenibilidad.

3.2. Adecuación de destinos con criterios de accesibilidad universal

- Unificar, actualizar y exigir el cumplimiento de los lineamientos técnicos de accesibilidad existentes, asegurando su aplicación uniforme en infraestructura, zonas de interés turístico, servicios turísticos y espacio público asociado.
- Ampliar progresivamente las intervenciones ya desarrolladas hacia nuevos atractivos, corredores y experiencias turísticas, especialmente en destinos emergentes.
- Fortalecer la calidad del servicio en turismo accesible mediante formación especializada y certificación.
- Consolidar y estandarizar la información accesible y la señalización inclusiva como parte integral de la promoción del destino.

3.3. Optimizar la movilidad local y transporte turístico en los destinos

- Articular los esquemas actuales de transporte público, transporte turístico, movilidad especial y otros servicios de transporte en los destinos, para mejorar la conectividad entre las zonas de interés turísticos.
- Generar mesas de trabajo entre el Gobierno y las empresas de transporte para coordinar horarios, operación y gestión de flujos en temporadas altas, con el fin de evitar la saturación de los servicios.
- Integrar la información de rutas, horarios, tarifas, accesibilidad y medios de transporte en plataformas digitales y puntos de información turística, para una mejor planificación y el desplazamiento de los visitantes dentro de los destinos.

3.4. Conectividad aérea y terrestre

- Facilitar, mediante la actualización y agilización del marco regulatorio aeronáutico colombiano, la entrada de nuevas aerolíneas y rutas y, el incremento progresivo de frecuencias hacia y desde destinos nacionales e internacionales, fortaleciendo la conectividad aérea del país a mediano plazo.

- Revisar la alta carga impositiva que implica el valor del tiquete aéreo para el pasajero, sobre todo, en destinos de difícil acceso y/o con potencial turístico.
- Validar la estabilidad financiera de nuevas aerolíneas que ingresan al país por parte de la Aeronáutica Civil, lo cual permitiría garantizar su comercialización en el mercado en función de la protección de los pasajeros e intermediarios de la industria.
- Promover la facilitación de la operación de empresas de vuelos chárter y aerolíneas del orden regional en destinos turísticos del país, gestionando la simplificación de trámites y eliminando barreras de acceso al mercado sobre límite de sillas, rutas de operación y plazo.
- Identificar y priorizar la intervención de corredores viales que conectan destinos emergentes, garantizando estándares de seguridad y tiempos de viaje.
- Robustecer los estándares de habilitación, operación y control del transporte terrestre turístico, asegurando condiciones de seguridad, confort, accesibilidad y formalidad.
- Articular la conectividad terrestre con otros tipos de transporte, como aeropuertos, terminales de transporte, puertos y muelles turísticos, facilitando la continuidad del viaje del visitante.

3.5. Fortalecimiento de la transparencia y sostenibilidad empresarial en el transporte turístico

- Implementar y articular las disposiciones de la Resolución 0413 de 2024 de la Superintendencia de Transporte, que fortalece la supervisión financiera, contable y administrativa de las empresas del sector transporte mediante el reporte anual de información financiera, indicadores de solvencia y sistemas digitales de seguimiento. Su aplicación efectiva es clave para generar confianza en los consumidores y fortalecer la transparencia del sector, especialmente en el transporte aéreo, evitando la repetición de situaciones del pasado y garantizando que la medida tenga un impacto real y no se quede solo en el plano normativo.

3.6. Conectividad digital en los destinos

- Ampliar y mejorar la cobertura y calidad de internet en destinos turísticos priorizados y/o emergentes, especialmente en zonas de interés turísticos, donde el acceso sigue siendo precario.
- Actualizar y mantener la señalización turística y vial incorporando códigos QR, mapas digitales, georreferenciación y herramientas de apoyo a la navegación en tiempo real.
- Estandarizar la información turística digital, clara y bilingüe para los visitantes.
- Articular a los gobiernos territoriales y al sector TIC para garantizar sostenibilidad de la conectividad turística.

PANORAMA DEL TURISMO EN CIFRAS

A nivel global, más de 1.500 millones de turistas internacionales viajaron en 2025, lo que representa 50 millones más que en 2024. Esto equivale a un aumento del 4% respecto al año anterior. Es decir que el turismo mundial se encuentra en el límite superior de las proyecciones realizadas a inicio de año, cuando ONU Turismo, señaló que para 2025 el turismo internacional crecería entre el 3% y el 5%, respecto al año anterior.

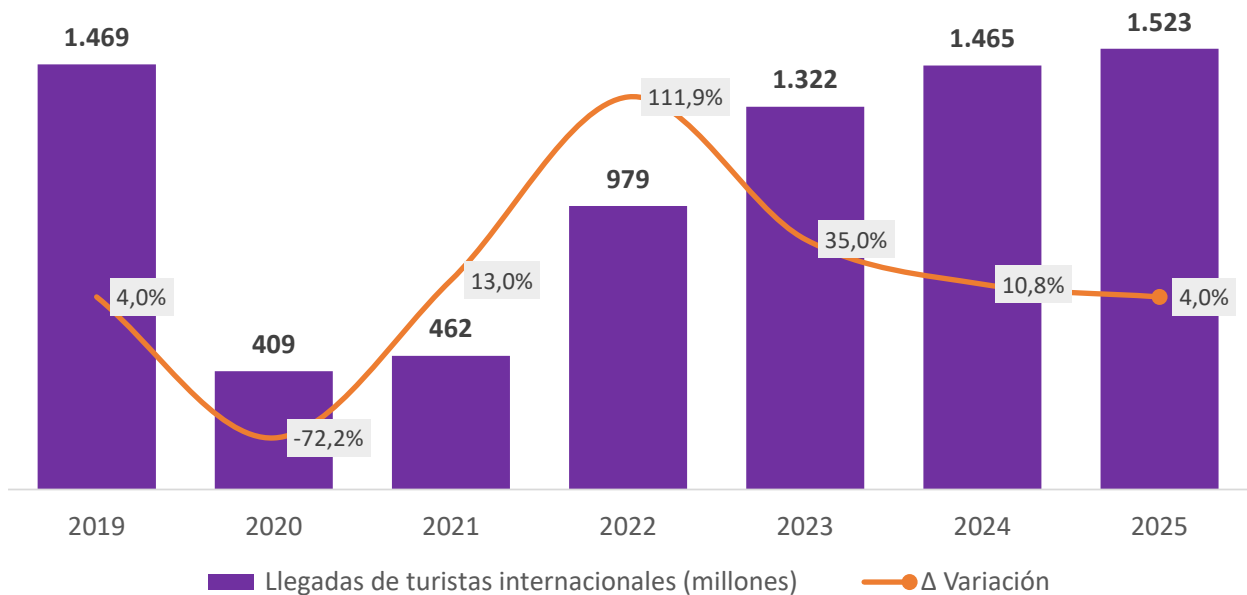
De acuerdo con la International Air Transport Association - IATA, la demanda de vuelos internacionales aumentó un 5,3% en 2025, similar a la oferta de asientos (capacidad aérea), que creció un 5,2% en el mismo año.

De acuerdo con la World Travel & Tourism Council - WTTC, al cierre de 2025, se estima que el PIB del turismo aportó USD 11,7 billones a la economía mundial, es decir +7,3% respecto al año 2024. Igualmente, el gasto de turistas internacionales sumó USD 2,1 billones, lo que indica un incremento de +10,5% versus 2024.

Respecto al histórico de las llegadas de turistas internacionales, a nivel mundial, se observa que 2019 marcó un récord histórico con 1.465 millones de llegadas, lo que representó un aumento del 4% frente a 2018. Sin embargo, durante 2020, en plena pandemia, esta cifra cayó un 72%. Solo hasta 2023 se superaron nuevamente los 1.000 millones de llegadas, con un incremento del 34% respecto a 2022.

En 2024, se observó una recuperación significativa, alcanzando 1.445 millones de llegadas internacionales a nivel global, lo que equivale al 98% del total registrado en 2019 (prepandemia). En 2025, se reportó la movilización de 1.520 millones de turistas internacionales, lo que representa un crecimiento del 5% en comparación con el mismo periodo de 2024.

Gráfica 1. Llegadas turistas internacionales, nivel mundial – millones (2019-2025)



Fuente: ONU Turismo. Elaboración ANATO

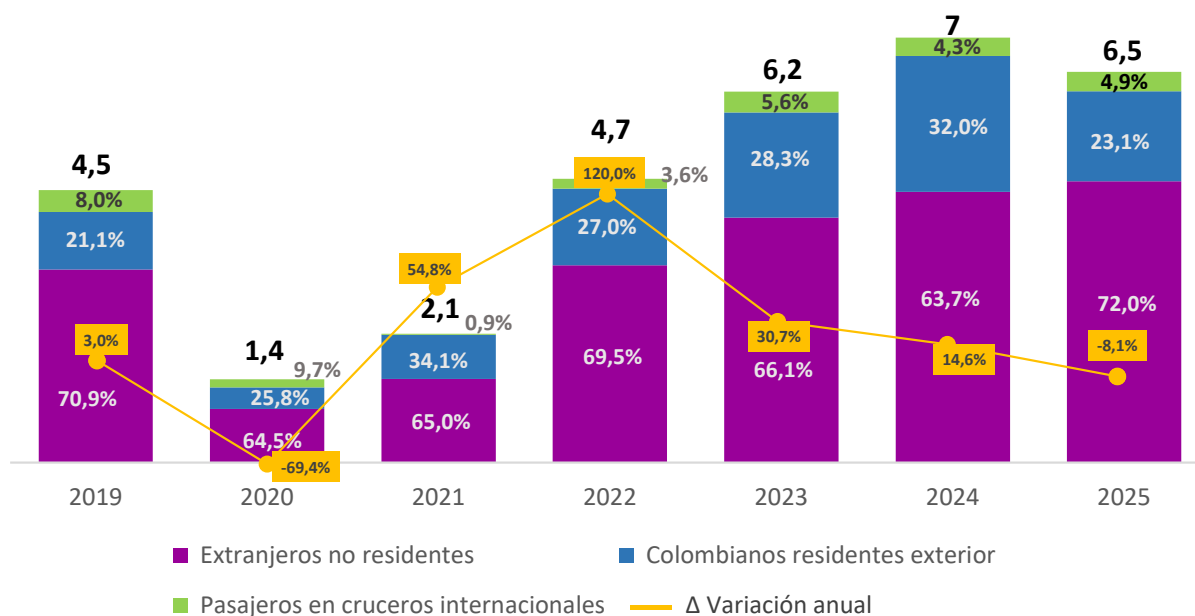
En el caso de Colombia, con base en cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de Migración Colombia, se evidencia una recuperación sostenida y destacada del turismo internacional. En 2024, el país superó por primera vez los niveles prepandemia, en cuanto a la llegada de visitantes extranjeros. Durante ese año, se registraron 6.9 millones de llegadas, lo que representó un incremento del 13,3% frente al total alcanzado en 2023.

Este desempeño no solo refleja la consolidación del sector tras el impacto de la pandemia, sino también la efectividad de las estrategias de promoción, conectividad aérea y mejora de la oferta turística nacional.

El 72,6% de los visitantes corresponde a extranjeros no residentes, el 22,8% a colombianos residentes en el exterior y el 4,6% a pasajeros de cruceros internacionales.

Por su parte, durante 2025, Colombia recibió 6.5 millones de visitantes no residentes, cifra que representa una caída del -8,1% respecto año anterior. No obstante, al revisar por subpoblación, los visitantes extranjeros no residentes registraron un aumento de 3,8% respecto a 2024, con 4.7 millones, esto representa el 72% del total de llegadas de visitantes.

Gráfica 2. Llegadas visitantes no residentes en Colombia- millones (2019-2025)



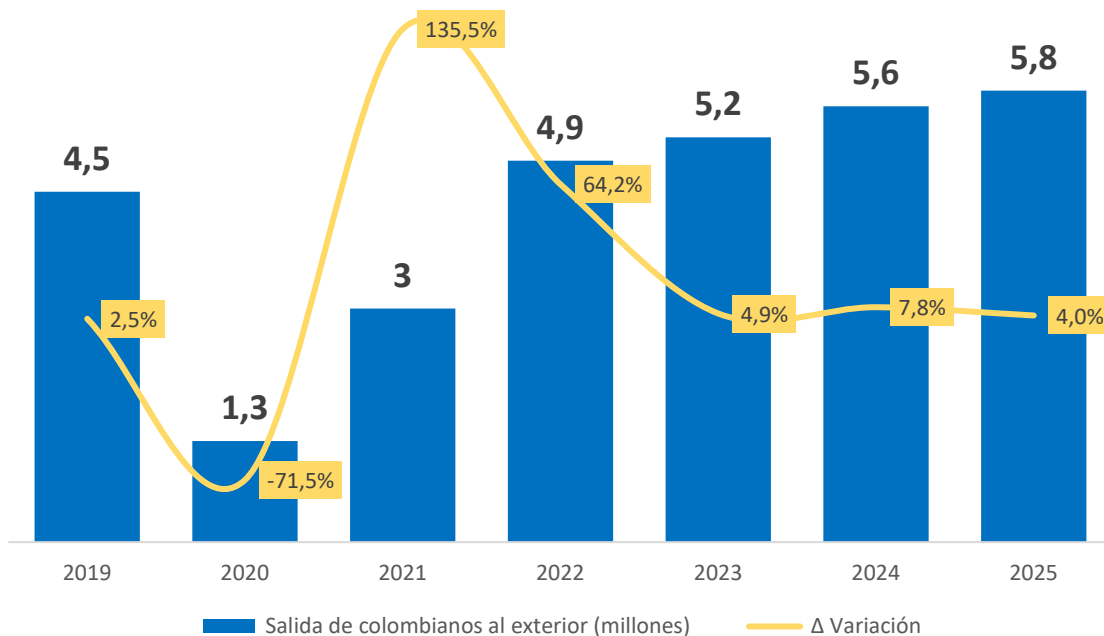
Fuente: MINCIT. Elaboración ANATO

De acuerdo con Migración Colombia, los principales países emisores de visitantes al país son: Estados Unidos (24%), Venezuela (12,8%), México (8,1%), Ecuador (6,3%); Perú (4,9%), Brasil (4%) y España (4%).

Entretanto, se dispone del indicador de salida de colombianos, mostrando la evolución del turismo emisor, entre 2019 y 2024, las salidas de colombianos al exterior registraron el impacto de la pandemia y una rápida recuperación posterior. A partir de 2021 se observa un repunte significativo con 3 millones de colombianos, continuando en 2022 con un crecimiento del 64,2%, superando así los niveles pre pandemia. En 2023 y 2024, el ritmo de crecimiento se moderó entre 4,9% y 7,8%, alcanzando un pico de 5.6 millones de salidas en 2024.

En 2025, Migración Colombia, registró 5.8 millones de salidas de colombianos, con un aumento del 4% frente a 2024. Lo que sugiere cierta estabilización en la demanda de viajes internacionales.

Gráfica 3. Salida de colombianos al exterior (2019-2025)



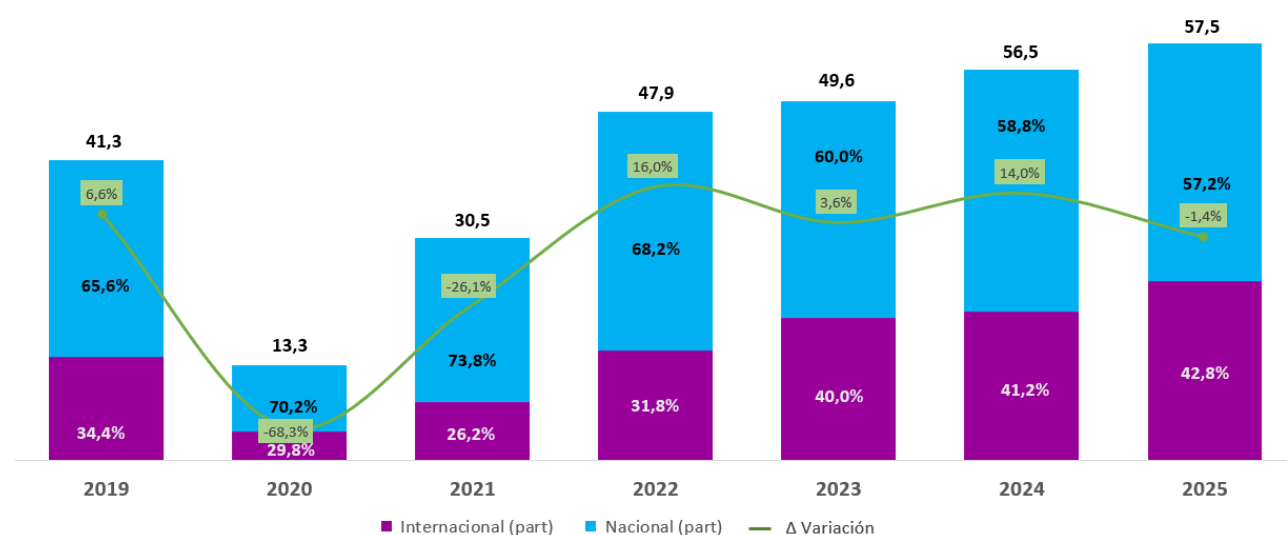
Fuente: Migración Colombia. Elaboración ANATO

Entre los países de destino para los colombianos se destacan: Estados Unidos (29,2%), España (5,7%), Panamá (10,8%), México (8%), República Dominicana (6,7%), Perú (3,8%), Ecuador (3,6%), Chile (3,2%), Brasil (2,9%) y Canadá (1,8%).

A su vez, entre 2019 y 2020, el tráfico aéreo de pasajeros soportó una fuerte caída debido a la pandemia, pasando de 41.3 millones de pasajeros a solo 13.1 millones (-68%). El segmento nacional, que en 2019 representaba el 65,6% del total, mantuvo una mayor participación en 2020 (70,2%), mientras que el internacional se contrajo al 29,8%. En 2021 se dio una recuperación parcial hasta 30.5 millones de pasajeros (-26% frente a 2019), con predominio del tráfico doméstico (73,8%).

A partir de 2022, el sector mostró una recuperación sostenida con 47.9 millones (+16%) en 2022, 49,6 millones, es decir más 4% que, en 2023 y 56.5 millones en 2024, con un crecimiento del 14% y alcanzando una cifra récord. En 2025, se movilizaron 57.5 millones de pasajeros, con un incremento moderado de 1,7%, respecto a 2024, el comportamiento está altamente impulsado por el segmento internacional, que creció 6,1%, con 24.6 millones de pasajeros, mientras que el nacional cayó 1,4% con 32.8 millones.

Gráfica 4. Tráfico aéreo de pasajeros- millones (2019-2025)



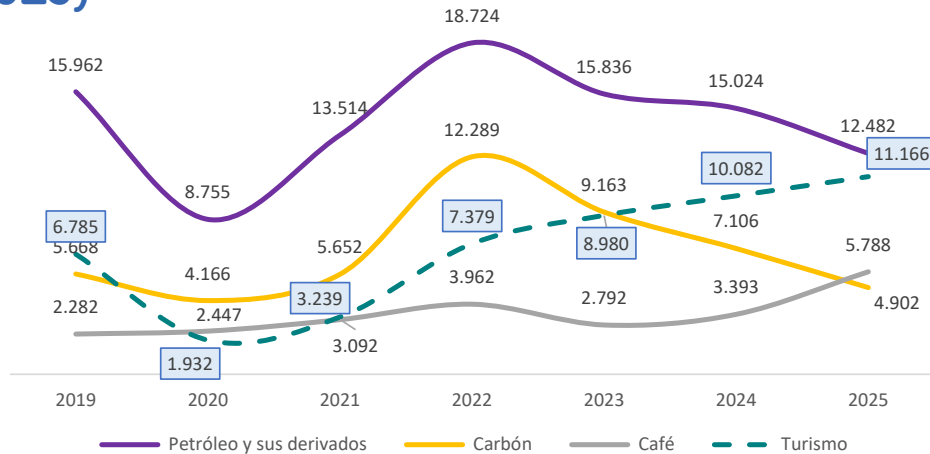
Fuente: Aerocivil. Elaboración ANATO

De acuerdo con datos de ProColombia, al cierre de 2025 el país contaba con 5.925 frecuencias semanales directas nacionales, es decir una caída de -5% respecto a 2024, con 7 aerolíneas que cubren 226 rutas hacia 61 ciudades; respecto a la conectividad internacional, se registraron 1.655 frecuencias semanales directas, es decir -7% frente a lo observado en 2024, con 29 aerolíneas, las cuales cubren 112 rutas hacia 29 países y 55 ciudades.

En paralelo, es importante mencionar que la entrada de divisas por turismo ha superado incluso a las exportaciones tradicionales. En 2025, el país recibió USD \$11.166 millones por concepto de viajes y transporte aéreo de pasajeros, lo que representa un crecimiento del 9,3% frente a 2024. De ese total, el 84,4% corresponde al rubro de viajes y el 15,6% a transporte aéreo de pasajeros.

Esto significa que el turismo se ha posicionado como pilar de la balanza de pagos del país. Hoy representa el 89% del valor de las exportaciones de petróleo y sus derivados y, supera en más del 100% las exportaciones del carbón y café.

Gráfica 5. Entrada de divisas por turismo y otras exportaciones tradicionales- millones de dólares (2019-2025)



Fuente: : BanRep y DANE. Elaboración ANATO

Ahora bien, respecto al sector de las Agencias de Viajes, según Confecámaras y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en Colombia a cierre de 2025 había 17.948 registros de Agencias de Viajes con Registro Nacional de Turismo activo, que aportaron \$6.543,8 millones en contribución parafiscal durante todo el año, un 20,7% más que el reporte para 2024; este corresponde al cuarto subsector de mayor recaudo después de las Aerolíneas, los Hoteles y centros vacacionales y las Concesionarios aeropuertos y carreteras.

Por otro lado, en 2023, según datos del DANE, los ingresos nominales de las Agencias de Viajes iniciaron con un crecimiento significativo, con +31,4% en enero, a lo largo del año se fueron estabilizado tras el periodo de crisis, cerrando diciembre con +11%. Por su lado, el personal ocupado siguió una trayectoria similar, partiendo de +17,1% en enero y bajando a +12,4% en diciembre, lo que indica una desaceleración lenta tanto en las ventas como en el empleo.

En 2024, el crecimiento se moderó aún más. Los ingresos nominales fluctuaron en valores bajos, con máximo de 9,3% en marzo y mínimos cercanos al 5%, mientras que la variación del personal ocupado se estabilizó oscilando entre el 2%-4%, mostrando cierta estabilización laboral.

Para 2025, los ingresos repuntaron con 5,5%, año corrido, mientras que el empleo prácticamente se estabilizó, con una variación del -0,6%.

Por último, respecto a las proyecciones mundiales para 2026, ONU Turismo prevé un crecimiento sostenido del turismo internacional, con un aumento esperado del 3% al 4% en la llegada de turistas internacionales. Asimismo, la IATA espera un crecimiento anual de 4,9% en el tráfico global de pasajeros.

Frente al panorama nacional, el 2026 se perfila como un año de consolidación para el turismo colombiano, según MINCIT se espera llegar a la meta de 7.5 millones de visitantes extranjeros, lo que reflejaría un crecimiento de 8,7% vs 2025.

BIBLIOGRAFÍA

Banco de la República – BanRep. (2025). Balanza de pagos – ingresos por viajes y transporte de pasajeros. Banco de la República de Colombia.

Confecámaras. (2025). Registro de empresas del sector turismo y agencias de viajes en Colombia. Confecámaras.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (2024–2025). Encuesta Mensual de Agencias de Viajes y otras estadísticas del sector turismo. DANE.

International Air Transport Association – IATA. (2025). World Air Transport Statistics y resultados de tráfico aéreo 2025. IATA.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MINCIT. (2025). Estadísticas de turismo internacional y Registro Nacional de Turismo – RNT. Gobierno de Colombia.

Migración Colombia. (2025). Estadísticas de flujos migratorios de visitantes no residentes y salidas de colombianos al exterior 2019–2025. Unidad Administrativa Especial Migración Colombia.

ONU Turismo. (2025). Panorama del turismo internacional 2024–2025 y perspectivas para 2026. UN Tourism.

ProColombia. (2025). Reporte de conectividad aérea nacional e internacional de Colombia – diciembre de 2025. ProColombia.

Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil – Aerocivil. (2025). Estadísticas de transporte aéreo de pasajeros 2019–2025. Aerocivil.

World Travel & Tourism Council – WTTC. (2025). Economic Impact Report 2025. WTTC.

Desde ANATO reafirmamos nuestro compromiso de trabajar en sinergia con el nuevo Gobierno Nacional, bajo la convicción de que **el turismo debe consolidarse como política de Estado.**

Documento elaborado
en abril del año 2026



Asociación Colombiana de
Agencias de Viajes y Turismo

Contáctanos:

Cra. 19B No. 83-63 Piso 8
(+57) 601 914 3131
anato@anato.org
www.anato.org
Bogotá D.C. - Colombia

Síguenos en:

-  @anato_nacional
-  @Anato Nacional
-  @agenciadeviajesanato
-  ANATO Nacional
-  /ANATOColombia
-  @AnatoNacional