La educación es de todos

Mineducación

CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DE TURISMO

ÁREA DE CUALIFICACIÓN: TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA-TUHG

Marco Nacional de Cualificaciones Colombia

PNUD

Contenido

Objetivo general 7

Objetivos específicos 7

1. CARACTERISTICAS DEL SECTOR DEL TURISMO 8

1.1. Definición del Sector 8

1.2. Aspecto socioeconómico: descripción de la situación actual y evolución del sector, esquema de atención nacional y regional 10

1.2.1. Importancia y comportamiento del Sector Turismo en Colombia 10

1.2.2. Estructura organizacional de las empresas turísticas 23

1.2.3. Dinámica empresarial – Sector Turismo 2

1.3. Turismo sostenible 6

1.3.1. Entorno ambiental - Externalidades negativas del turismo 8

1.4. Marco regulatorio, normativo del sector que impacta en la fuerza laboral 10

1.4.1. Normatividad comercial, técnica, para la calidad y el manejo ambiental 13

1.4.2. Normatividad para la fuerza laboral 26

1.4.3. Las políticas, planes (PND 2018 -2022 y Plan Sectorial), programas y proyectos del sector 28

1.5. Proyección a nivel internacional 38

1.5.1. Comportamiento del turismo mundial 38

1.5.2. Principales tendencias en el sector 40

1.5.3. Entorno tecnológico 43

1.5.4. El futuro del empleo en el turismo 46

2. DELIMITACIÓN Y VERIFICACIÓN DEL ÁREA DE CUALIFICACIÓN SELECCIONADA PARA EL TURISMO - TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA-TUHG 49

2.1. Aspectos generales del Sector Turismo a través del CIIU 50

2.1.1. Alojamiento (División 55) 58

2.1.2. Servicios de comidas y bebidas (División 56) 59

2.1.3. Agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas (División 79) 61

2.1.4. Organización de convenciones y eventos comerciales (Clase 8230 en la división 82) 62

2.1.5. Otras actividades relacionadas con el esparcimiento (divisiones 91 y 93) 62

2.1.6. Otras actividades relacionadas con la consultoría turística (divisiones 70 y 84) 63

2.2. Análisis de las Ocupaciones del Sector Turismo - Armonización de las actividades económicas y ocupacionales que hacen parte del sector 64

2.3. Mapas de procesos de las empresas tipo que hacen parte del sector Turismo 89

3. CADENA DE VALOR PARA EL SECTOR TURISTICO 100

3.1. Análisis de las propuestas de cadenas de valor relacionadas con el sector Turismo 100

3.2. Cadena de valor para ejercicio de validación 104

3.3. Diseño de la cadena de valor 109

4. CONCLUSIONES 118

Referencias 119

Gráficas

Gráfica 1 Tasa de crecimiento año corrido PIB alojamiento y restaurantes (2010-2020 II Trimestre) *11*
Gráfica 2 Evolución PIB alojamiento y restaurantes (2010-2020 II Trimestre). Miles de millones de pesos. *12*
Gráfica 3 Exportaciones en la cuenta de viajes y transporte (2010-2019). Millones de dólares *14*
Gráfica 4 Visitantes extranjeros a Colombia (2015-2019) *15*
Gráfica 5 Conteo de empresas por rama de actividad relacionada con Turismo, 2019 ..... *17*
Gráfica 6 Participación de empresas relacionadas con el turismo por departamento (2019) *18*
Gráfica 7 Ocupación hotelera 2010 - 2019. ..... *19*
Gráfica 8 Participación de la población total ocupada en actividades relacionadas con el turismo, 2018 ..... *20*
Gráfica 9 Distribución entre empleo formal o informal en turismo, 2018 ..... *21*
Gráfica 10 Población ocupada en turismo según situación de empleo 2018 ..... *22*
Gráfica 11 Tasa de ocupación hotelera –julio 2019-2020 ..... *3*
Gráfica 12 Encuesta mensual de alojamiento-EMA-DANE *4*
Gráfica 13 Personal ocupado – Muestra Trimestral Agencias de Viajes 2020-Q1 ..... *5*
Gráfica 14 Subsectores con mayor creación de empresas *6*
Gráfica 14 Llegada de turistas internacionales (2009-2019) *39*
Gráfica 15 Llegada de turistas internacionales, 2009-2019, y escenarios para 2020 (millones) *40*
Gráfica 16 Crecimiento del empleo mundial % (2010-2018) *47*
Gráfica 17. Número de actividades CIIU Rev. 4 a nivel clase según división *57*

Ilustraciones

Ilustración 1. Fases metodológicas para el diseño de cualificaciones *6*

Ilustración 2 Organigrama de un hotel con operación de alimentos y bebidas en concesión 25
Ilustración 3 Organigrama grande de un hotel de servicio completo 0
Ilustración 4 Organigrama de Hotel Únicamente con Habitaciones 0
Ilustración 5 Estructura organizacional básica de un restaurante 1
Ilustración 6 Áreas de responsabilidad 1
Ilustración 7 Organigrama de operación de alimentos y bebidas en concesión. 2
Ilustración 8 Organigrama Restaurante grande 0
Ilustración 9 Organigrama restaurante mediano. 0
Ilustración 10 Organigrama restaurante pequeño 1
Ilustración 11 Estructura organizacional restaurante de hotel – Departamento de Alimentos y Bebidas 0
Ilustración 12 Organigrama de agencia de viajes pequeña 0
Ilustración 13 Organigrama de agencia de viajes grande 1
Ilustración 14 Actividades relacionadas con el sector de Turismo que requieren transformarse para lograr una economía más sostenible 8
Ilustración 15 Mapa normativo del Sector Turismo 27
Ilustración 16 Mapa de políticas, planes y programas del Sector Turismo 37
Ilustración 17 Resultados del turismo mundial en 2019 38
Ilustración 18 Estructura jerárquica de la CIIU Rev. 4 A.C. 50
Ilustración 19 Mapa de procesos de un establecimiento de alojamiento y hospedaje 92
Ilustración 20 Mapa de Sub-procesos de un establecimiento de alojamiento y hospedaje 93
Ilustración 21 Mapa de procesos de una Agencia de Viajes 95
Ilustración 22 Mapa de Sub-procesos de una Agencia de Viajes 96
Ilustración 23 Mapa de procesos de un Establecimiento Gastronómico 98
Ilustración 24 Mapa de Sub-procesos de un Establecimiento Gastronómico 99
Ilustración 25 Proceso de diseño de cadena de valor 100
Ilustración 26 Cadena de Valor del Turismo OMT 2013 101
Ilustración 27 Propuesta Cadena Valor Turismo – Universidad Externado de Colombia 2011 103
Ilustración 28 Cadena de valor del Turismo para ejercicio de validación 105
Ilustración 29 Cadena de valor del Sector Turismo 2020 109

Tablas

Tabla 1. Principales resultados Cuenta Satélite de Turismo. Valores a precios corrientes Miles de millones de pesos 2018pr – 2019pr. Base 2015 13
Tabla 2. Gasto turístico interior, según bienes y servicios. Valores a precios corrientes Miles de millones de pesos 2019 pr. Base 2015 13
Tabla 3. Prestadores de Servicios Turísticos RNT en estado activo. 2019 16
Tabla 4 Población ocupada por situación de empleo - Encuesta mensual de alojamiento-EMA-DANE 22
Tabla 5 Variación por tipo vinculación - Encuesta mensual de alojamiento-EMA-DANE 23
Tabla 6 Principales externalidades negativas generados por el Sector del Turismo 10
Tabla 7 Normas técnicas sectoriales alojamiento y hospedaje 20
Tabla 8 Normas técnicas sectoriales establecimientos gastronómicos 21

Tabla 9 Normas técnicas sectoriales agencias de viajes 22
Tabla 10 Normas técnicas sectoriales para Guías de Turismo 23
Tabla 11 Normas técnicas sectoriales para Tiempo Compartido 24
Tabla 12 Normas técnicas sectoriales para Operación de Congresos, Ferias y Convenciones 24
Tabla 13 Normas Técnicas Sectoriales para el Turismo Sostenible (TS) 25
Tabla 14 Políticas públicas para el Turismo en Colombia 28
Tabla 15. Actividades características del turismo para la generación de estadísticas por parte de la OMT (CIIU Rev. 4) y el DANE - Cuenta Satélite de Turismo (CIIU Rev. 3) 52
Tabla 16. Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU Rev. 4 – Sector Turismo 56
Tabla 17 Ocupaciones del área de cualificaciones Sub Sector Alojamiento 67
Tabla 18 Ocupaciones del área de cualificaciones Sub Sector Actividades de servicios de comidas y bebidas 73
Tabla 19 Ocupaciones de las Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas 80
Tabla 20 Ocupaciones de las Actividades de Organización de convenciones y eventos comerciales 84
Tabla 21 Ocupaciones de las Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales 87
Tabla 22 Ocupaciones de las Actividades de parques de atracciones y parques temáticos 88
Tabla 23 Ocupaciones de las Actividades de alquiler y arrendamiento 89
Tabla 24 Resumen de aportes en la construcción de la cadena de valor 106
Tabla 25 Participantes validación de la cadena de valor del sector 111
Tabla 26 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de organizaciones de viajes y reservas 111
Tabla 27 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de transporte 112
Tabla 28 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de alojamiento y hospedaje 113
Tabla 29 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de industrias gastronómicas 114
Tabla 30 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de ocio, excursiones y tours 114
Tabla 31 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de artesanías 115
Tabla 32 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de atractivos turísticos 115
Tabla 33 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de servicios de apoyo 116
Tabla 34 Infraestructura de apoyo 117

Mapas

Mapa 1 Empresas sector turismo por departamento, 2019 19

Introducción

El presente documento constituye el *Documento con la contextualización sector Turismo,* del convenio 20200004 suscrito entre el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Ministerio de Educación Nacional cuyo objeto es el "*Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para aplicar los elementos metodológicos del Marco Nacional de Cualificaciones en el diseño de catálogos de cualificaciones en sectores priorizados por el gobierno con el fin de contribuir al fortalecimiento del talento humano según las necesidades regionales y nacionales*".

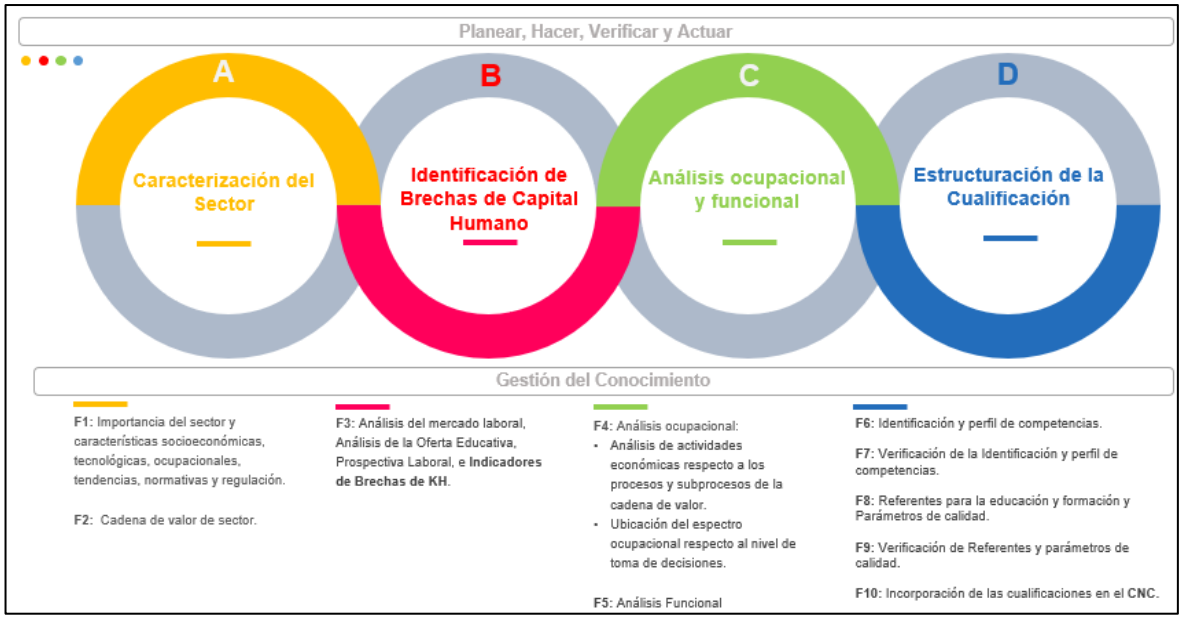
Es así como en las bases del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018 – 2022 en la línea de la "*Alianza por la calidad y pertinencia de la educación y formación del talento humano*", establece que el Ministerio de Educación y el Ministerio del Trabajo reglamentarán el Marco Nacional de Cualificaciones como instrumento del SNC, de tal forma que se logre consolidar en un referente para organizar, dar coherencia, pertinencia y calidad a la oferta educativa y formativa y el reconocimiento de las competencias y aprendizajes obtenidos con la experiencia laboral. Con esto, se proporcionará información sobre los perfiles de salida ocupacional para el acceso al mercado laboral, en atención a las necesidades sociales, productivas regionales y nacionales. También se permitirá avanzar en nuevos catálogos de cualificaciones en sectores estratégicos para el desarrollo social y productivo del país, tales como el de la Economía Naranja, la cultura, los asociados al crecimiento verde, la salud, la logística y el transporte, los priorizados por la Política de Desarrollo Productivo y las demandas que están surgiendo a raíz de la cuarta revolución industrial, entre otros.

Para lograr lo anterior, es necesario dinamizar los espacios de interacción con el sector productivo y demás actores del SNC, e integrar las agendas y actores territoriales, de modo que se identifiquen las necesidades para el cierre de brechas de talento humano según las necesidades regionales y de los sectores económicos.

El Pacto por la Equidad, en la línea de acción de la "*Educación para un futuro con oportunidades para todos*", establece que la educación es la herramienta más poderosa para promover movilidad social y para la construcción de equidad social. En este sentido, el país debe seguir avanzando en el desarrollo de estrategias que conlleven a una transformación del sector educativo. En relación con educación superior, el Gobierno pretende brindar más oportunidades de acceso a una educación superior, para ello propone el desarrollo de estrategias basadas en la calidad y pertinencia de la educación y formación del talento humano.

El diseño de los catálogos de cualificaciones del **Sector Turismo** se enmarca en la aplicación de la ruta metodológica que se concertó entre las entidades que lideran la política del Sistema Nacional de Cualificaciones para diseñar las cualificaciones. La ruta metodológica es la descripción secuencial y ordenada de los pasos que deben realizarse para diseñar cualificaciones teniendo en cuenta los preceptos del Marco Nacional de Cualificaciones (MNC). Consta de cuatro (4) etapas y diez (10) fases tal como se muestra a continuación:

Ilustración 1. Fases metodológicas para el diseño de cualificaciones



Fuente: Ministerio de Educación Nacional, 2020.

En articulación con el Ministerio de Educación Nacional, el Ministerio de Trabajo, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y el SENA, se concertó trabajar en el diseño del catálogo de cualificaciones para el **Sector Turismo**, teniendo en cuenta que este sector presenta grandes oportunidades en divisas, exportación de productos y servicios turísticos fortalecimiento del PIB, empleo, mejora en la calidad de vida de las comunidades receptoras y constructor de paz, con el ánimo de desarrollar grandes y variadas iniciativas en diferentes frentes, siendo una de ellas, el relacionado con el desarrollo del talento humano.

El presente documento consta de tres secciones principales: la caracterización del sector; la delimitación y verificación del área de cualificación; y la cadena de valor sectorial. En la primera sección, se incluyen los aspectos socioeconómicos del sector, el entorno tecnológico, el entorno de la sostenibilidad, el marco regulatorio y normativo, las principales políticas y programas que afectan el empleo y la proyección internacional del sector.

La segunda sección, abarca la descripción del área de cualificación, un análisis de las actividades económicas (CIIU 04 AC.), un análisis de las ocupaciones (CIUO 08. A.C. y otras denominaciones) y la armonización de las actividades económicas y ocupacionales que hacen parte CIIU 04 A. C y CIUO 08 A.C con la descripción del área de cualificación Turismo, Hotelería y Gastronomía-TUHG.

La última sección, por su lado, comprende el análisis de las propuestas de cadenas de valor relacionadas con el sector; las estructuras organizacionales del sector; los mapas de procesos de las empresas tipo que hacen parte del sector; el diseño esquemático de la cadena de valor con sus respectivos eslabones y la identificación de los procesos asociados a estos; la verificación de la cadena de valor propuesta con actores de interés; un análisis de los resultados obtenidos en el proceso de verificación; y finalmente, la versión ajustada de la cadena de valor.

Objetivo general

Realizar la caracterización del **Sector Turismo** en términos de las características socioeconómicas, tecnológicas, ocupacionales, tendencias, normativa y regulación con el fin de identificar insumos clave que aporten al diseño de las cualificaciones que requieren para cualificar el talento humano del sector.

Objetivos específicos

- Definir la importancia del sector a partir de las principales características socioeconómicas, tecnológicas, ambientales, organizacionales, regulatorias, normativas y de proyección internacional.
- Delimitar y verificar el área de cualificación seleccionada por medio del análisis de las actividades económicas relacionadas al sector (CIIU 04 A.C.) y de las ocupaciones del sector (CIUO 08. A.C. y otras denominaciones) con el fin de armonizar las actividades económicas y ocupacionales que hacen parte del sector según las clasificaciones internacionales CIIU y CIUO 08 con las áreas de cualificación propuesta desde el MEN.
- Estructurar la cadena de valor diseñando cada uno de sus eslabones y articulándolos con las actividades económicas (según la CIIU Rev. 04 - A.C.) y las ocupaciones CIUO A.C, y estableciendo los procesos y subprocesos de las estructuras organizacionales del sector (estructura funcional - empresas tipo).
- Verificar la cadena de valor con actores de interés.

1. CARACTERISTICAS DEL SECTOR DEL TURISMO

En esta sección se realiza la caracterización del Sector Turismo a través de descripción de la situación actual y evolución en términos de importancia de la actividad, entorno tecnológico y ambiental, estructura organizacional de las empresas, marco normativo y de planificación y tendencias, con el fin de identificar insumos claves que aporten al diseño de las cualificaciones que se requieren para cualificar el talento humano del sector.

El diseño del catálogo de cualificaciones para el **Sector Turismo** (Área de cualificación de Turismo, Hotelería y Gastronomía-TUHG) requiere conocer las características de éste, en ese sentido esta sección del documento abordará la descripción de las actividades del sector de alojamiento y hospedaje, gastronómico, agencias de viajes, guías de turismo, entre otros; frente a las principales características socioeconómicas, tecnológicas y organizacionales, mientras que frente a los componentes regulatorios, normativos y de proyección internacional el análisis se hará de forma conjunta.

Este proceso se basó en el levantamiento de información secundaria a través de fuentes que resulten estratégicas para el sector y las fuentes primarias serán usadas para el desarrollo y validación tanto del área de cualificación como de la cadena de valor del sector.

1.1. Definición del Sector

Desde una perspectiva general el turismo se define como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, por un periodo inferior a un año, por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico, el cual se refiere al dinero pagado por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2019, pág. 127).

El turismo se diferencia de acuerdo con el origen del visitante y lugar donde realiza el viaje:

- Turismo receptor: es el realizado por los extranjeros que visitan al país.
- Turismo emisor: es el realizado por los residentes de Colombia fuera del país.
- Turismo interno: es el realizado dentro de las fronteras nacionales de Colombia por los propios residentes del país.

Las actividades características del turismo son aquellas que generan principalmente productos propios del turismo, que son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2019, pág. 127):

- El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda).
- El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes.

Por la naturaleza de la actividad, el producto turístico no tiene unos límites claramente definidos, en la medida en que el turista no consume un único producto o servicio, cuando visita un destino, sino una serie de ellos que constituye un conjunto de experiencias. El turismo no es una actividad que se realice sin contexto, trasciende al destino o territorio por lo que forma parte de un proceso amplio con múltiples vínculos.

El término industrias turísticas incluye aquellas que producen normalmente productos característicos del turismo. Para el análisis del sector a partir de las actividades según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme se entenderá como sector del turismo las divisiones que están directamente relacionadas con el código **TUHG (Turismo, Hotelería y Gastronomía)**, que en términos generales incluyen: el alojamiento, los servicios de comida y bebidas, las agencias de viajes y turismo, la organización de convenciones y eventos y las actividades de ocio y esparcimiento. Este análisis se detallará en la Sección 2.1 sobre Aspectos generales del turismo en términos de actividades económicas CIIU.

La Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo) define como **Prestador de Servicios Turísticos** a toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el Registro Nacional de Turismo- RNT.

La Ley 300 de 1996 en el Artículo 61° estableció el Registro Nacional de Turismo - RNT y el Artículo 12° de la Ley 1101 de 2006 define los prestadores de servicios turísticos obligados a registrarse en el RNT antes de iniciar sus operaciones en Colombia.

El Artículo 62° de la Ley 300 de 1996, el Artículo 3° de la Ley 1101 de 2006 (modifica el Artículo 62 de la Ley 300/96) y el Artículo 16° de la Ley 1558 de 2012 (modifica el artículo 3° de la Ley 1101 de 2006 y el 62° de la Ley 300 de 1996), relacionan cuales son los Prestadores de Servicios Turísticos aportantes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo, los cuales actualmente son 24, así:

1. Los hoteles, centros vacacionales y servicios de alojamiento prestados por clubes sociales.
2. Las viviendas dedicadas ocasionalmente al uso turístico o viviendas turísticas, y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.
3. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
4. Las oficinas de representaciones turísticas.
5. Las empresas dedicadas a la operación de actividades de turismo de naturaleza o aventura, tales como canotaje, balsaje, espeleología, escalada, parapente, canopy, buceo y deportes náuticos en general.
6. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, excepto las universidades e instituciones de educación superior y los medios de comunicación que realicen actividades de esta naturaleza cuando su objeto o tema sea afín a su misión.
7. Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.
8. Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.
9. Las empresas comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.

10. Los bares y restaurantes turísticos clasificados como tal, de acuerdo a resolución emanada del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
11. Los centros terapéuticos o balnearios que utilizan con fines terapéuticos aguas, minero-medicinales, tratamientos termales u otros medios físicos naturales.
12. Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados.
13. Los parques temáticos.
14. Los concesionarios de aeropuertos y carreteras.
15. Las empresas de transporte de pasajeros: aéreas y terrestres, excepto el transporte urbano y el que opera dentro de áreas metropolitanas o ciudades dormitorio.
16. Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.
17. Los concesionarios de servicios turísticos en parques nacionales que presten servicios diferentes a los señalados en este artículo.
18. Los centros de convenciones.
19. Las empresas de seguros de viaje y de asistencia médica en viaje.
20. Las sociedades portuarias, marinas o puertos turísticos, por concepto de la operación de muelles turísticos.
21. Los establecimientos del comercio ubicados en las terminales de transporte de pasajeros terrestre, aéreo y marítimo.
22. Las empresas operadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.
23. Las empresas asociativas de redes de vendedores multinivel de servicios turísticos.
24. Los guías de turismo.

1.2. Aspecto socioeconómico: descripción de la situación actual y evolución del sector, esquema de atención nacional y regional

En esta sección se presentará la descripción de la situación actual y la evolución del **Sector Turismo** a través de tres componentes: la importancia y comportamiento del sector turismo en Colombia a través de cifras y estadísticas representativas para el análisis sectorial; la estructura organizacional de las principales actividades económicas del sector (alojamiento y hospedaje, restaurantes y agencias de viajes); por último, la dinámica empresarial en estas actividades.

1.2.1. Importancia y comportamiento del Sector Turismo en Colombia

En esta sección se describen los principales indicadores económicos de la industria turística haciendo uso de la información oficial disponible, con el objetivo de describir su importancia económica partiendo de la identificación de su participación en el PIB, las exportaciones, la llegada de visitantes extranjeros, la generación de empleo, la distribución empresarial y la presencia de estas actividades en el territorio.

1.2.1.1. Participación del turismo en la economía nacional

Para medir el tamaño del sector turismo en la economía nacional se utilizan principalmente las cifras del Producto Interno Bruto (PIB) sectorial y de la Cuenta Satélite de Turismo.

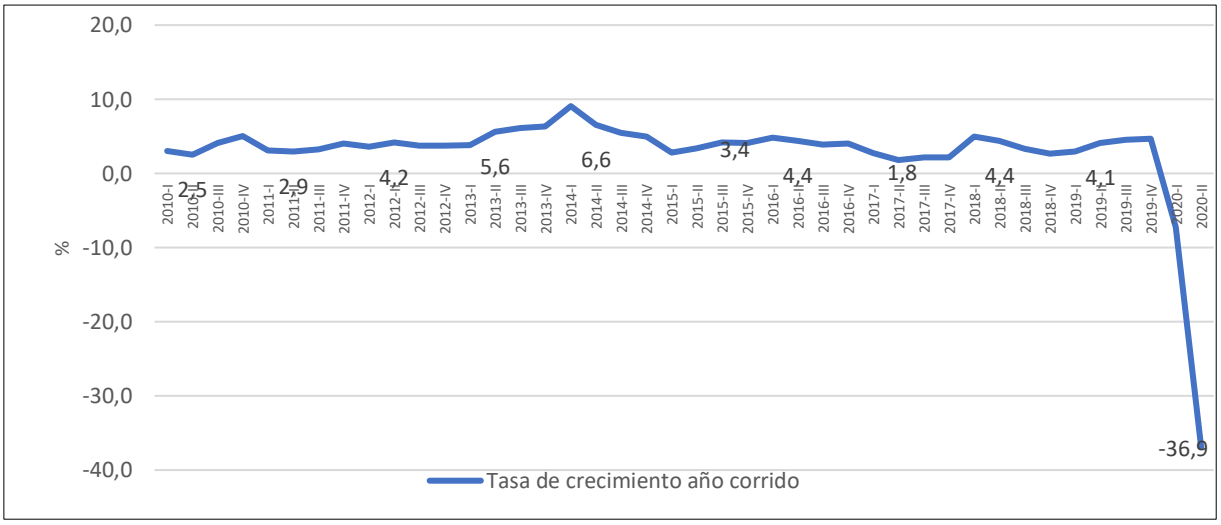
La medición del PIB sectorial la realiza el DANE y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo considerando el valor de la producción de los bienes y servicios producidos bajo las divisiones CIIU Rev3 relacionadas con alojamiento y servicios de comida y bebidas. Es necesario aclarar que en la práctica no siempre es posible obtener la información estadística sobre el valor agregado de algunas actividades económicas, por tanto este cálculo del PIB sectorial excluye algunas actividades características del turismo a nivel clase que se encuentran dentro de otras divisiones que las agrupan junto con actividades no relacionadas con el sector, lo que en términos estadísticos limita la desagregación y representatividad de aquellas que si se consideran propias del turismo.

Con el objetivo de ampliar el conocimiento sobre las actividades turísticas, siguiendo las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el DANE elabora la Cuenta Satélite de Turismo (CST), la cual es una extensión del sistema de cuentas nacionales que incorpora tanto la perspectiva de la demanda, a través del consumo de los visitantes, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo del turismo, como la perspectiva de la oferta de las actividades turísticas teniendo como base la cuota de su producción que es adquirida por los visitantes (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2019). En consecuencia, la CST permite profundizar sobre el consumo y el gasto turístico receptor, interno e interior por actividades.

- ***Producto Interno Bruto alojamiento y restaurantes***

En 2019, el Producto Interno Bruto de alojamiento y restaurantes ascendió a $34.113 miles de millones, lo que significó un crecimiento de 4,7% frente a 2018. Durante la última década el crecimiento promedio anual del PIB sectorial fue de 4,2%; lo anterior contrasta con el comportamiento del primer semestre de 2020 en el que PIB del sector hoteles y restaurantes fue de $10.686 miles de millones, equivalente a una caída de -36,9% frente al mismo periodo del año anterior debido a las restricciones de viaje introducidas en respuesta a la pandemia de COVID-19 (ver gráfica 1). (MinCIT, 2020).

Gráfica 1 Tasa de crecimiento año corrido PIB alojamiento y restaurantes (2010-2020 II Trimestre)

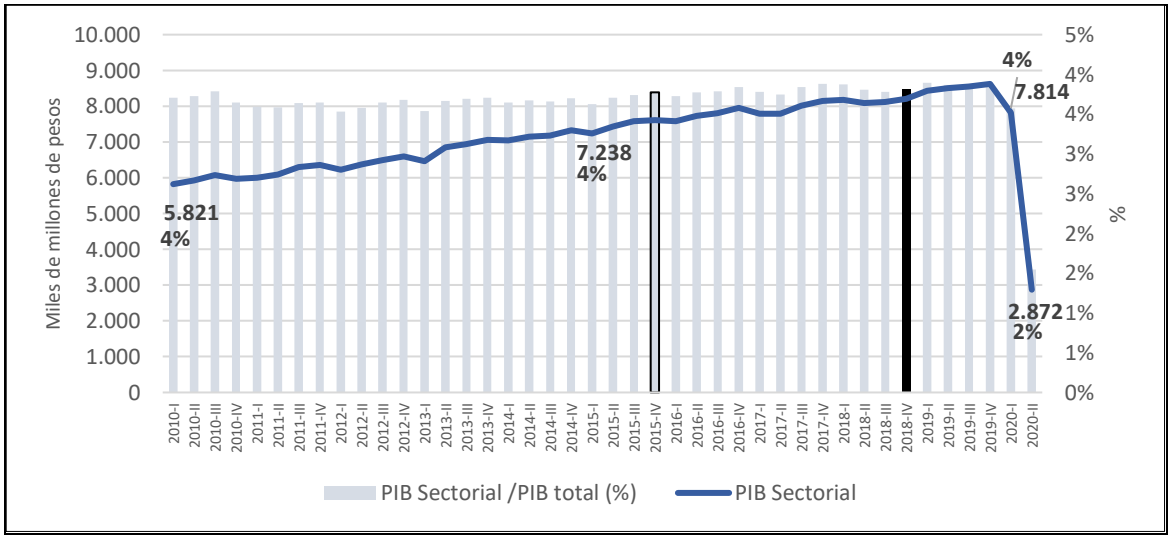


Fuente: DANE 2020 -series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

La situación mundial de emergencia por la pandemia y las medidas de aislamientos preventivo obligatorio para evitar la propagación del coronavirus fueron asumidas por Colombia con la declaratoria de Estado de Emergencia económica, social y ecológica en todo el territorio nacional, y con una cuarentena decretada el 24 de marzo de 2020, que incluyó entre otras, restricciones para la actividad turística y de restaurantes, así como la suspensión de la operación de rutas aéreas y cruceros desde el 20 de marzo de 2020 y la suspensión de la circulación por el territorio nacional. Después de cinco meses de cierre el Decreto 1168 de 2020 con el inicio de la etapa de aislamiento selectivo se dio vía a una apertura gradual para que el país retomara la actividad turística a partir del primero de septiembre de 2020.

El sector de alojamiento y restaurantes representó hasta 2019 el 4% del PIB del total, mientras que durante el segundo trimestre de 2020 el aporte de este sector al PIB total se redujo a 2% (ver gráfica 2).

Gráfica 2 Evolución PIB alojamiento y restaurantes (2010-2020 II Trimestre). Miles de millones de pesos.



Fuente: DANE 2020 -series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

- ***Valor agregado y gasto turístico en la Cuenta Satélite de Turismo - CST***

Según la Cuenta Satélite de Turismo del DANE en 2019 el sector turismo participó con el 2,15% en el valor agregado nacional, con un total de $20.705 miles de millones, lo que representó un crecimiento de 12,1% frente a 2018; superando de manera significativa el crecimiento de esta variable frente a 2017 cuando fue de 6,8%. El gasto del turismo receptor fue de 22,6 billones de pesos en 2019 (cifras preliminares del DANE), lo que representó un incremento de 15% frente a 2018 cuando el gasto fue de $19,6 billones de pesos. Por su parte, el gasto del turismo interno presentó una tasa de crecimiento de 8,6% al pasar de $16,9 billones de pesos en el año 2018 a 18,3 billones en 2019 (DANE, 2020). (Ver tabla 1)

Tabla 1. Principales resultados Cuenta Satélite de Turismo. Valores a precios corrientes Miles de millones de pesos 2018pr – 2019pr. Base 2015

Concepto	2018p	2019pr
Gasto turístico receptor, según bienes y servicios.	19.641	22.591
Gasto del turismo interno, según bienes y servicios.	16.892	18.347
Gasto turístico interior	**36.533**	**40.938**
Total Turismo - Gasto turístico emisor		
Gasto turístico emisor	16.745	18.569
Total Turismo - Cuenta de producción	**36.533**	**40.938**
Consumo intermedio	18.056	20.233
Valor agregado	**18.477**	**20.705**
Remuneración de los asalariados	5.995	(…)
Impuestos menos subvenciones sobre la producción e importaciones	405	(…)
Ingreso mixto bruto	7.427	(…)
Excedente de explotación bruto	4.649	(…)
Valor Agregado Nacional	894.790	961.808
Participación en el valor agregado nacional del sector turismo	**2,06**	**2,15**
Crecimiento del valor agregado turístico	6,8	12,1

Fuente: DANE, Cuentas Nacionales – Cuenta Satélite de Turismo
P: provisional Pr: preliminar
(…) cifra aún no disponible

A partir de los datos de 2019 preliminares se observa que los gastos del turismo receptivo se distribuyen principalmente en servicios de transporte aéreo de pasajeros, con una participación del 28,4% dentro del total de los gastos, seguido de alimentos y bebidas y servicios de alojamiento, con participaciones de 23,8% y 15,5%, respectivamente. En contraste con el turismo receptivo el gasto del turismo interno se destina en orden de importancia a la adquisición de servicios de provisión de alimentos y bebidas con una participación de 33,9%; seguido de lejos por el gasto en servicios de alojamiento para visitantes y de los servicios de transporte de pasajeros por carretera, con participaciones de 18,9% y 14%, respectivamente (DANE, 2020). (Ver tabla 2)

Tabla 2. Gasto turístico interior, según bienes y servicios. Valores a precios corrientes Miles de millones de pesos 2019 pr. Base 2015

Productos	Gasto turístico receptor [1]	Gasto turístico interno [2]	Gasto turístico interior
Gasto total	**22.591**	**18.347**	**40.938**
Servicios de alojamiento para visitantes	3.509	3.463	6.973
Servicios de provisión de alimentos y bebidas	5.382	6.221	11.603
Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril			
Servicios de transporte de pasajeros por carretera	2.261	2.573	4.834
Servicios de transporte de pasajeros por agua			
Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6.405	2.143	8.548
Servicios de alquiler de equipos de transporte	0	42	42

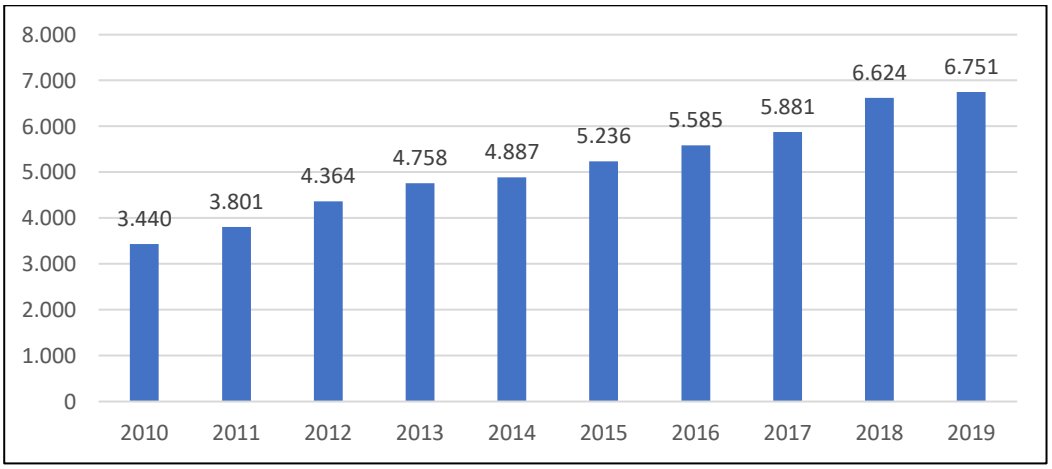
Agencias de viajes y otros servicios de reserva	132	172	304
Servicios culturales deportivos y recreativos	1.235	915	2.149
Bienes de consumo*	2.938	1.629	4.566
Otros servicios**	730	1.189	1.919

Fuente: DANE, Cuentas nacionales – Cuenta Satélite de Turismo
P: provisional Pr: preliminar
*Bienes adquiridos por los visitantes en el transcurso de sus viajes para uso propio o para regalo **Incluye servicios asociados al turismo no clasificados previamente
[1] Únicamente aeropuertos
[2] Gasto turístico interno solo corresponde a las 24 principales ciudades

1.2.1.2. Comercio exterior

Como se puede ver en la gráfica 3, en 2019 ingresaron USD $6.751 millones en la cuenta de viajes y transporte de pasajeros aéreos, 1,9% por encima respecto al año anterior. El comportamiento positivo de la cuenta se ha mantenido en los último 10 años.

Gráfica 3 Exportaciones en la cuenta de viajes y transporte (2010-2019). Millones de dólares



Fuente: Banco de la República - Cálculos OEE - MINCIT. Elaboración propia a partir de CITUR, reporte 07/11/2020.

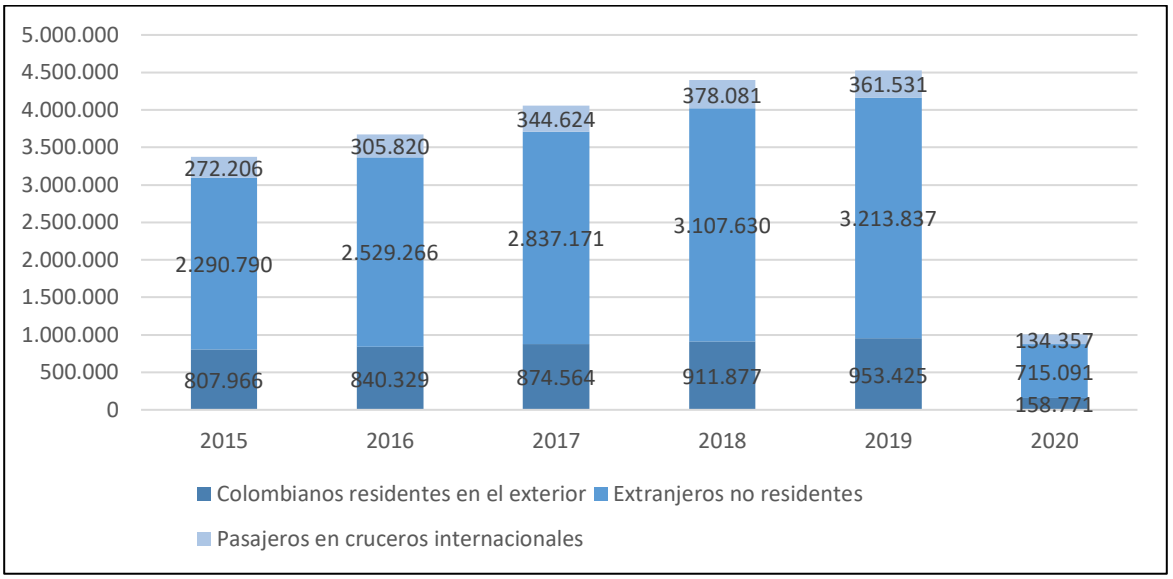
En 2019 se movilizaron más de 40,3 millones de personas por vía aérea, de las cuales 26,2 millones lo hicieron en vuelos nacionales y 14,1 millones en vuelos internacionales, el crecimiento del tráfico aéreo en este año fue del 9,1% frente a 2018. Bogotá fue la ciudad que más recibió pasajeros nacionales regulares, seguido de Medellín (Rionegro), Cartagena y Cali.

Colombia recibió 4´528.793 visitantes extranjeros por medio aéreo, terrestre y marítimo (incluidos colombianos residentes en el exterior) en 2019, lo que representó un crecimiento de 3% frente a 2018, una cifra positiva, aunque inferior a las de 2017 y 2018 cuando las tasas de crecimiento anual fueron de 10,4% y 8,4%, respectivamente.

En el primer semestre de 2020 llegaron al país cerca de 1´008.219 visitantes extranjeros no residentes por medio aéreo, terrestre y marítimo, lo que representó una abrupta caída

de -54,5% frente al mismo periodo de 2019, consecuencia de la crisis en el sector desencadenada por la pandemia (ver gráfica 4).

Gráfica 4 Visitantes extranjeros a Colombia (2015-2019)



Fuente: Migración Colombia. Puertos de Cartagena, Santa Marta y San Andrés - Cálculos OEE-MINCIT (2020-06). Elaboración propia a partir de CITUR, reporte 07/11/2020.

Según datos del Informe de Competitividad Global de Viajes y Turismo 2019[1] publicado cada dos años por el Foro Económico Mundial, Colombia ocupó el puesto 55 entre 140 economías, aumentando 7 posiciones frente al año 2017 (posición 62 entre 136 en el 2017) y 6 posiciones más frente al año 2015 (posición 68 entre 141 en el 2015). Colombia se situó en la décima posición en el ranking de las Américas (23 economías de Sur, Centro y Norteamérica. (Foro Economico Mundial, 2019)

De acuerdo con el Informe el turismo colombiano mejoró su posición debido a que elevó su puntaje en 10 de los 12 pilares medidos por el índice, en los que se destaca: competitividad de precios, ambiente y sostenibilidad, infraestructura y transporte aéreo, infraestructura terrestre y de puertos, disponibilidad de TICS, seguridad, salud e higiene, mercado laboral, priorización del turismo y apertura internacional. El país se posicionó en el puesto 19 a nivel mundial en el pilar de recursos naturales y en el 25 en temas culturales. En materia de seguridad, Colombia quedó ubicada en el puesto 133 a nivel mundial, con lo cual dejó de ocupar la última posición en la lista de países de la versión 2017 del índice.

[1] Foro Económico Mundial (2019). Informe de Competitividad Global en Viajes y Turismo 2019. https://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/#economy=COL

1.2.1.3. Empresas de sector turístico

En 2019 se encontraban registrados como activos en el Registro Nacional de Turismo 43.209 Prestadores de Servicios Turísticos – PST en todo el territorio nacional. La categoría de prestadores que mayor cantidad de empresas formales reportó fue la de Establecimientos de alojamiento y hospedaje con el 63,7% del total, seguido de las Agencias de viaje con una participación del 22%, los Guías de Turismo y los Establecimientos de gastronomía y similares con participaciones de 3,5% y 3,4%, respectivamente (ver tabla 3). El número de PST creció un 38,1% frente a los 31.279 PST activos de 2018, lo cual da cuenta no solo del crecimiento de la oferta sino también de los esfuerzos de formalización de los prestadores a través de la inscripción en el RNT.

Tabla 3. Prestadores de Servicios Turísticos RNT en estado activo. 2019

CATEGORÍA	Número	% Participación
ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	**27.540**	**63,7%**
AGENCIA DE VIAJES	**9.810**	**22,7%**
GUIA DE TURISMO	**1.528**	**3,5%**
ESTABLECIMIENTO DE GASTRONOMIA Y SIMILARES	**1.482**	**3,4%**
OPERADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES	763	1,8%
ARRENDADORES DE VEHICULOS PARA TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL	381	0,9%
OFICINA DE REPRESENTACION TURISTICA	630	1,5%
EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR	844	2,0%
CONCESIONARIOS DE SERVICIOS TURISTICOS EN PARQUE	30	0,1%
PARQUES TEMÁTICOS	87	0,2%
USUARIOS OPERADORES, DESARROLLADORES E INDUSTRIALES EN ZONAS FRANCAS TURISTICAS	4	0,0%
EMPRESA DE TIEMPO COMPARTIDO Y MULTIPROPIEDAD	63	0,1%
EMPRESAS CAPTADORAS DE AHORRO PARA VIAJES Y DE SERVICIOS TURISTICOS	47	0,1%
Total	43.209	100,0%

Fuente: MINCIT - Dirección de Análisis Sectorial y RNT. Elaboración propia a partir de CITUR, reporte 07/11/2020

Tomando como referencia el directorio empresarial del DANE, en la **gráfica 5**, se observa que, entre las actividades características del turismo, de acuerdo con la clasificación CIIU-Rev04, las empresas relacionadas con las actividades de servicios de comida y bebidas son las que mayor peso tienen, seguidas por las actividades de agencias de viajes y por el alojamiento, en su mayoría el correspondiente al alojamiento en hoteles.

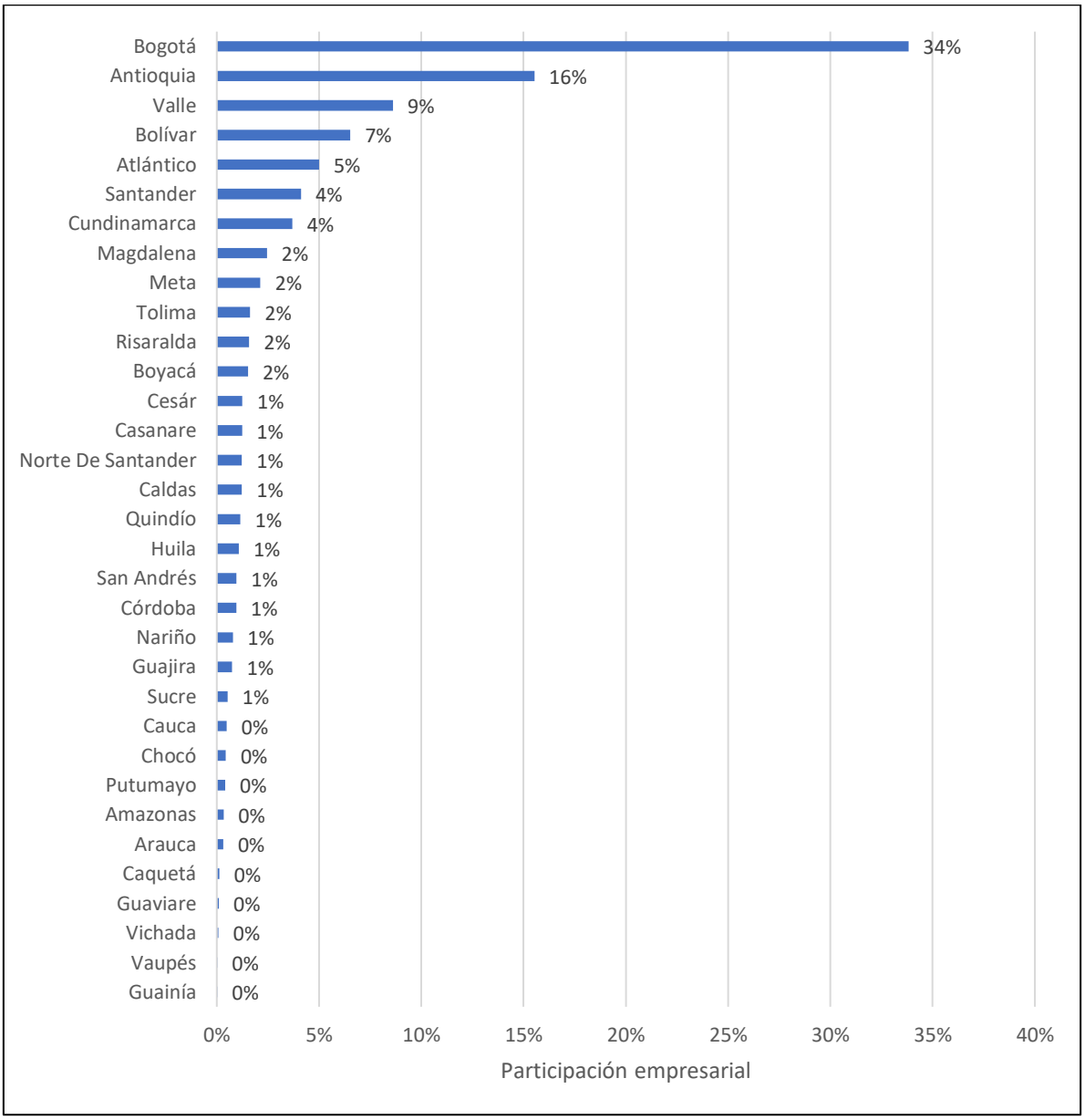
Al analizar la distribución territorial de las empresas que realizan actividades relacionadas con el Turismo, Bogotá y Antioquia con participaciones de 34% y 16%, representan cerca de la mitad del tejido empresarial turístico del país, seguido de lejos por Valle, Bolívar y

Atlántico, cuyas empresas representan el 9%, el 7% y el 5% del total de empresas del país (ver gráfica 6).

Gráfica 5 Conteo de empresas por rama de actividad relacionada con Turismo, 2019

Fuente: Directorio empresarial DANE 2019.

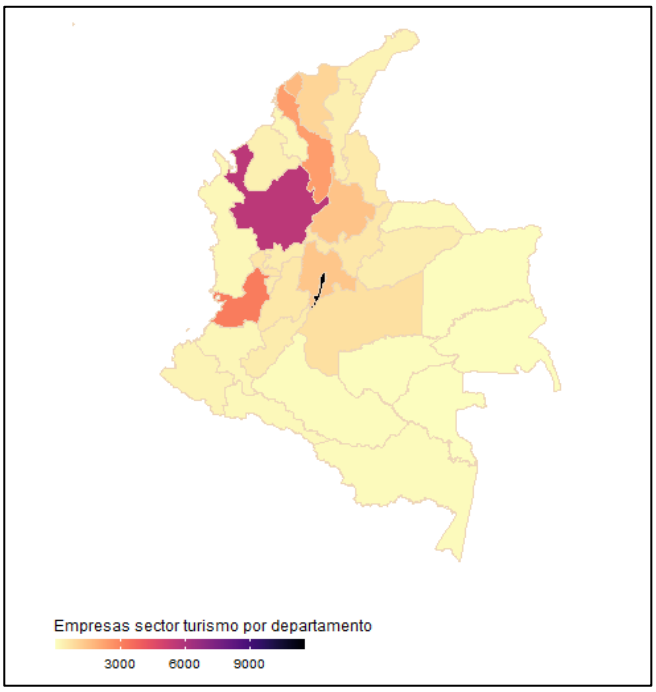
Gráfica 6 Participación de empresas relacionadas con el turismo por departamento (2019)



Fuente: Directorio empresarial DANE 2019.

En el **mapa 1** se presenta la distribución territorial de las empresas que realizan actividades relacionadas con el Turismo, allí se observa en color negro que la mayor concentración del tejido empresarial está ubicada en Bogotá, seguido por Antioquia representado en color morado, Valle y Bolívar en color naranja, Atlántico, Santander y Cundinamarca en color crema, Magdalena, Meta, Tolima, Risaralda y Boyacá con un color menos intenso; lo que demuestra las inmensas posibilidades de desarrollo empresarial en el resto del territorio. (ver mapa1)

Mapa 1 Empresas sector turismo por departamento, 2019

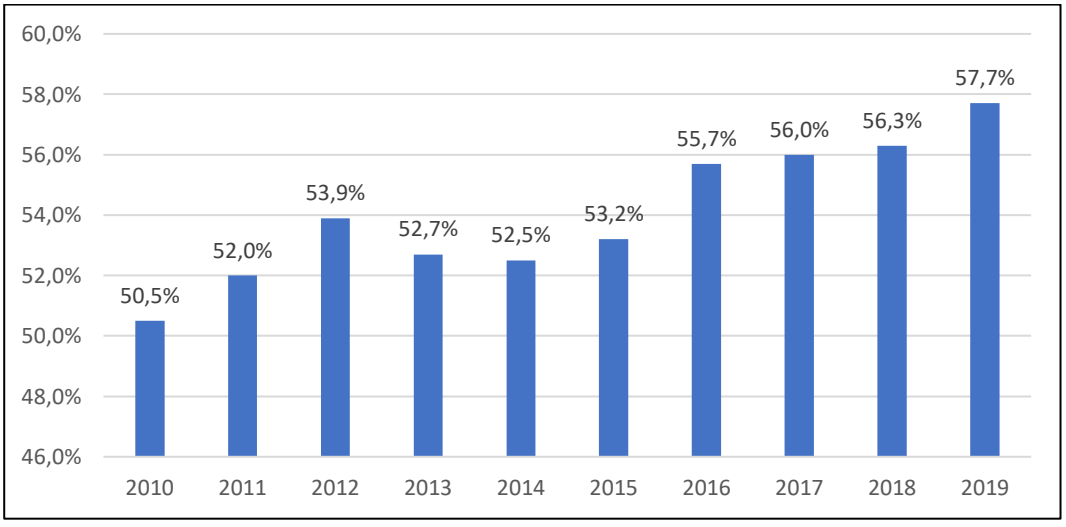


Fuente: Elaboración propia PUND con base en DANE 2019

1.2.1.4. Ocupación hotelera

En el año 2019, la ocupación hotelera fue de 57,7%, 1,4 puntos porcentuales por encima del año 2018. Es la cifra más alta de la historia. De acuerdo con COTELCO, la ocupación hotelera en año 2019 se ubicó en 57%, las tres regiones con mayor ocupación hotelera en 2019 fueron San Andrés con 71,6%, Cartagena con 66,5% y Bogotá 62,7%.

Gráfica 7 Ocupación hotelera 2010 - 2019.



Fuente: Muestra Mensual Hotelera – DANE. Elaboración propia a partir de CITUR, reporte 07/11/2020.

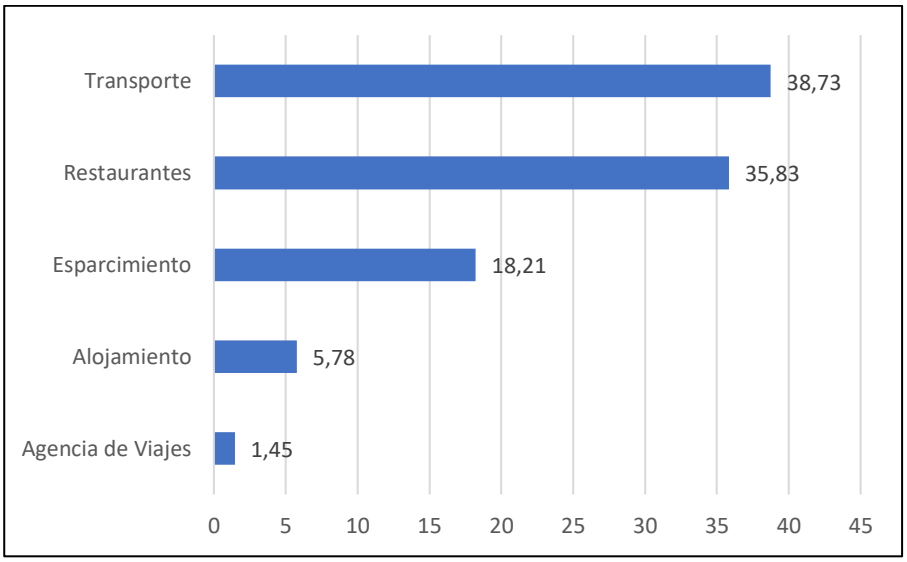
Según la muestra hotelera del DANE, el buen comportamiento del sector también se evidencia en los ingresos hoteleros que registraron un crecimiento de 10,6% en lo corrido de 2019, 2,9 puntos porcentuales por encima del año 2018, y el crecimiento más alto para un año desde 2006.

1.2.1.5. Mercado laboral

En materia de mercado laboral, se utilizan las cifras de población ocupada, según la rama de actividad de la empresa en la cual trabaja de la Gran Encuesta Integrada de Hogares – GEIH. Para la generación de cifras de empleo del sector turismo, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (CITUR, 2020) agrupa en 5 categorías las actividades CIIU 3 REV 3 A.C a nivel clase que se encuentran asociadas al sector, pero distribuidas en varias secciones, divisiones y grupos. Las categorías utilizadas para agrupar la rama a 4 dígitos son: alojamiento, restaurantes, transporte, agencias de viajes y esparcimiento.

Según la GEIH- DANE 2019[2], la rama Comercio, Hoteles y Restaurantes tiene una participación en el total de ocupados de 27,45%. En Colombia durante el año 2018 el turismo generó 1.974.185 empleos, lo que representó un incremento de 3,7% frente a 2018, y se tradujo en 71.241 nuevos empleos.

Gráfica 8 Participación de la población total ocupada en actividades relacionadas con el turismo, 2018



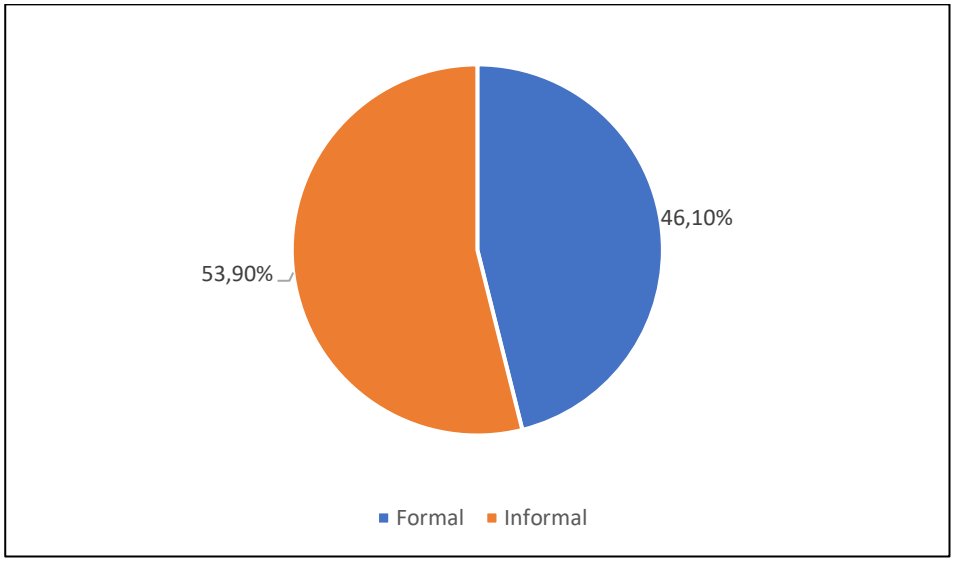
Fuente: DANE – Gran Encuesta Integrada de Hogares (2018). Elaboración propia a partir de CITUR, reporte 08/11/2020.

[2] Los datos de mercado laboral de la GEIH para las diferentes ramas de actividad representan una aproximación en ordenes de magnitud, pero no a cifras precisas de números de ocupados debido a que la Encuesta no está diseñada para ser representativa a este nivel de desagregación sectorial, por lo que se usa la GEIH anual.

Los sectores con mayor población ocupada[3] fueron transporte (38,7%) y restaurantes (35,8%), seguido de lejos por esparcimiento (18,2%), alojamiento (5,8%) y agencias de viajes (1,4%) (MinCIT. 2019). Ver gráfica 8.

Como se puede ver en la gráfica 9, si se analiza el tipo de empleo que genera el sector, el 53,9% es empleo informal y el 46,10% es formal (CITUR, 2020). Para 2019 solo el 19% de los empleados en el subsector de Hoteles, restaurantes, bares y similares agrupados en la división 55 CIIS REV 4 AC se reportaba como cotizante o pensionado (GEIH, 2019).

Gráfica 9 Distribución entre empleo formal o informal en turismo, 2018

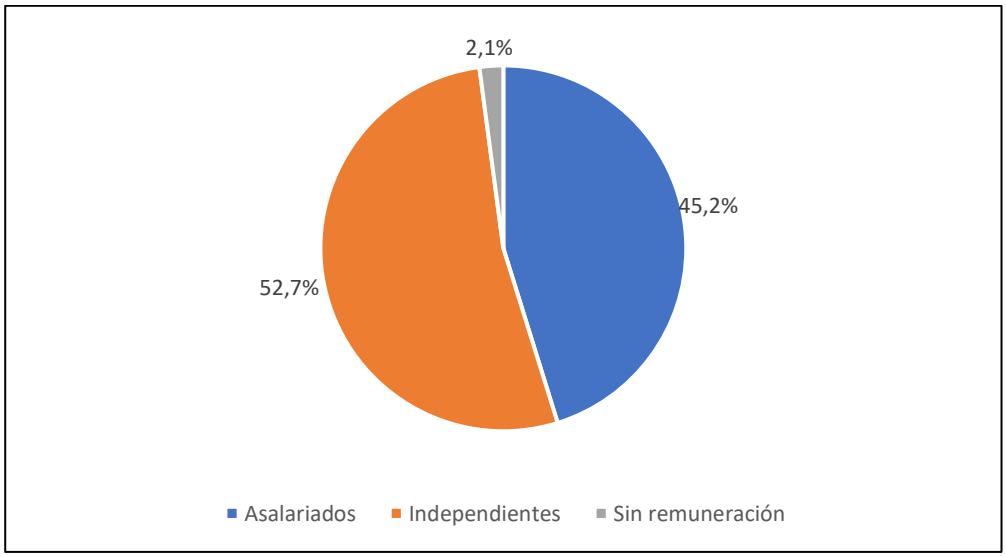


Fuente: DANE -GEIH 2018. Elaboración propia a partir de CITUR, reporte 08/11/2020.

En términos de situación del empleo para 2018 el 52,7% de la población ocupada en turismo correspondía a independientes frente a un 45,2% asalariados (Ver gráfica 10). El trabajo asalariado se refiere a un trabajo remunerado por salario o sueldo en efectivo o a destajo, con comisión, propina o pago en especie. Los trabajadores independientes son las personas que explotan su propia empresa económica o que ejercen por su cuenta una profesión u oficio.

[3] Estos sectores corresponden a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Revisión 3 adaptada para Colombia. (CIIU 3 REV 3 A.C)

Gráfica 10 Población ocupada en turismo según situación de empleo 2018



Fuente: DANE -GEIH 2018. Elaboración propia a partir de CITUR, reporte 08/11/2020.

De acuerdo con la Encuesta Mensual de Alojamiento-EMA del DANE el sector de alojamiento la población ocupada en trabajo asalariado representaba para el año 2010 el 40,5% del total y ocho años después en 2018, un 45.2%, con un aumento porcentual de 4,7% lo que demuestra el crecimiento real de este subsector en los últimos años. Por su parte los trabajadores independientes para el año 2018 representaban 52,7% mostrando una reducción de 3,2 puntos porcentuales comparada con el año 2010. Finalmente, las personas sin remuneración disminuyeron en 1,5% entre el 2010 y el 2018 lo que evidencia el esfuerzo de la formalización de las empresas de alojamiento turístico. (ver tabla 4)

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo para el 2019 la inversión extranjera en hotelería ascendió a USD$ 243 millones en 21 proyectos construidos, que representaron 2.300 nuevas habitaciones, es decir se registró un crecimiento de 85,7 %, al alcanzar la cifra de US$2.129 millones, en comparación con 2018 que representó el 21,6 % de la inversión no minero-energética en el país y ubicó al sector en el tercer lugar, después de servicios financieros y actividades petroleras. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

Tabla 4 Población ocupada por situación de empleo - Encuesta mensual de alojamiento-EMA-DANE

Descripción	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Asalariados	40.5%	40.3%	41.3%	43.3%	42.8%	44.8%	46.3%	45.7%	45.2%
Independientes	55.9%	55.9%	55%	53.2%	54%	53%	53.7%	52.3%	52.7%
Sin remuneración	3.6%	3.8%	3.7%	3.5%	3.2%	2.3%	2%	2%	2.1%
Total General	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: DANE - Gran Encuesta Integrada de Hogares (2018)
Variación anual = ((Valor mes año actual-valor mes año anterior) / (valor mes año anterior) *100.

Lo anterior representa un avance en el propósito de formalización del empleo en el sector turismo, no obstante, al analizar el tipo de vinculación en el alojamiento se observa que el personal permanente viene presentando variaciones negativas en los últimos tres años consecutivos para los que se tiene información (Ver tabla 5).

Tabla 5 Variación por tipo vinculación - Encuesta mensual de alojamiento-EMA-DANE

Descripción	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Personal permanente	1,2	2	1	0,7	4,7	3,6	1,7	-0,7	-1	-3,6
Resto de personal	3,9	-0,1	5,6	1,1	8,3	6,1	-1,1	1,5	6,5	2,8
Total de personal	2,2	1,3	2,6	0,9	6	4,6	0,6	0,1	1,8	-1,1

Fuente: *DANE - Muestra Mensual de Hoteles (2020-04)*

1.2.2. Estructura organizacional de las empresas turísticas

Las empresas con una clara estructura organizacional son más efectivas, eficientes, productivas y competitivas, pues tienen establecida la cantidad de recurso humano que requieren para poder llevar a cabo sus funciones, también tienen delimitadas las responsabilidades y los responsables de cada área o proceso, así como sus superiores.

El término “estructura organizativa” se refiere al andamiaje jerárquico en el que se define el reparto interno de roles dentro de la empresa. Por tanto, es necesario definir una estructura empresarial que se adapte a los objetivos individuales de la empresa (por ejemplo, aumento en la producción o crecimiento para el futuro), estableciendo qué puestos de trabajo y departamentos existen en la empresa, las responsabilidades y poderes directivos existentes, cómo se establece la red de relaciones y cómo funciona el flujo de mando y el flujo vertical de información.

De acuerdo con (Robins, 2005) la estructura organizativa es la distribución formal de los empleos dentro de una organización, proceso que involucra decisiones sobre especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y formalización y a partir de este marco general se establecen las funciones que cumple una empresa, constituyéndose como la base para fijar procedimientos y rutinas en el trabajo diario, los cuales se concretan y complementan con instrumentos adicionales (como la planificación y el liderazgo) y, en la práctica, con las actividades de los implicados.

En función del objetivo que la empresa persiga, su estructura organizativa puede variar y toda esta información se plasma en un organigrama que sirve de orientación tanto para la dirección como para los (nuevos) empleados.

Las empresas del sector turismo tiene una estructura organizacional concentrada sobre todo en sus funciones, pero la organización requiere de una estructura formal, para llevar a cabo su misión y objetivos.

Un organigrama, es una representación esquemática de las relaciones entre posiciones dentro de una organización. Esta muestra como cada posición encaja dentro de la organización, lo mismo donde recaen las responsabilidades y líneas de autoridad de esas divisiones. Las líneas punteadas, indican relaciones que involucran un grado alto de cooperación y comunicación, pero no una relación directa, para reportarse. (Michael L. Kasavana & Richard, 2009)

La organización requiere de una estructura formal, para llevar a cabo su misión y objetivos. Un organigrama, es una representación esquemática de las relaciones entre posiciones dentro de una organización. Esta muestra como cada posición encaja dentro de la organización, lo mismo donde recaen las responsabilidades y líneas de autoridad de esas divisiones. Las líneas punteadas, indican relaciones que involucran un grado alto de cooperación y comunicación, pero no una relación directa, para reportarse. (Michael L. Kasavana & Richard, 2009)

Un organigrama debe ser flexible, revisado anualmente o más a menudo, si las condiciones del negocio, cambian significativamente. Las responsabilidades de los empleados pueden cambiar, a medida que los individuos asumen más deberes, dependiendo de sus debilidades y fortalezas. Algunas organizaciones listan el nombre de cada empleado en el organigrama junto con su título.

El análisis de las estructuras organizaciones del sector turístico se realizan con base en la configuración funcional estructural a partir de los niveles jerárquicos de la planeación estratégica de una empresa:

- Planificación estratégica (directivos)
- Control administrativo (supervisión)
- Control operacional (operación)

También se revisó las estructuras organizacionales a partir del concepto de Centros de Responsabilidad definidos en Departamentos Operados (razón de ser del negocio y que producen los ingresos al establecimiento) y Departamentos no-operados (que apoyan al departamento operados para producir esos ingresos).

Finalmente, se revisó las estructuras a partir del concepto de Áreas de Responsabilidad definidos en Centros de Producción (producen los ingresos al establecimiento) y Centros de Servicio (son el soporte para la operación), a partir de aquí se establecen los procesos operacionales y sus respectivos subprocesos para el análisis que a continuación se presenta y los niveles jerárquicos de la planeación estratégica representados en los colores rojo, verde y amarillo.

1.2.2.1. Establecimientos de alojamiento y hospedaje

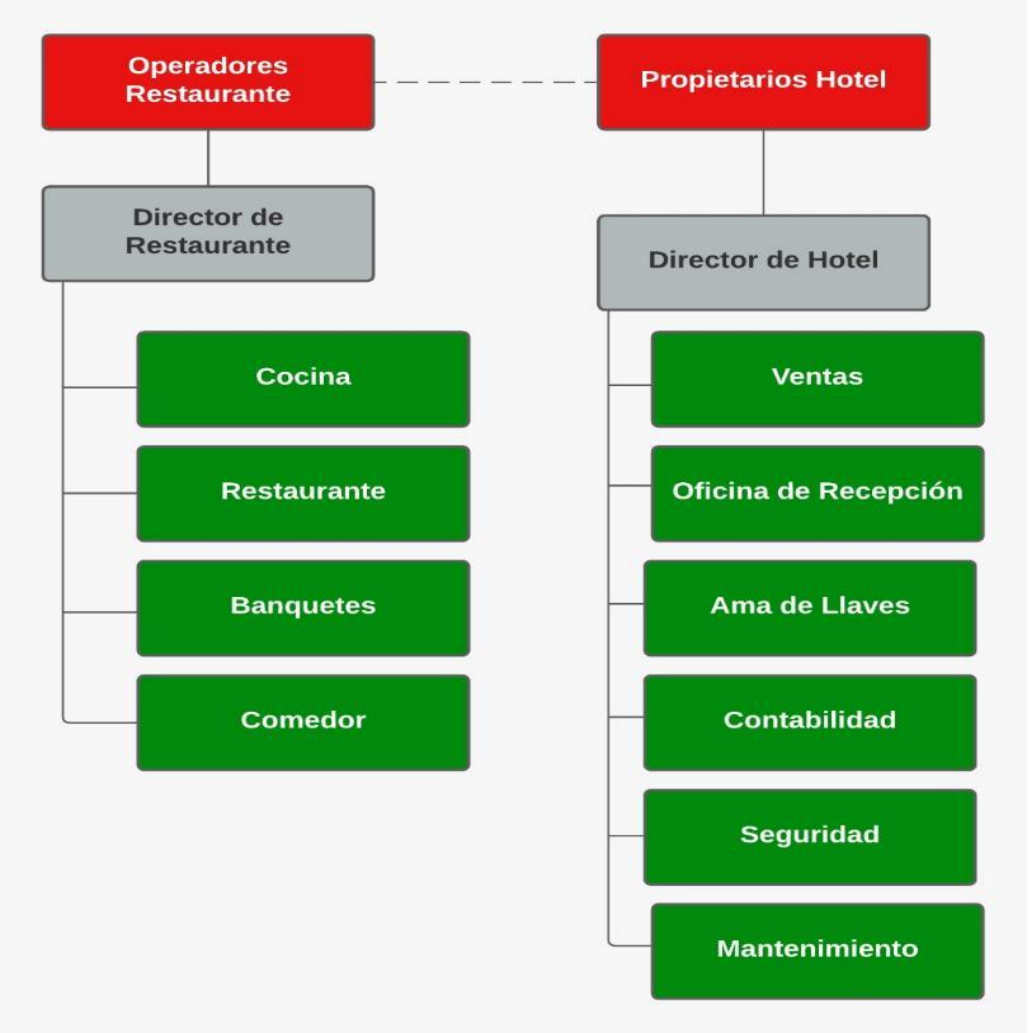
Debido a que dos hoteles no son exactamente los mismos, las estructuras organizacionales deben ser hechas para llenar las necesidades de cada propiedad individual. El organigrama en este capítulo ilustra varias posibilidades organizacionales: un hotel de servicio completo y un hotel únicamente con dormitorios. Una propiedad que ofrece servicio completo de

alojamiento y de alimentos y bebidas, tendrá probablemente una estructura orgánica extensa.

La **ilustración 2**, muestra un organigrama típico de la organización de un hotel con operación de alimentos y bebidas concedida. Algunos hoteles pueden arrendar alimentos y bebidas a otra compañía. Esto significa que se manejan separadamente las operaciones de alimentos y bebidas y de alojamiento. Cuando otra compañía opera alimentos y bebidas, es esencial que ambas se comuniquen muy de cerca, aunque sus metas no sean compartidas todo el tiempo. En este ejemplo, existen las relaciones informales llamadas a consultar entre los gerentes y dueños de los dos negocios. El gerente del restaurante y el gerente de la sección ventas del hotel, también deben trabajar estrechamente. Estas relaciones son indicadas por líneas punteadas.

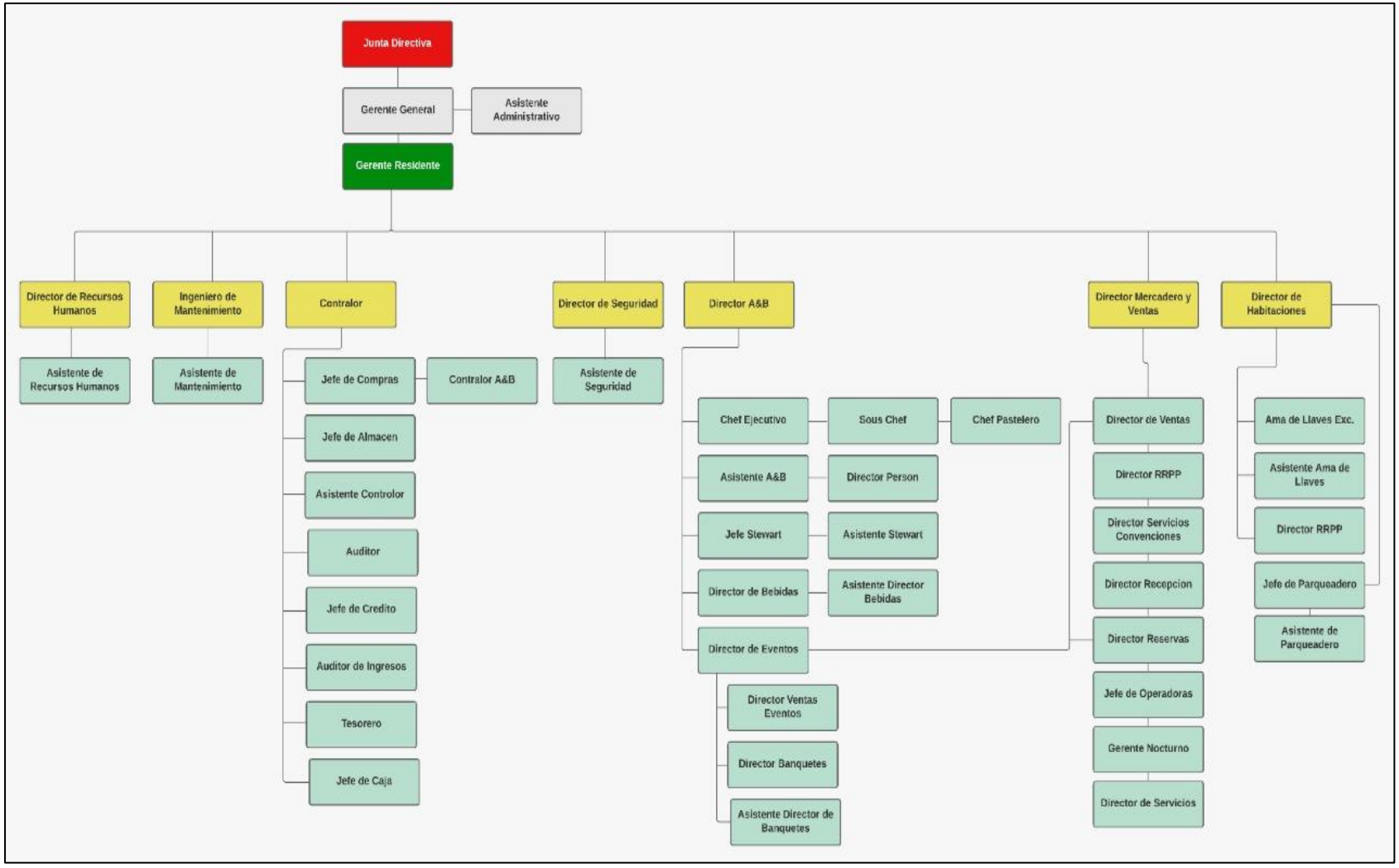
La **ilustración 3** muestra un organigrama de la organización hotelera que perfila la dirección y las posiciones niveladas en una propiedad grande con servicio completo. Todas las líneas en el organigrama son sólidas menos dos de ellas que reportan interrelaciones. Las líneas punteadas que conectan al director de ventas, al director de alimentos y bebidas y al director de reservas, representa la cercanía de la relación de operaciones que se requieren entre estas posiciones.

Ilustración 2 Organigrama de un hotel con operación de alimentos y bebidas en concesión



Fuente: (Michael L. Kasavana & Richard, 2009)
Elaboración propia a partir de libro operaciones en la recepción

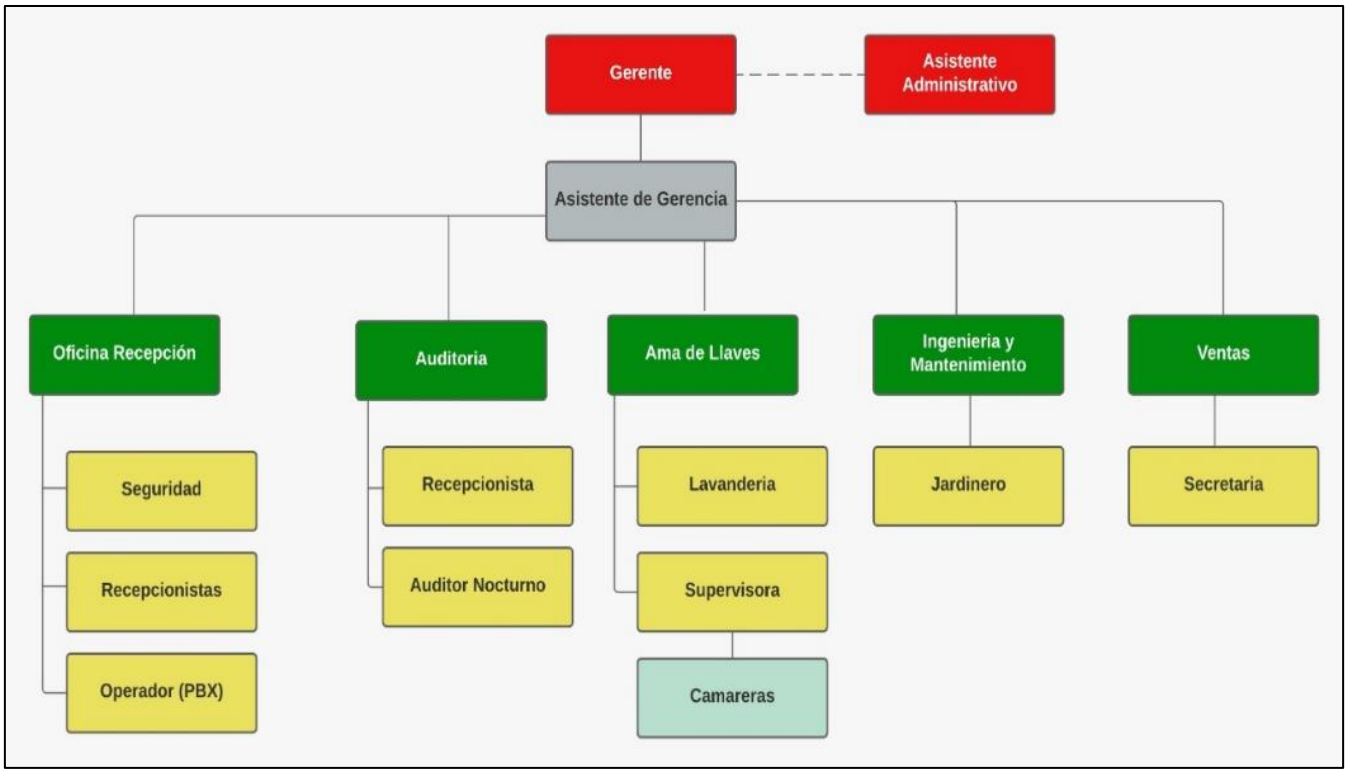
Ilustración 3 Organigrama grande de un hotel de servicio completo



Fuente: (Michael L. Kasavana & Richard, 2009).
Elaboración propia a partir de libro Operaciones y Recepción.

En la **ilustración 4,** presenta una estructura orgánica para un hotel sin un restaurante, estos establecimientos se dedican única y exclusivamente al servicio de hospedaje. Los organigramas 1 a 3 de la organización, ilustran algunas de las numerosas variaciones orgánicas, que son posibles entre los establecimientos de alojamiento y hospedaje.

Ilustración 4 Organigrama de Hotel Únicamente con Habitaciones



Fuente: (Michael L. Kasavana & Richard, 2009)
Elaboración propia a partir de libro Operaciones en la Recepción

1.2.2.2. Estructura organizacional-Restaurante

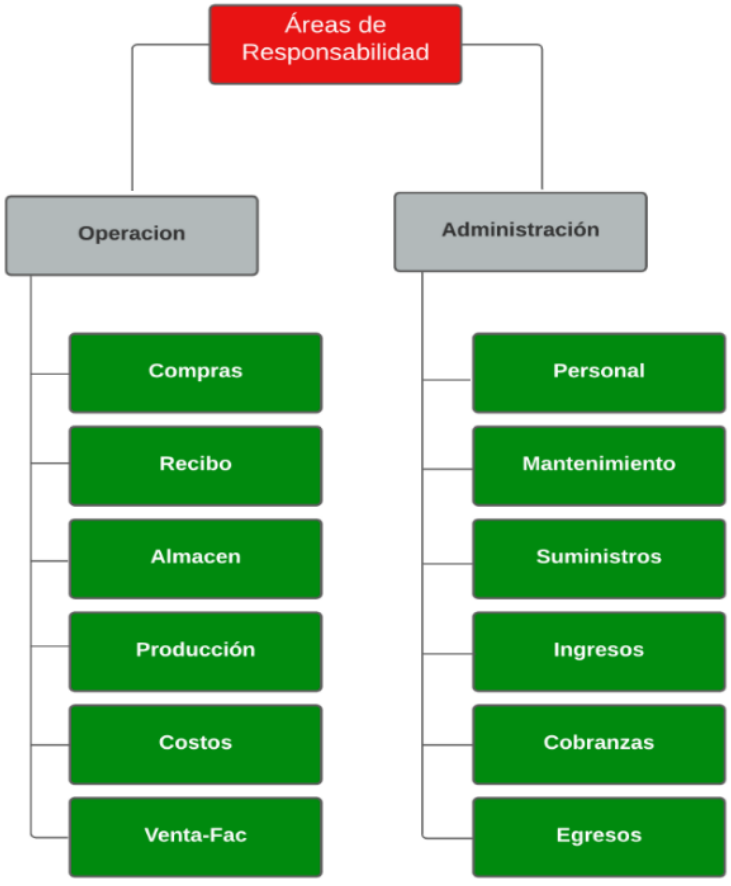
(Scheel, 1986) define como estructura organizacional a la forma en que se divide y coordina el trabajo y cómo se asignan funciones y responsabilidades. Se trata de definir, al menos, quién hará el trabajo, cómo, dónde, con qué recursos y a quién reportará.

Las estructuras organizacionales de los restaurantes que a continuación se presentan identifican como está conformado el soporte de la gestión administrativa para la adecuada delegación de las funciones y racionalización de recursos conduciendo a la planificación estratégica, control administrativo, control operacional e identificar aéreas de responsabilidad y cargos funcionales mostrando la configuración de los organigramas por criterios funcionales, de autoridad y jerarquía. A continuación en la ilustracion 5 se presenta la estructura organizacional basica donde se observa la posicion de la planeacion estratégica, el control administrativo y el control operativo. Y en la ilustración 6, se observan las Áreas de responsabilidad donde se observan claramente los centros de producción y los centros de servicio. (Scheel, 1986).

Ilustración 5 Estructura organizacional básica de un restaurante

Fuente: (Scheel, 1986)
Elaboración propia a partir de libro Control de Alimentos y Bebidas

Ilustración 6 Áreas de responsabilidad



Fuente: (Scheel, 1986)
Elaboración propia a partir de libro Control de Alimentos y Bebidas

El tamaño de los restaurantes se determina por su ubicación, función u objeto y por la capacidad instalada representada en el número de sillas que puede tener, así:

Pequeño: Restaurantes con capacidad menor a 50 sillas

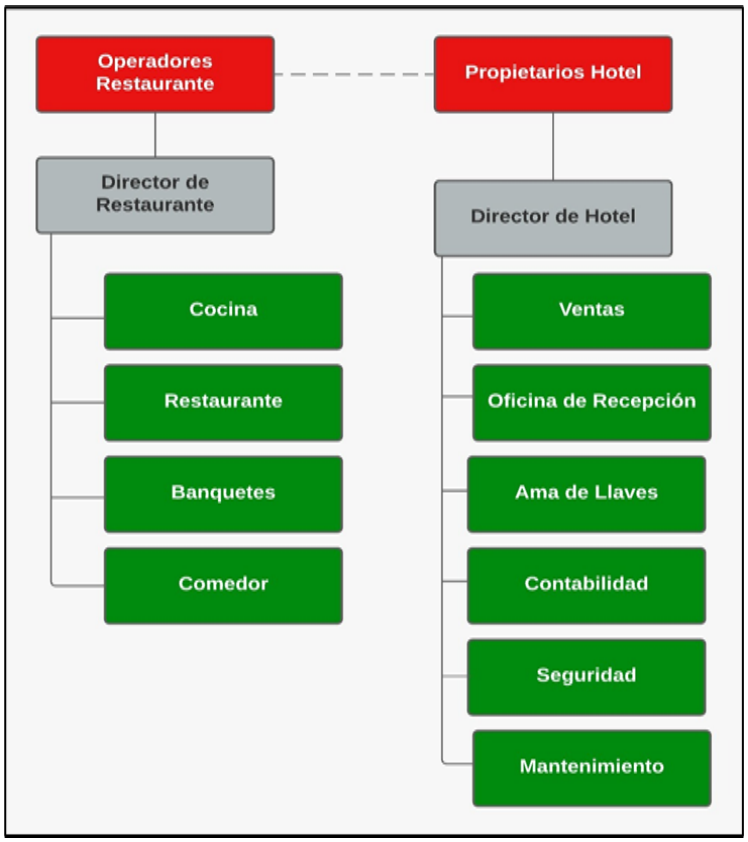
Mediano: Restaurantes con capacidad entre 50 y 99 sillas

Grande: Restaurantes con capacidad entre 100 y 149 sillas

Muy grande: Restaurantes con capacidad superior a 150 sillas

A continuación, se analiza el organigrama de un restaurante en concesión ubicado dentro un hotel, el cual cumple con los criterios básicos de una estructura organizacional donde se observa la relación directa que debe tener con el encargado, gerente del hotel o gerente operativo (líneas punteadas) que canalice los servicios de alimentos y bebidas que prestara al interior del establecimiento hotelero, y su propio organigrama funcional, ver la ilustración 7.

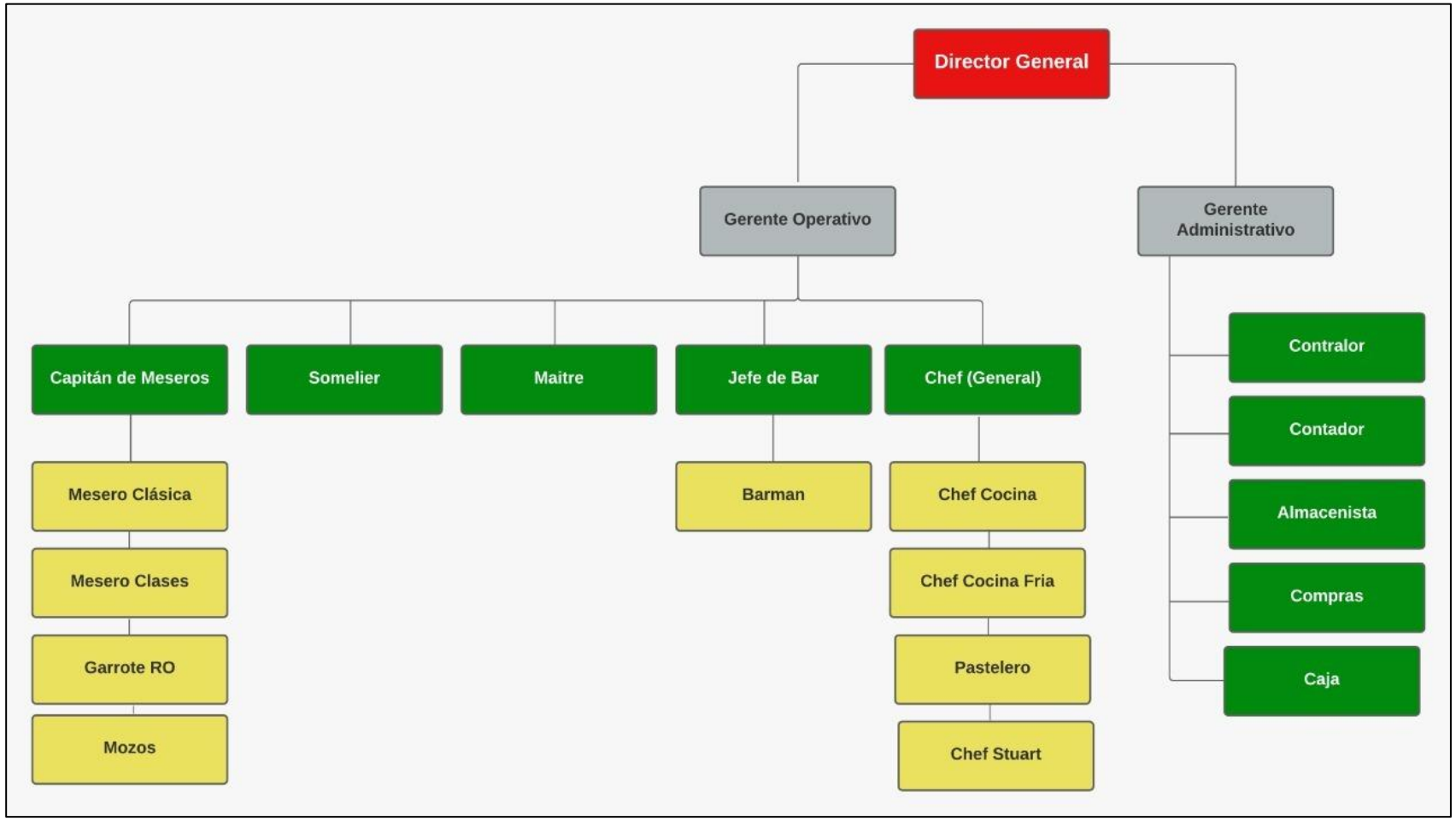
Ilustración 7 Organigrama de operación de alimentos y bebidas en concesión.



Fuente: (Michael L. Kasavana & Richard, 2009). Elaboración propia a partir de libro Operaciones en Recepción

La siguiente estructura organizacional corresponde a la de un restaurante grande que opera todo el día, donde se observan todos los posibles cargos u ocupaciones más especializados los cuales también son requeridos para prestar sus servicios en casa de banquetes, centros de convenciones, clubes sociales y servicios de catering. ver ilustración 8.

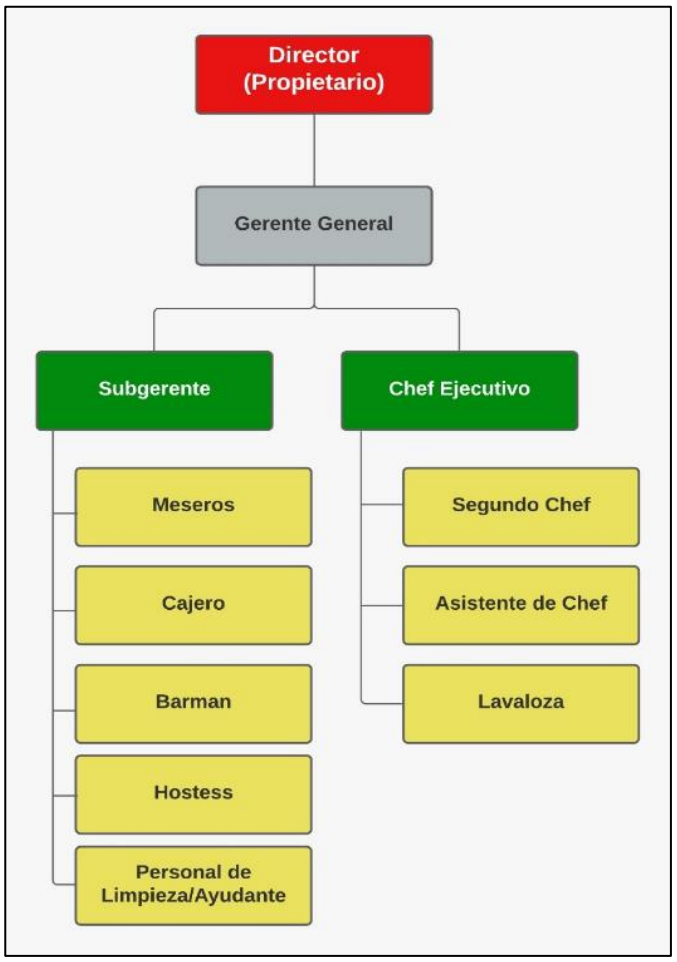
Ilustración 8 Organigrama Restaurante grande



Fuente: (Scheel, 1986)
Elaboración propia a partir del libro Control de Alimentos y Bebidas.

En la ilustración 9 se puede observar el organigrama de un restaurante mediano que opera todo el día, en donde el propietario establece las metas y estrategias de su empresa y el gerente junto con su equipo de líderes del staff de supervisión y control administrativo se encargan de ejecutar las acciones para el logro de los objetivos.

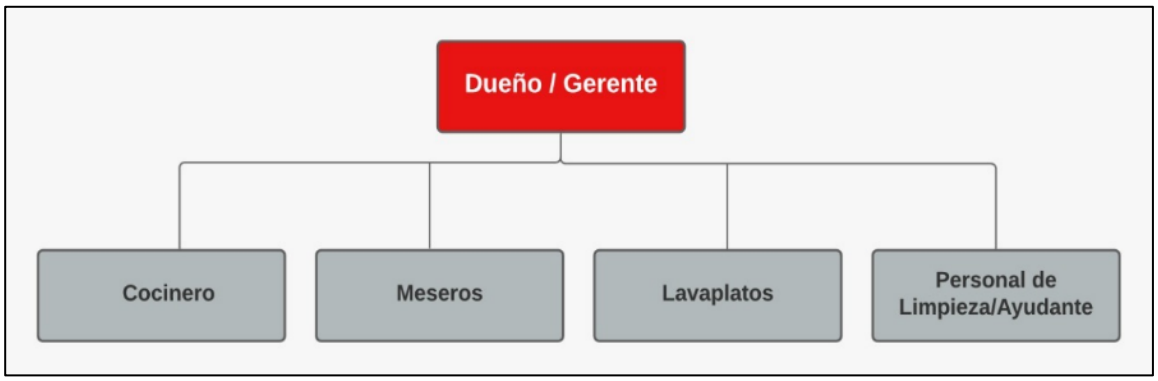
Ilustración 9 Organigrama restaurante mediano.



Fuente: (Scheel, 1986)
Elaboración propia a partir del libro control de alimentos y bebidas.

En la ilustración 10 observar el organigrama de un restaurante pequeño con una estructura lineal sencilla y que opera en una jornada máximo dos. Los restaurantes pequeños, por lo general, no tienen muchas áreas, debido a la limitación de capital, a su reducido espacio y a su reducido número de personal. En muchos casos, el propietario tiene que desempeñar varias funciones y dirigir al mismo tiempo a todos los integrantes del equipo, como también algunos integrantes del equipo desarrollan varias funciones. Este tipo de establecimientos por lo general son empresas familiares y muchos de sus empleados son de la misma afiliación sanguínea. Ejercen poco control.

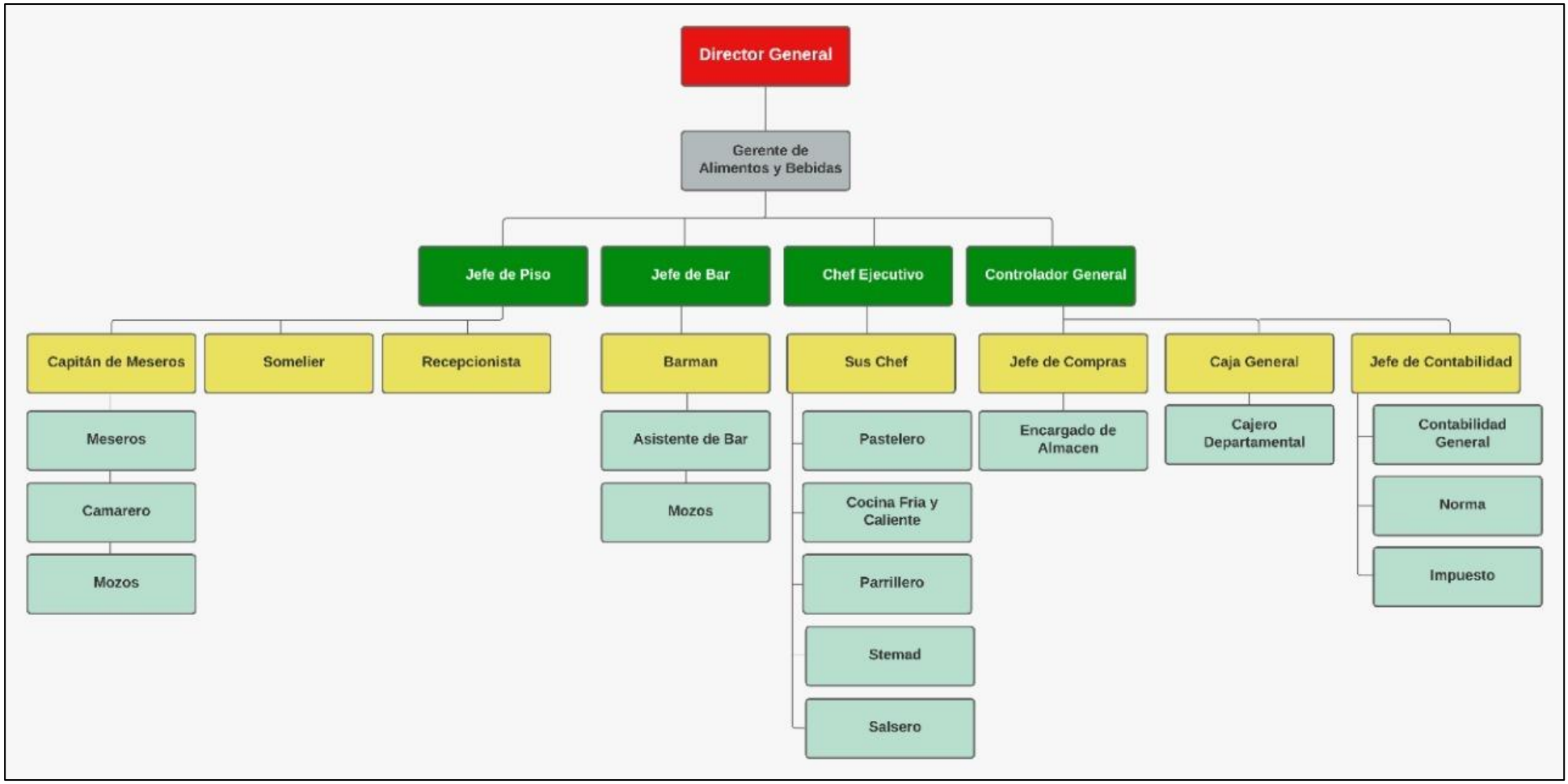
Ilustración 10 Organigrama restaurante pequeño



Fuente: (Scheel, 1986)
Elaboración propia a partir del libro Control de Alimentos y Bebidas.

En la ilustración 11 se puede observar el organigrama del departamento de alimentos y bebidas en un hotel, donde se observan las ocupaciones posibles requeridas para prestar un óptimo servicio y las especialidades que se necesitan.

Ilustración 11 Estructura organizacional restaurante de hotel – Departamento de Alimentos y Bebidas



Fuente: (Scheel, 1986)
Elaboración propia a partir del libro Control de Alimentos y Bebidas

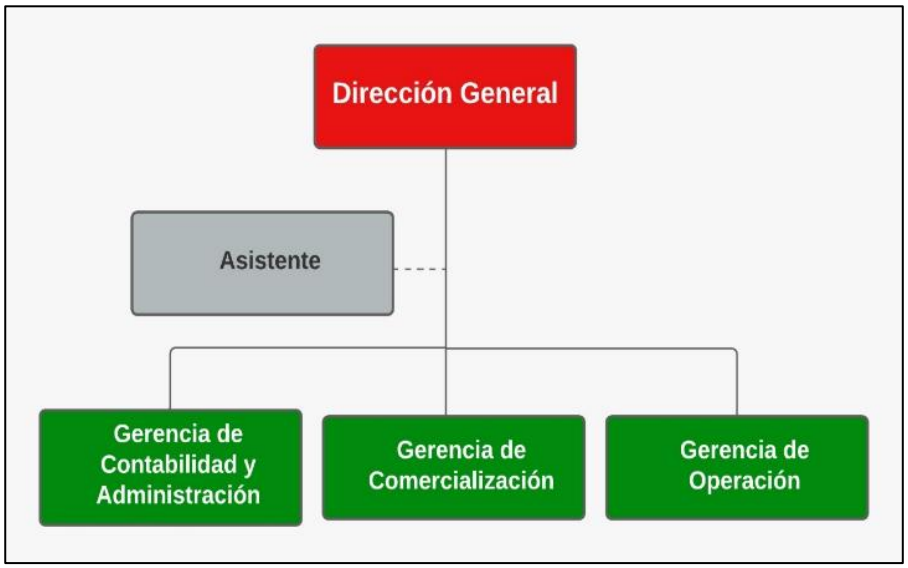
1.2.2.3. Estructura organizacional de las agencias de viaje

Según (Saldaña, 2013) las agencias de viajes, básicamente, son empresas que sirven de enlace profesional entre el viajero y las empresas turísticas nacionales o extranjeras. A través del tiempo se han convertido en uno de los factores importantes en la comercialización de la oferta turística a niveles local, regional, nacional e internacional, al promover y canalizar de manera directa el desplazamiento individual y masivo de personas y difundir las características interesantes y atrayentes de un determinado lugar.

En este sentido, al jugar un papel significativo en el desarrollo económico de un país, pueden resultar interesantes como expectativa laboral para muchas personas, de tal forma que conocerlas, permitirá obtener elementos que redunden una apropiada organización y administración. En este apartado se inicia el conocimiento de una agencia de viajes, partiendo de su definición, sus características, funciones y los diversos criterios para su clasificación. En la segunda parte, se analizarán algunos aspectos generales de la situación actual de estas empresas, dentro del contexto sociocultural, económico y tecnológico; por último, se llevará a cabo una revisión de su proyección en el mercado.

A continuación, se muestra un ejemplo de estructura de una agencia de viajes pequeña y otra grande.

Ilustración 12 Organigrama de agencia de viajes pequeña

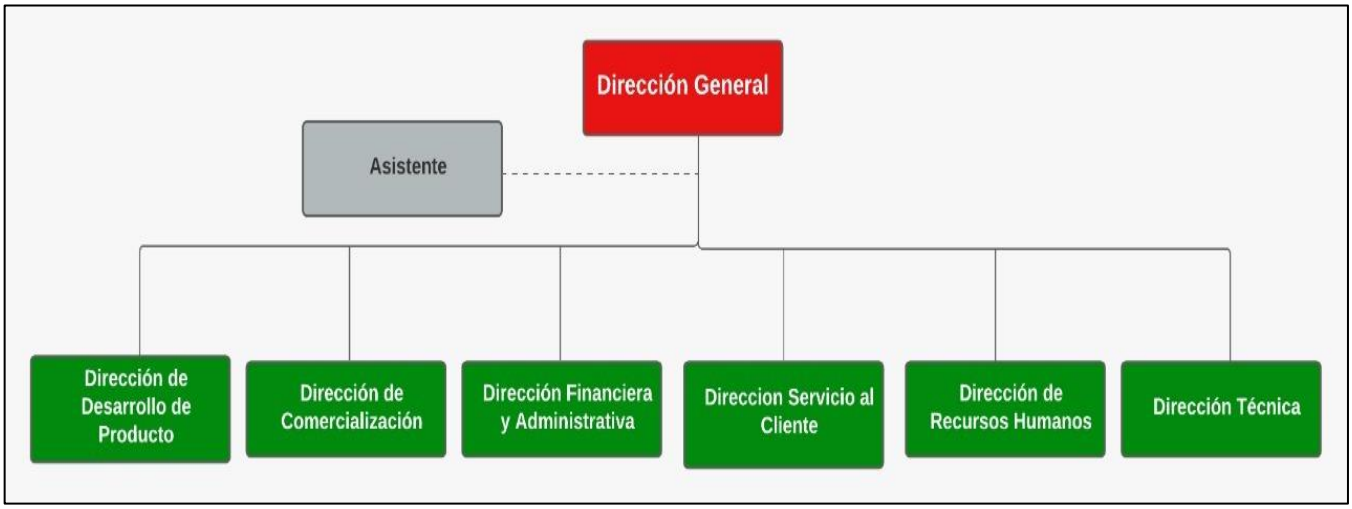


Fuente: (Saldaña, 2013)
Elaboración propia a partir del libro Estructura y Administración de agencias de viajes

Estas tres áreas son básicas para la organización, administración y funcionamiento de la agencia de viajes pequeña. En la gerencia o departamento de comercialización se diseña, elabora y etiqueta el costo del producto turístico. Aquí se encuentran los puntos de ventas y se contratan los servicios a terceros (hoteles, transportistas, restaurantes, entre otros). En el área de operaciones se realizan las reservaciones de hoteles, visitas turísticas, boletos, entradas a espectáculos especiales, restaurantes y cualquier otra actividad incluida en el

programa turístico. Finalmente, el departamento de contabilidad y administración es el encargado de registrar la venta y ejecución de cada operación que se lleva a cabo, de igual forma todos los movimientos bancarios y de pagos a los proveedores.

Ilustración 13 Organigrama de agencia de viajes grande



Fuente: (Saldaña, 2013)
Elaboración propia a partir del libro Estructura y Administración de agencias de viajes

La variante que se muestra de una agencia grande está relacionada con el desarrollo y expansión de la empresa, lo que repercute en carga laboral y por ende en una estructura mayor para desempeñarla. Se observa áreas o departamentos que permiten visualizar los centros de responsabilidad de cada dirección o jefatura, los cargos que se deben ocupar y las funciones de cada una, como, por ejemplo: la Dirección General, la Asistente Dirección general, la Dirección de desarrollo de producto, la Dirección. de comercialización, la Dirección financiera y administrativa, la Dirección de servicio al cliente, la Dirección de recursos humanos y la Dirección técnica.

Este organigrama señala brevemente la formación profesional que debe tener una agencia de viajes de este tamaño, la de los agentes de viajes, que, como hombres de negocios, básicamente venden servicios de viajes. Se desempeñan para una diversidad de asociaciones que a su vez ofrecen servicios especiales, más su actividad trasciende esta labor, debido a que actúan como consejeros para ajustar los servicios de los viajes a la personalidad del cliente.

El abanico de conocimiento y habilidades de un agente de viajes con éxito es grande y está creciendo constantemente. Entre sus funciones básicas se pueden destacar:

- Preparar itinerarios planeados particularmente, viajes en grupo e individuales. Vender viajes organizados ya diseñados.
- Hacer todo tipo de reservaciones que requiera el programa turístico planeado.
- Conocer y asesorar sobre los detalles implicados en los viajes (cheques de viajero, documentos necesarios, seguros, medidas de seguridad, moneda extranjera, requisitos médicos y otros más.

- Tener experiencia en horarios de conexiones entre diversos transportes, precios de hoteles, calidad, si tienen baño, restaurantes, impuestos, etcétera.
- Realizar reservaciones para actividades especiales ya que las convenciones y los viajes de negocios representan la mitad de las ventas de las agencias. (Saldaña, 2013).

1.2.3. Dinámica empresarial – Sector Turismo

Según el informe de Confecámaras 2020 para el tercer trimestre del año (julio – septiembre) la creación de empresas se incrementó en un 2,9% al pasar de 82.371 unidades en 2019 a 84.724 en 2020. Este comportamiento favorable se explica por los meses de julio y septiembre, en donde el número de empresas constituidas se incrementó en 7% y 13,9% respectivamente comparado con el mismo mes en 2019. (Confecamaras Red de Camaras de comercio, Julio – septiembre de 2020)

Estas cifras muestran una importante recuperación de este indicador en el tercer trimestre del año, dado que en el primer trimestre (enero – marzo) la creación de empresas en el país había decrecido 11% y en el segundo trimestre (abril – junio) 47%. Tanto la creación de personas naturales como de sociedades creció en el tercer trimestre. El número de sociedades creadas tuvo un incremento de 4% y las personas naturales de 2,5%.

Por sectores, el que más creció fue comercio al por mayor y al por menor que presentó un crecimiento del 23% comparado con 2019, seguido por transporte e industria que crecieron respectivamente 0,8%. Comparando entre trimestres, en el trimestre julio-septiembre se incrementó en 73% el número de las empresas empleadoras creadas con respecto al trimestre abril -junio de 2020. Este tipo de empresas son las que nacen creando al menos un puesto de trabajo. (Confecamaras Red de Camaras de comercio, Julio – septiembre de 2020) (Centro de Informacion Turistica de Colombia-CITUR MINCIT, 2019)

Según informe de Confecámaras 2020 para el tercer trimestre del año (julio – septiembre), Las unidades productivas creadas por sector económico servicios fue de 31.336 Jul -Sept 2020, las actividades económicas que explican la menor cantidad de nuevas empresas creadas se encuentran en los **sectores de servicios**, comercio e industria, los cuales participan con el 92% del total de nuevas unidades productivas en el tercer trimestre (Confecamaras Red de Camaras de comercio, Julio – septiembre de 2020). Por ramas de actividad productiva, el sector que tuvo la mayor variación fue comercio al por mayor y al por menor, que en el tercer trimestre tuvo un crecimiento de 23% comparado con 2019, seguido por transporte e industria que crecieron respectivamente 0,8%. (Confecamaras Red de Camaras de comercio, Julio – septiembre de 2020)

Mientras que la clasificación por unidades productivas por ramas de actividad económica Jul – Sept 2020/19 el Alojamiento y Servicios de Comida en el periodo de Jul -Sept 2020 fue de 8.118 que a comparación de Jul -Sept 2019 que tuvo un total de unidades creadas de 12.080 con una Variación de -32,8 % y una Contribución de 4,8.

Finalmente, por tamaño de empresa, en el primer trimestre del año la mayor creación se concentró en el segmento de las microempresas que participan con el 99,5% de la creación total. Como se muestra en la tabla 3, el segmento que tuvo el mayor crecimiento fue el de

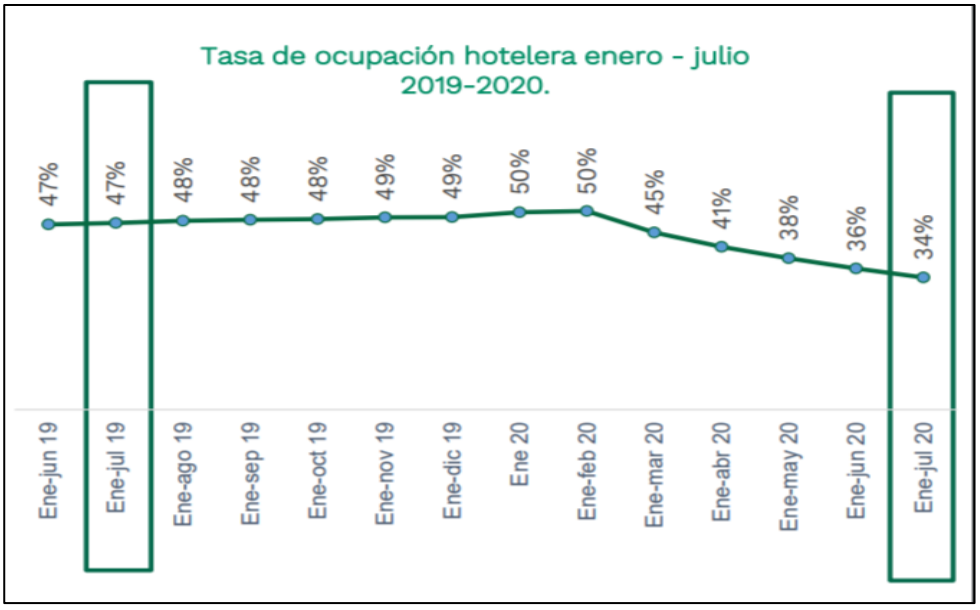
grandes empresas, que exhibió un incremento en el número de unidades nuevas creadas de 50% en contraste con el tercer trimestre del año 2019. (Confecamaras Red de Camaras de comercio, Julio – septiembre de 2020).

A continuación, se expone un análisis más detallado de la dinámica empresarial por subsector que refleja el impacto e importancia de cada eslabón en la cadena de valor del turismo y sus posibles potencialidades.

1.2.3.1. Alojamiento y Hospedaje

De acuerdo con el DANE, entre enero y julio de 2020, la ocupación alojamiento registrada fue de 33,5%, 13,8 puntos porcentuales por debajo del mismo mes de 2019 (ver gráfica 11), mostrando una caída significativa en el sector. Las ocupaciones más altas se dieron en las regiones de: Amazonia Cartagena Caribe 36,4% 45,7% 36,9%. (DANE, 2020)

Gráfica 11 Tasa de ocupación hotelera –julio 2019-2020



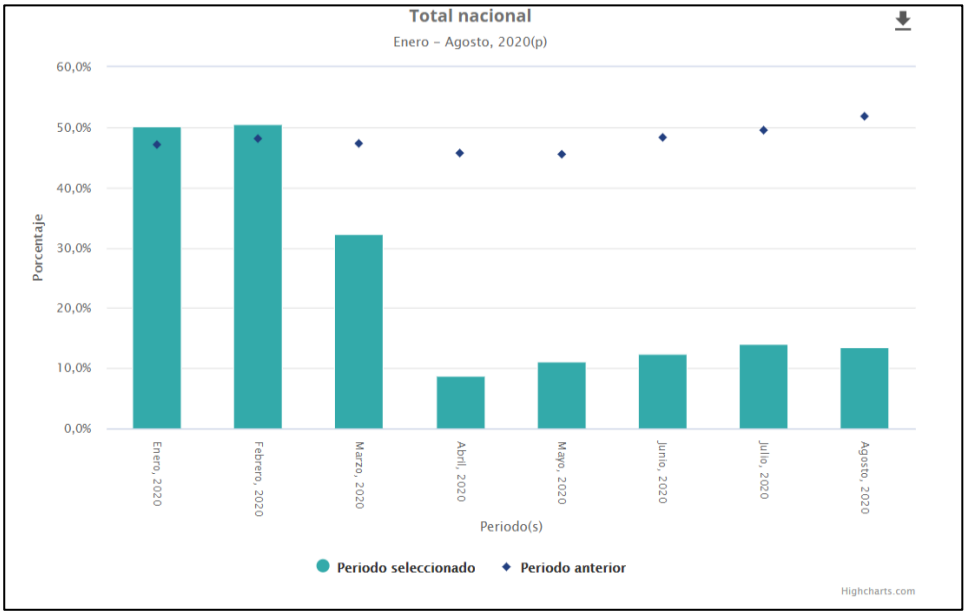
Fuente: EMA-DANE Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Calculos OEE -Julio 2020

Según el Informe de Indicadores Hoteleros que emitió Cotelco, la ocupación hotelera en Colombia para el año 2019 alcanzó un nivel récord, ubicándose en 56.96% en el acumulado enero a diciembre, lo que se traduce en un aumento de 1.5 puntos porcentuales con respecto a 2018, consolidándose como la cifra más alta de los últimos años. (COTELCO, 2020)

En el reporte de Cotelco, el mes de diciembre también mostró un comportamiento favorable, pues el porcentaje de ocupación nacional fue de 55.46%. Esto significó un aumento de 4.67 puntos porcentuales frente a diciembre de 2018, una cifra positiva en términos de flujos turísticos, impulsado por el segmento vacacional en un periodo donde el segmento corporativo se ve disminuido. (COTELCO, 2020)

En lo referente a otros indicadores de desempeño de sector que complementan la cifra de ocupación, el informe publicador por Cotelco da cuenta de que, con la mayor ocupación lograda, los ingresos reales de los hoteles aumentaron en 5.0% en el mes de referencia, de igual forma, la rentabilidad del sector medida a través del RevPar aumentó en 1.8%. No obstante, la tarifa promedio real (descontando el efecto de inflación) disminuyó el 0.6% y cerrado en el mes de agosto 2020 con un porcentaje de ocupación del 13,5% según la Encuesta mensual de alojamiento- (DANE, 2020)

Gráfica 12 Encuesta mensual de alojamiento-EMA-DANE



FUENTE: DANE, Encuesta Mensual de Alojamiento-EMA

De acuerdo con la gráfica anterior el visualizador de datos del sector turismo-DANE en Colombia de las 24 ciudades principales y Áreas Metropolitanas - A.M. (Bogotá, Medellín A.M., Cali A.M., Barranquilla A.M., Cartagena, Manizales, Montería, Villavicencio, Pasto, Cúcuta, Pereira A.M., Bucaramanga A.M., Ibagué, Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia, Sincelejo y San Andrés.). La distribución de huéspedes no residentes en establecimientos de alojamiento para enero del 2020 tuvo una participación en Bogotá 51,3%, Cartagena 45,5%. San Andrés y Providencia 29,8%. Pacifico 18,9%. Para un total nacional 27,9%. (DANE, 2020)

La tasa total nacional de ocupación hotelera vs. ocio como motivo de viaje para febrero de 2020 fue de 50,6% y de ocio total de 50.4%. La región de más alta ocupación fue San Andrés y Providencia con un 74,9% y una participación de ocio del 99,6%. Cartagena reportó una ocupación del 68,8% y una participación de ocio de 71,6%. Así mismo, Bogotá registró una ocupación de 61,1% con una participación de ocio del 22,6%. (DANE, 2020).

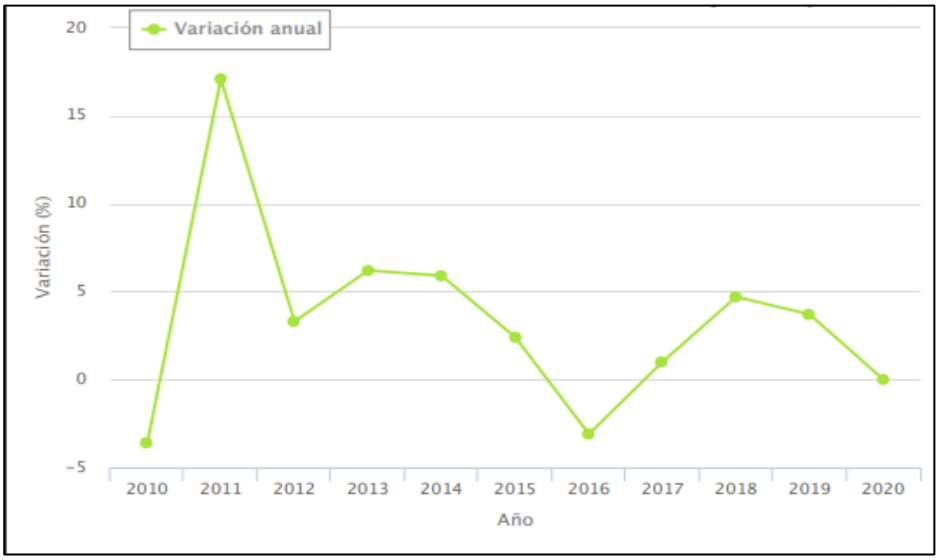
El porcentaje de ocupación vs. la motivación de viaje de dio por trabajo o negocios con el 67%, seguido de la visita a parientes o amigos con el 96%, otros motivos con el 47% y recreación y vacaciones con un 37%. (DANE, 2020)

1.2.3.2. Agencias de viajes

Según informe tomado de la Muestra Trimestral de Agencias de Viajes DANE - Estadísticas Nacionales - Índice de Agencias de Viajes, es una de las categorías de prestadores de servicios más importantes en el país para el sector turismo. Dentro de sus roles principales se encuentra la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes.

La gráfica 13 muestra la Variación anual del personal ocupado, permanente y resto; para las agencias de viaje, para cada año y por trimestres seleccionados. (DANE, 2020)

Gráfica 13 Personal ocupado – Muestra Trimestral Agencias de Viajes 2020-Q1



Fuente: DANE, Muestra Trimestral de las Agencias de Viajes, 2020-Q1

Variación anual = ((Valor trimestre año actual-valor trimestre año anterior) / (valor trimestre año anterior)) *100

Comparando una década que empieza en 2010 con un -1,3%, muestra para el 2011 un crecimiento importante del 13,19% y una fuerte caída para el 2012 al 5,12%, desde el año 2013 un leve ascenso sostenido hasta el 2015 del 3,10%, para el año 2016 nuevamente una fuerte caída al –0,9% y para el año 2019 finaliza con un leve crecimiento del 3,8%. (DANE, 2020)

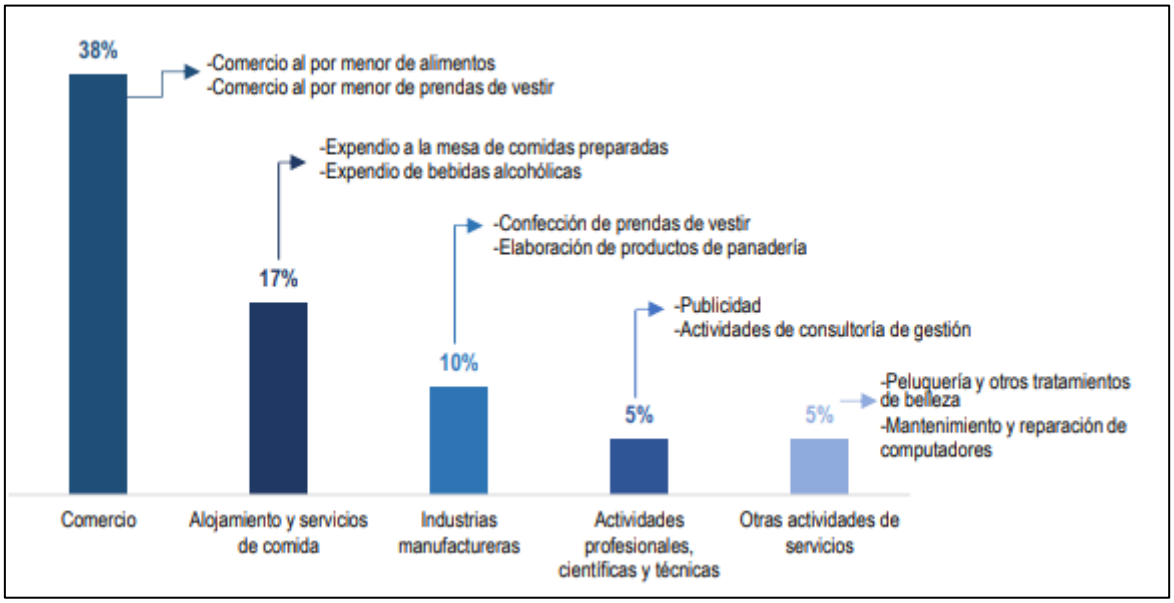
1.2.3.3. Establecimientos Gastronómicos

Según cifras del RUES, el 49,1% de las empresas creadas entre enero y diciembre de 2019 se constituyeron creando al menos un empleo. Entre los sectores más dinámicos en creación de empleo se encuentran comercio, alojamiento y **servicios de comida**, industrias manufactureras, actividades profesionales, científicas y técnicas y otras actividades de servicios, los cuales explican el 75% de la participación total del número de nuevas empresas empleadoras. Entre enero y diciembre de 2019, el sector de comercio aglomera el 38% de las nuevas empresas creadoras de empleo, concentradas en actividades de

comercio al por menor de alimentos, bebidas o tabaco (15,9%) y comercio al por menor de prendas de vestir (7,8%). (Confecamaras Red de las Camaras de Comercio de Colombia, 2020)

Por su parte, en alojamiento y **servicios de comida**, se encuentra el **17%** de las nuevas empleadoras, concentradas en las actividades de expendio a la mesa de comidas preparadas (33,7%) y expendio de bebidas alcohólicas (29,8%).

Gráfica 14 Subsectores con mayor creación de empresas



Fuente: RUES Registro Único Empresarial y Social – Confecámaras 2020

Para el 2020 el sector gastronómico ha sido fuertemente afectado por la pandemia del Covid-19. Según informe de Acodres a septiembre 2020 cerca de 18.000 restaurantes y 12.000 bares en todo el país han cerrado por motivo de las cuarentenas y restricciones sanitarias; especialmente en Bogotá donde se concentra el 44% de la productividad de la industria gastronómica, sector que ha tenido muchos obstáculos para su reactivación. (ACODRES, 2020)

1.3. Turismo sostenible

El Turismo Sostenible se entiende como aquel que toma en consideración las repercusiones económicas, socioculturales y ambientales, actuales y futuras, para desarrollar actividades que den respuesta a las necesidades de los visitantes, de los destinos, de las comunidades anfitrionas y de la industria turística y del entorno. (Organización Mundial de Turismo -OMT, 2017) (Organización Mundial del Turismo - OMT & EU, 2013)

Dimensión ambiental: Se refiere a la gestión óptima de los recursos naturales –que están en la base del desarrollo turístico–, y a la conservación del medio ambiente y de los

ecosistemas – que soportan la vida de distintas especies y la salud del ser humano– (Epler Wood, M., Fotiadou, S., Jarrar, Z. & Daouda M., 2019); (Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente - PNUMA, 2017). También implica el cuidado y la preservación de servicios ecológicos esenciales como el agua y la energía, el manejo de los residuos sólidos y líquidos, y la minimización de la contaminación del aire (Organización Mundial de Turismo & UNEP, 2012); (Epler Wood, 2017). Aunque es aplicable a todo tipo de destinos, la dimensión ambiental cobra una importancia especial en destinos rurales o de naturaleza –tales como parques naturales, zonas costeras, bosques, páramos y áreas protegidas–, cuyos valores ambientales son particularmente vulnerables al desarrollo irresponsable y no controlado de la actividad turística (Organización Mundial del Turismo -OMT & ITC & EIF, 2017).

Dimensión socio-cultural: Hace referencia al respeto por la identidad de las comunidades anfitrionas, su cultura, valores y tradiciones. También a la preservación de los activos culturales, arquitectónicos y arqueológicos de los destinos, y a la protección del patrimonio inmaterial y las costumbres ancestrales de comunidades étnicas. La dimensión socio-cultural involucra, además, la garantía de condiciones de accesibilidad a las atracciones y destinos, y la inclusión al sector de poblaciones vulnerables y con menos recursos (Epler Wood, M., Fotiadou, S., Jarrar, Z. & Daouda M., 2019); (Organización Mundial del Turismo -OMT & ITC & EIF, 2017). También implica la implementación de procesos de participación comunitaria para que las personas anfitrionas asuman un papel activo en la protección de sus destinos y en el desarrollo de la actividad turística (Organizacion Mundial del Turismo - OMT & Programas de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente _PNUMA, 2007).

Dimensión económica: Hace referencia a la viabilidad a largo plazo de las actividades económicas asociadas al turismo, así como a los efectos que estas generan en la economía del territorio y de los actores de la cadena de valor (Epler Wood, M., Fotiadou, S., Jarrar, Z. & Daouda M., 2019). Esta dimensión también se refiere a la distribución equitativa de los beneficios socio-económicos del turismo, “entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas” (Organizacion Mundial del Turismo -OMT & Programas de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente _PNUMA, 2007, pág. 11). El principio económico del turismo sostenible consiste en el fomento de un ambiente de negocios estable, en el que se fortalezca la cadena de valor y se incentive la formalización y el desarrollo de productos turísticos de calidad (Organización Mundial del Turismo -OMT & ITC & EIF, 2017).

Objetivos de Desarrollo Sostenible

En septiembre de 2015, los Estados miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) adoptaron una agenda de desarrollo con objetivos al año 2030 para las personas, el planeta y la prosperidad. La Agenda 2030 está compuesta por 17 objetivos orientadores de oportunidades (ODS) y estos, a su vez, están compuestos de 169 metas específicas en materia económica, social y ambiental. Aunque el turismo se menciona de manera explícita como un medio para generar soluciones en tres de los ODS (8, 12 y 14) establecidos en la Agenda 2030, la OMT plantea que este sector se constituye en un instrumento de desarrollo que tiene el potencial de aportar directa e indirectamente en la consecución de las metas

de los 17 objetivos (Organización Mundial del Turismo -OMT & ITC & EIF, 2017), UNWTO & ITF, 2019; UNWTO & OAS, 2018).

Ilustración 14 Actividades relacionadas con el sector de Turismo que requieren transformarse para lograr una economía más sostenible

Fuente: (Organización Mundial del Turismo -OMT & ITC & EIF, 2017)

1.3.1. Entorno ambiental - Externalidades negativas del turismo

Según la Política de Turismo Sostenible del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 2020, La actividad turística tiene efectos negativos directos e indirectos sobre el agua, el aire, el suelo, los ecosistemas y la biodiversidad de los destinos. Estos se derivan del consumo de los recursos hídricos y energéticos, así como de la generación de emisiones atmosféricas, residuos sólidos y residuos líquidos. También de las actividades humanas que atentan directamente contra el medio ambiente, los ecosistemas y la integridad ambiental de los destinos.

En otras palabras, el turismo es un sector que, planificado y gestionado de manera inadecuada, e impulsado por una visión de mercado a corto plazo, se caracteriza por 1) ser intensivo en energía; 2) registrar altos niveles de consumo de agua; 3) generar crecientes emisiones de carbono; 4) producir un alto volumen de residuos sólidos contaminantes; 5) generar descargas irresponsables de aguas residuales no tratadas; y 6) causar daños a los ecosistemas y a la biodiversidad terrestre y marina (Epler Wood, 2017; (Gössling, S. and Peeters, P., 2015) Estas externalidades negativas no son lo suficientemente incorporadas en las decisiones de los actores de la cadena de valor y afectan la sostenibilidad misma del sector (OECD & UNEP, 2011).

De esta manera, parece ser que la velocidad con la que desde el turismo se extraen materiales y recursos de los ecosistemas es superior a la velocidad en que dichos ecosistemas pueden suministrarlos. A esto se suma que la velocidad en que el sector está generando residuos, vertimientos y contaminación es superior a la velocidad en que los ecosistemas pueden procesarlos para regenerarse y mantener su integridad (Epler Wood, M., Milstein, M. and Ahamed-Broadhurst, K., 2019).

Aun cuando la competitividad a largo plazo del turismo depende de incorporar estas consideraciones a la toma de decisiones, aun son pocos los actores de la cadena de valor del sector que implementan prácticas derivadas de una conciencia sobre las diversas maneras en que sus actividades impactan el medio ambiente, los recursos naturales y la biodiversidad (Epler Wood, M., Milstein, M. and Ahamed-Broadhurst, K., 2019). De acuerdo con (Gössling, S. and Peeters, P., 2015), si las dinámicas de sostenibilidad de la industria turística no varían en los próximos años, el crecimiento del sector va a resultar en mayores externalidades negativas, y los impactos ambientales del sector van a triplicarse para 2050. En concreto, estos autores estiman que para 2050 el uso de la energía en el sector va a ser 2,64 veces mayor que en 2010, al igual que la generación de emisiones de carbono. También proyectan que el uso de agua potable va a aumentar en un 92% para el 2050, el uso de la tierra en un 189% y el consumo de alimentos en un 108%.

Lo anterior, sugiere que aún falta un gran camino por recorrer para generar una percepción de corresponsabilidad por parte de los gobiernos, los empresarios, los turistas y las comunidades locales. Especialmente en fomentar un cambio en las prácticas ambientales de los distintos actores de la cadena de valor, relacionadas con los aspectos que se abordan a continuación. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

Firmado del Acuerdo de París en el año 2015, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo con apoyo de los actores relacionados al sector turismo, implementaron nuevas estrategias alrededor de una economía baja en carbono, para enfrentar los desafíos en torno al cambio climático (García, M., Piñeros, A.; Bernal, F. y Ardila, E., 2012). A pesar de que Colombia no es un contribuyente importante en emisiones de CO_2, sí ve en fuertemente afectado por las implicaciones del cambio climático.

Aun con la implementación de las recomendaciones del Acuerdo de París, se estima que las actividades de los distintos países resultarán en un aumento en la temperatura mundial de aproximadamente 3.6ºC. Esto es preocupante puesto que se ha calculado que un aumento de 4ºC en la temperatura global tendría efectos catastróficos sobre la selva amazónica y el suministro de agua de más de 1 billón de personas.

Para el año 2018 la Misión de Crecimiento Verde liderada por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) se encargó de definir los insumos y lineamientos para la construcción de la política pública de Crecimiento Verde para orientar el desarrollo económico del país y encaminarlo hacia un nuevo modelo de desarrollo que proteja los ecosistemas estratégicos y aproveche las oportunidades de desarrollo basadas en el uso sostenible y eficiente del capital natural y la energía en los sectores productivos, al igual que el fortalecimiento de las capacidades en ciencia, tecnología e innovación. Está alineada con los compromisos internacionales relacionados con los Objetivos del desarrollo sostenible, la Agenda 2030 y la implementación de los Acuerdos de Paris y planteó metas muy concretas e inversiones cercanas a los $2,3 billones de los recursos del Presupuesto General de la Nación. (MInisterio del Medio Ambiente, 2018)

También se estima que, si continúan las tendencias actuales de calentamiento, una de cada 6 especies podría estar en peligro de extinción para 2050 (Wilsey, C., B. Bateman, L. Taylor, J. X. Wu, G. LeBaron, R. Shepherd, C. Koseff, S. Friedman, R. Stone., 2019). En esta

medida, cada vez son mayores los impactos del calentamiento global sobre los ecosistemas estratégicos del país, como los costeros o los de alta montaña, que no sólo albergan una gran cantidad de especies de flora y fauna, sino que también constituyen el principal motivo de viaje de un alto volumen de turistas.

Tabla 6 Principales externalidades negativas generados por el Sector del Turismo

Externalidades negativas	Hoteles y alojamientos	Transporte aéreo	Transporte terrestre	Cruceros	Agencias de viaje	Restaurantes	Operadores de eventos
Sobreconsumo de agua	★			★		★	★
Sobreconsumo de energía	★	★	★	★		★	★
Generación de emisiones de GEI	★	★	★	★	★		
Generación de residuos sólidos	★			★	★	★	★
Descarga de aguas residuales	★			★			
Afectaciones a la biodiversidad	★			★	★		

Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

1.4. Marco regulatorio, normativo del sector que impacta en la fuerza laboral

En esta sección se abordará la normatividad que rige el Sector del Turismo, lo cual permitirá una aproximación e identificación de las diferentes leyes, decretos, resoluciones, normas, entre otras disposiciones que regulan todos los actores, recursos y actividades de esta industria, los cual permitirá profundizar su concepto y aplicación al momento de la caracterización de las ocupaciones y su cadena de valor.

La palabra normatividad se deriva del latín “norma” que significa “escuadra”, además del sufijo “-tivo” que indica una relación activa o pasiva, y el sufijo “-dad”, que se refiere a una “cualidad”. En ese sentido, y etimológicamente hablando, normatividad es la cualidad activa o pasiva de un instrumento para marcar de forma rigurosa y recta los límites de un contenido. A partir de esta definición de desprenden los diferentes conceptos normativos para establecer sus límites de creación y aplicación, así:

Una **LEY** nace como un tipo de regla o norma jurídica, con un carácter más específico. Según la RAE se define como un precepto dictado por la autoridad competente, en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia y para el bien de los gobernados. El incumplimiento de la ley trae consigo sanciones. (Real Academia Española, s.f.)

La Ley establece lo que debe hacerse o no, el **DECRETO** indica cómo debe llevarse a cabo esa Ley. Según la RAE lo define como la “Decisión de un gobernante o de una autoridad, o de un tribunal o juez, sobre la materia o negocio en que tengan competencia”. El decreto se define como la decisión de una autoridad acerca de cierta materia sobre la que tiene competencia y pretende hacer frente a una situación urgente, establece cómo actuar y define las normas y reglas a seguir en dicha situación (se pueden considerar como un

reglamento). En Colombia, un decreto "es un tipo de acto administrativo emanado habitualmente del poder ejecutivo y que, generalmente, posee un contenido normativo reglamentario, por lo que su rango es jerárquicamente inferior a las leyes". (Real Academia Española, s.f.)

Una **RESOLUCIÓN** según la RAE se define como "Acción y efecto de resolver o resolverse" ó "Providencia, auto o fallo de autoridad gubernativa o judicial". Una resolución autoriza u ordena el cumplimiento de determinadas medidas. (Real Academia Española, s.f.)

Una **POLÍTICA PÚBLICA**, que trata del gobierno y la organización de las sociedades humanas, especialmente de los estados, se define como los proyectos y/o actividades que un Estado diseña, gestiona y emplea los recursos disponibles a través de un gobierno y una administración pública para solucionar un problema o para responder a una demanda de una población y satisfacer las necesidades de una sociedad. (Torres, Jaime & Procuraduría General de la Nación, 2013)

Un **PROGRAMA DE GOBIERNO** es un instrumento político y técnico donde se establecen un conjunto de compromisos y responsabilidades que comparten los gobernantes y los ciudadanos sobre el futuro de la entidad territorial en un período de gobierno. (Real Academia Española, 1997)

Finalmente, una **NORMA** es un documento elaborados o redactado, establecido y aprobado por consenso por organismos reconocidos nacional o internacionalmente en un proceso denominado normalización o estandarización, que proporcionan reglas, pautas o características que se deben adoptar para la correcta realización de una acción o desarrollo de una actividad. El cumplimiento de la norma trae consigo el mejoramiento y la calidad en los procesos y actividades. (FONTUR, 2007)

El presente marco legal del **Sector Turismo** recopila una serie de leyes, decretos, normas, reglamentos, planes y políticas públicas que desde el punto de vista institucional consiguieron transformar a la industria turística colombiana en las últimas tres décadas. Éstas orientan y regulan la actividad turística, tanto a las dependencias de la administración pública como a los **prestadores de servicios turísticos**[4]**,** la forma en que interactúan entre ellas y su coordinación entre los distintos niveles de gobierno (nacional, departamental y municipal) en términos laborales, educativos, comerciales, ambientales y de certificación para planear y operar los programas, políticas y acciones encaminadas a desarrollar el Turismo en el territorio nacional, permiten hoy en día establecer que es el sector de mayor generación de empleo del país y el tercer exportador por divisas y con una presencia creciente en el mapa turístico mundial. Esta recopilación contribuirá a una caracterización amplia del sector, propósito de esta primera fase del proyecto.

La existencia de regulación y políticas públicas ha conseguido que el turismo colombiano esté experimentando un proceso de crecimiento imparable desde principios de la década de los 90, el cual tiene su sustento a partir de la **Constitución Política de Colombia**[5], en

[4] Ley 300 de 1996. Establecimientos de hospedaje, alimentos y bebidas, agencias y operadores de viajes, guías de turistas, entre otros. Título IX, Capítulos I al X, Artículos 76 al 100. Julio 26 de 1996.
[5] Constitución Política de Colombia (1991). Art. 4, 11, 25,26, 27, 64, 67, 68, 69, 70, 71, 79, 150, 154, 305 y 315.

sus Artículos **4°** (*derecho a la vida*), **11°** (*derecho para entrar en la República, salir de ella, viajar por su territorio y mudar de residencia, sin necesidad de carta de seguridad, pasaporte, salvoconducto u otros requisitos semejantes*), **25°** (*derecho al trabajo en condiciones dignas y justas*), **26°** (*toda persona es libre de escoger profesión u oficio*), **27°** (*El Estado garantiza las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra*).

Igualmente, en su artículo **52°** ("***el turismo, es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades"***), **64°** (*derecho a los servicios de educación, salud, vivienda, seguridad social, recreación, crédito, comunicaciones, comercialización de los productos, asistencia técnica y empresarial, con el fin de mejorar el ingreso y calidad de vida de los campesinos*), **67°** (*derecho a la educación*), **68°** (*los integrantes de los grupos étnicos tendrán derecho a una formación que respete y desarrolle su identidad cultural*), **69°** (*el Estado fortalecerá la investigación científica en las universidades oficiales y privadas y ofrecerá las condiciones especiales para su desarrollo*).

Y finalmente, en su artículo **70°** (*el Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades*), **71°** (*la búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres*), **79°** (*es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines*), y los Artículos **150°** (*corresponde al Congreso hacer las leyes: interpretar, reformar y derogar las leyes; expedir códigos en todos los ramos de la legislación y reformar sus disposiciones*), **154°, 305°** y **315°** donde se estipula la competencia de las Cámaras, Gobernadores y Alcaldes para la generación de leyes a nivel nacional, regional y local.

Así mismo, es pertinente enunciar las leyes que desde el marco general aportan al marco específico del sector del Turismo y de la fuerza laboral que lo constituye; esto es:

El **marco sanitario** (Ley 9 de 1979[6], Ley 100 de 1993[7], Ley 1562 de 2013[8])

El **marco ambiental** (Ley 23 de 1973[9], Ley 99 de 1993[10] y Ley 1333 de 2009[11]),

El **marco tecnológico** (Ley 1341 de 2009[12] y Ley 1978 de 2019[13]),

---

[6] Ley 9 de 1979. Medidas Sanitarias y la protección del Medio Ambiente. Julio 16 de 1979.
[7] Ley 100 de 1993. Sistema de seguridad social integral. Diciembre 23 de 1993.
[8] Ley 1562 de 2012. Sistema General de Riesgos Laborales. Julio 11 de 2012.
[9] Ley 23 de 1973. Expide el Código de Recursos Naturales y de Protección al Medio Ambiente y se dictan otras disposiciones para prevenir y controlar la contaminación del medio ambiente, y buscar el mejoramiento, conservación y restauración de los recursos naturales renovables, para defender la salud y el bienestar de todos los habitantes del territorio nacional. Diciembre 19 de 1973.
[10] Ley 99 de 1993. Ley del Medio Ambiente. Diciembre 22 de 1993.
[11] Ley 1333 de 2009. Procedimiento sancionatorio ambiental. Julio 21 de 2009.
[12] Ley 1342 de 2009. Sociedad de la Información y la Organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC. Julio 30 de 2009.
[13] Ley 1978 de 2019. Moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC. Julio 25 de 2019.

El **marco normativo educativo** (Ley 30 de 1992[14], Ley 115 de 1994[15], Ley 1064 de 2006[16] y Decreto 1330 de 2019[17]),

El marco de la **economía naranja y derechos de autor** (Ley 1834 de 2017[18] y Ley 23 de 1982[19]),

El marco del **emprendimiento** (Ley 1014 de 2006[20], Ley 1780 de 2016[21], Ley 2069 de 2020[22]), la **formalización de empresa** y **generación de empleo** (Ley 1429 de 2010[23]),

La relación de estos ámbitos con el sector del Turismo evidencia la necesidad de integrar aprendizajes que den cuenta de la interdisciplinariedad que posee el sector y su enorme potencial.

A continuación, se detalla el marco normativo del Sector del Turismo el cual permite comprender mejor su dinámica:

1.4.1. Normatividad comercial, técnica, para la calidad y el manejo ambiental

1.4.1.1. Marco General del Turismo

A partir de este marco general base para el desarrollo y posicionamiento del Turismo en Colombia, se desglosan reglamentaciones en diferentes aspectos con el objetivo primordial de cumplir con las disposiciones de la Constitución, estableciendo las bases de coordinación y distribuyendo las obligaciones a todos los actores, bajo los principios de legalidad, sustentabilidad y competitividad, con el propósito de que el país sea líder en la actividad turística.

Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo

Esta ley aborda temas como la importancia, los principios generales de esta industria, la conformación del sector (sector público, sector mixto y sector privado) y establece sus funciones; sobre la planeación del sector turístico y sus subsectores los cuales serán desarrollados de acuerdo con el Plan Sectorial de Turismo, el cual formará parte del Plan Nacional de Desarrollo; y establece:

- Los concejos distritales o municipales

[14] Ley 30 de 1992. Ley de la educación superior. Diciembre 28 de 1992.
[15] Ley 115 de 1994. Ley General de Educación. Febrero 8 de 1994.
[16] Ley 1064 de 2002. Apoyo y fortalecimiento de la educación para el trabajo y el desarrollo humano establecida como educación no formal en la Ley General de Educación. Julio 26 de 2002.
[17] Decreto 1330 de 2019. Reglamenta el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior y regula los procesos de registro calificado y calidad académica de las IES, para consolidar una visión de calidad que responda a las demandas sociales, culturales y ambientales, en la cual se reconoce la diversidad de las Instituciones de Educación Superior. Julio 25 de 2019.
[18] Ley 1837 de 2017. Ley Naranja. Mayo 23 de 2017.
[19] Ley 23 de 1982. Derechos de autor
[20] Ley 1014 de 2006. Fomento de la cultura del emprendimiento. Enero 26 de 2006.
[21] Ley 1780 de 2016. Ley de Emprendimiento Juvenil. Mayo 2 de 2016.
[22] Ley 2069 de 2020. Nueva Ley Emprendimiento en Colombia. Diciembre 31 de 2020.
[23] Ley 1429 de 2010. Ley de Formalización y Generación de Empleo. Diciembre 29 de 2010.

- La determinación de zonas de desarrollo turístico prioritario y recursos turísticos (posibilidad de incentivos tributarios en zonas de desarrollo turístico prioritario)
- La autorización de peajes turísticos para aquellos municipios con menos de cien mil habitantes, que posean gran valor histórico, artístico y cultural
- Las clases de turismo y dicta disposiciones sobre el Ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo y turismo metropolitano; turismo de interés social
- El mercadeo, la promoción del Turismo y la Cooperación Turística Internacional
- Los incentivos tributarios para el fomento de la actividad turística
- Crea el Fondo de Promoción Turística; sobre la Corporación Nacional de Turismo;
- El Registro Nacional de Turismo
- El control y sanciones a prestadores de servicios turísticos
- Los derechos y obligaciones de los usuarios turísticos
- La creación de la Policía de Turismo dentro de la dirección de servicios especializados de la Policía Nacional
- Quienes son los prestadores de servicios turísticos, sus obligaciones y sus características: establecimientos hoteleros y de hospedaje; agencias de viajes y de turismo; transportadores de pasajeros; establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares; establecimientos de arrendamiento de vehículos; empresas captadoras de ahorro para viajes; los guías de turismo; el sistema de tiempo compartido; operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones
- La conformación de los círculos metropolitanos turísticos

Ley 1101 de 2006 - Modifica la Ley 300 de 1996, Ley General del Turismo

Esta ley realiza modificaciones a la Ley General del Turismo en cuanto a:

- El Registro Nacional de Turismo-RNT y de los prestadores de servicios turísticos que se deben registrar
- El Fondo de Promoción Turística, la contribución parafiscal con destino a la promoción y competitividad del turismo y quienes son los aportantes los cuales pasan a 21.
- La creación del Impuesto Nacional con destino al turismo como inversión social mediante la promoción y el fortalecimiento de la competitividad que comprende la capacitación y la calidad turísticas.
- La forma del recaudo del impuesto y la destinación de los recursos obtenidos por el mismo.
- Los incentivos tributaros para el fomento de la actividad turística

Ley 1558 de 2012 - Modifica la Ley 300 de 1996 y la Ley 1101 de 2006

Esta ley realiza modificaciones a la Ley 300 de 1996 y a la Ley 1101 de 2006 y dicta otras disposiciones en materia de objeto, importancia y principios de la actividad turística; definiciones y clases de turismo y la organización del sector turístico.

Establece los lineamientos para el desarrollo del turismo de interés social, del impuesto con destino al turismo (impuesto de timbre para inversión social a través de proyectos de

competitividad turística para comunidades en condición de vulnerabilidad); de los recursos, del Banco de Proyectos, entre otras disposiciones

Establece las disposiciones sobre bienes inmuebles con vocación turística incautados o que les fuere extinguido el dominio debido a su vinculación con procesos por delitos de narcotráfico; sobre el banco de proyectos turísticos; fomento de estudios turísticos; protección al turista; guías turísticos; círculos metropolitanos turísticos; registro nacional de turismo-RNT; la obligación a cargo de los administradores de propiedad horizontal donde se presten servicio de vivienda turística; determinación de zonas de desarrollo turístico prioritario; la exigibilidad de garantías a los prestadores de servicios turísticos y a las empresas de transporte aéreo de pasajeros.

Crea el Consejo Superior de la Microempresa y de la Pequeña y Mediana Empresa, del Consejo Nacional de Seguridad Turística, el comité directivo del Fondo Nacional de Turismo-FONTUR. Pasa de 21 a 24 aportantes a la contribución parafiscal para la promoción del Turismo.

Decreto 1074 de 2015 – Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo

Este decreto es la compilación de reglamentaciones preexistentes del Sector Comercio, Industria y Turismo, en aras de su organización y actualización según la realidad institucional y al ordenamiento jurídico vigente debido a la dispersión normativa conformada por múltiples decretos. En el Título 4° compila y regula todas las normas que regulan el Turismo.

Ley 2068 de 2020 - Nueva Ley de Turismo

Por el cual se modifica la Ley General de Turismo Ley 300 de 1996, su objeto será el de *"fomentar la sostenibilidad implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y del destino y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector."* (Presidencia de la Republica, 2020).

Esta nueva Ley impulsada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-MinCIT modifica los principios rectores de la actividad turística establecidos en el Artículo 2° de la Ley 300 de 1996 los cuales son tres: el "*desarrollo social, económico y cultural*", el "*desarrollo sostenible*" y la "*accesibilidad universal*"; y apuesta a promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas de corto, mediano y largo plazo para impulsar la transformación y las oportunidades del sector con un paquete de ayudas para atender la crisis económica generada por la pandemia del COVID-19.

A continuación, un resumen con algunos de los principales puntos de esta nueva Ley, la cuales incluyen:

- Herramientas de apoyo a San Andrés, Providencia y Santa Catalina, con lo que se destinarán, de los US$15 que se pagan de impuesto nacional al turismo, US$0,5 en la competitividad, promoción e infraestructura del departamento; y otros US$0,5 en la reconstrucción de Providencia y Santa Catalina durante 2021.
- La reducción del IVA en tiquetes aéreos del 19% al 5% hasta el 31 de diciembre de 2022; y la exención transitoria del IVA para hotelería y paquetes turísticos hasta el 31 de diciembre de 2021
- La reducción de las tarifas del impuesto nacional al consumo en el expendio de comidas y bebidas al 0% hasta el 31 diciembre de 2021.
- La eliminación de la multa para reactivar el Registro Nacional de Turismo (RNT), hasta marzo de 2021.
- La suspensión transitoria del pago de la sobretasa eléctrica durante el 2021 para los prestadores de servicios turísticos de los subsectores: hotelero, alojamiento, eventos y parques.
- La regulación de las plataformas tecnológicas y los operadores que comercialicen o promuevan servicios de alojamiento y hospedaje, en donde sólo se podrán divulgar o anunciar prestadores formales, que cuenten con el correspondiente RNT y dichas plataformas tienen la obligación de contar con el RNT y pagar la contribución parafiscal.
- Se crea un beneficio tributario del 25% de la renta, para realizar inversiones en materia de control, conservación y mejoramiento del medio ambiente.
- La Tarjeta de Registro Hotelero pasa a ser ahora la Tarjeta de Registro de Alojamiento, de modo que incluye a todos los tipos de hospedaje.
- Se establecen estándares mínimos de calidad, seguridad y sostenibilidad teniendo en cuenta el tamaño y las capacidades de los prestadores de servicios turísticos basados en la nueva definición del principio de Desarrollo Sostenible y de Ecoturismo, en donde no sólo pone la carga del cuidado ambiental sobre la industria turística, sino también sobre los propios viajeros y visitantes y se extiende también al turismo de salud, entendido como aquel cuyo fin es que las personas se sometan a un procedimiento médico, quirúrgico y odontológico.
- Se crean herramientas de atracción de inversión en el sector del turismo con la ampliación de la tarifa especial de 9% del impuesto sobre la renta para la construcción de hoteles y parques temáticos nuevos, o la remodelación de estos y el tiempo de construcción se amplió de cuatro a seis años.
- Establece y modifica los tipos de infracciones en que pueden incurrir los prestadores de servicios turísticos y la forma de ejecución de esas sanciones deberá ser reglamentada por el Gobierno dentro de los 6 meses siguientes a la entrada en vigor de la Ley.

1.4.1.2. Normativa comercial

- **Ley 790 de 2002** – Fusión de del Ministerio de Comercio Exterior y el Ministerio de Desarrollo Económico y conforma el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

En su **Artículo 4o**. establece la fusión del Ministerio de Comercio Exterior y el Ministerio de Desarrollo Económico y conforma el **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**, ente estatal que rige los destinos del del Comercio y el Turismo en Colombia y que junto con el Viceministerio de Turismo imparte toda la normativa relacionada con el turismo.

Esta Ley, de la mano con el **Decreto 210 de 2003**, "*por el cual se determinan los objetivos y la estructura orgánica del **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**, y se dictan otras disposiciones",* establece como "*objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el **turismo**; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior".*

- **Resolución 7579 de 2020** - I*mparte órdenes administrativas preventivas de carácter general con el fin de **garantizar la vida y la protección a la salud de los consumidores** colombianos.*

La resolución 7579 de 2020 de la Superintendencia de Industria y Comercio, en sus **Artículos 7°, 8°, 9°, 10°, 11°, 12° y 13°** los cuales están relacionadas con la **protección de los usuarios de los servicios turísticos**; establece su sustento con base en las *Leyes 300 de 1996 y la 1558 de 2012*, ***Artículo 1°*** relacionado con la importancia de la industria turística y el ***Artículo 2°*** relacionado con los principios rectores de la actividad turística especialmente el contemplado en el ***#13. Protección al consumidor***. Con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor será objeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas; el ***Artículo 25°*** **Protección al turista** para efectos de garantizar los derechos del consumidor de servicios turísticos se aplicará la regulación especial contenida en la Ley 300 de 1996, y las normas que la modifiquen o reglamenten.

- **Decreto 2063 de 2018 –** Registro Nacional de Turismo en Cámaras de Comercio

El decreto modifica algunos promueve la formalización de las empresas turísticas, éste establece las condiciones y requisitos necesarios para la inscripción y actualización del **Registro Nacional de Turismo** -**RTN** y las demás condiciones para el ejercicio de la función por parte de las **Cámaras de Comercio**, al igual que modifica la información contenida en el certificado del Registro Nacional de Turismo que deben expedir las Cámaras de Comercio y reducir los trámites que los prestadores de servicios turísticos deben adelantar para su inscripción.

- **Resolución 1443 de 2020 -** protocolos de bioseguridad en las actividades de los operadores turísticos

Se adoptan los protocolos de bioseguridad para el manejo y control de riesgo de contagio del Coronavirus Covid-19 en las actividades de los operadores turísticos y en los servicios turísticos prestados en las áreas y atractivos, con el fin de promover la reactivación de la economía

- **Decreto 212 de 2015 -** Declaratoria como recurso turístico

Establece y reglamenta los criterios y trámites para solicitar la declaratoria como recurso turístico de un bien, conjunto de bienes, área del territorio, actividad, evento o acontecimiento que garanticen a los distritos, en armonía con las autoridades respectivas, relacionados con la zona marino-costera, parques nacionales naturales o resguardos indígenas. El artículo 85 de la Ley 1617 de 2013, indica que "*son recursos turísticos las extensiones de terreno consolidado, las playas, los bienes muebles o inmuebles de dominio público o privado, así como los eventos, acontecimientos o espectáculos que dadas las condiciones y características especiales que presentan, geográficas, urbanísticas, socioculturales, arquitectónicas, paisajísticas, ecológicas, históricas, resultan apropiadas por naturaleza para el esparcimiento y la recreación individual o colectiva".*

- **Decreto 2183 de 2013** – Registro de Estadísticas Sector Turismo

Indica que el DANE llevará el registro de las estadísticas relacionadas con el sector turístico y entregará información mensualmente a los diferentes renglones de la actividad, que de común acuerdo se determine con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, incluyendo la denominada cuenta satélite y el turismo fronterizo.

- **Decreto 2131 1991** - Estructura y funcionamiento de las zonas francas

Las zonas francas turísticas "*son áreas geográficas delimitadas del territorio nacional, en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y de servicios o actividades comerciales, bajo una normatividad especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior*" (MinCIT, 1991). Este decreto establece las normas sobre la estructura y funcionamiento de las Zonas Francas Industriales de Bienes y de Servicios para promover el comercio exterior, generar empleo y divisas y generar estímulos y condiciones adecuados para el desarrollo de sus actividades de forma, tal, que les permitan competir dentro de los parámetros internacionales priorizando la actividad turística como una industria fundamental para el desarrollo económico del país y califica los recursos turísticos nacionales como de utilidad e interés social.

1.4.1.3. Normativa para la calidad

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo – OMT (2015) en su "Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos" indica que *"la calidad es un factor cada vez más importante para la competitividad del sector turístico y para el éxito a largo*

plazo de los destinos turísticos, ya que está vinculada en su esencia con la satisfacción de las expectativas de los visitantes". (Organización Mundial del Turismo -OMT, 2015)

También expresa que la calidad turística *"se entiende como el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas del consumidor en materia de producto y servicio, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales objeto de un acuerdo mutuo y las determinantes subyacentes de la calidad que son la seguridad, la protección, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de la actividad turística".* (Organización Mundial del Turismo -OMT, 2015)

Otro concepto de Calidad Turística lo define (Iglesias, 2005) como "*el equilibrio entre el suministro de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de los turistas, la optimización de gestión en el destino o empresa, la adecuación de precios a la oferta real y el logro de la rentabilidad".*

Colombia cuenta con una **Política de Calidad Turística** cuyo objetivo es *"mejorar los niveles de calidad en la prestación de los servicios turísticos al generar una cultura de la excelencia en los prestadores de servicios turísticos y destinos, como estrategia para posicionar a Colombia como un destino diferenciado, competitivo y sostenible*".

Basados en estos conceptos y las bondades que esto concede a la industria turística Colombia inició la planificación de su proceso de mejora para elevar su competitividad con el gobierno del presidente Pastrana, dotando a los subsectores de alojamiento, agencias de viajes, guías y restaurantes de **Normas Técnicas de Calidad** logrando hoy en día contar con la Ley 1558 de 2012 y la Resolución 3860 de 2015, que insta a todos los operadores se servicios turísticos a implementar la Norma Técnica Sectorial de Sostenibilidad Turística de manera obligatoria, para la actualización de del Registro Nacional de Turismo-RNT

Resolución 0280 de 2018, Certificación de Calidad Turística, se expidió la reglamentación para el uso de la Marca de Certificación de Calidad Turística con el fin de promover los procesos de calidad, fortalecimiento, promover el uso y desarrollo de procesos, técnicas y tecnologías de calidad y mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en Colombia.

1.4.1.4. Normativa técnica

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo cumpliendo con lo establecido en el **Artículo 69°** de la **Ley 300 de 1996,** fomenta el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos prestados a la comunidad y establece la creación de las Unidades Sectoriales de Normalización USN con cada uno de los subsectores, las cuales forman parte del Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología (hoy día denominado Subsistema Nacional de la Calidad -SNCA. y están regidas por el **Decreto 2269 de 1993** y por las normas que lo modifiquen o adicionen. (Ministerio de Desarrollo Económico, 1993).

Una **Norma Técnica** es un instrumento establecido por consenso aprobado por un organismo reconocido para ser certificado que suministra para uso común y repetitivo reglas, directrices y características de todas las actividades o sus resultados. La elaboración de las normas se realiza por cada Subsector a través de sus Comités Técnicos de

Competencias Laborales, integrado por representantes de la industria, delegados del gobierno, academia, usuarios y asesores que garantizan la participación y la planeación efectiva de la norma.

Al Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) se le concedió la tarea de elaborar y certificar las **Normas Técnicas Sectoriales – NTS,** el cual estará bajo el control de la certificadora de calidad ONAC-Organismo Nacional de Acreditación de Colombia de acuerdo con el Artículo 70° de la misma Ley 300 y artículo 3° del Decreto 4738 de 2008. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008).

La Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia - MinCIT por medio de las Normas Técnicas Sectoriales pretende fortalecer la marca "*Sello de Calidad Turística"*, incentivar un proceso de mejora continua, encaminados a la certificación y el consumo de servicios turísticos respaldados por este sello para buscar distintivos que sean reconocidos por los turistas y que les generen confianza.

Las Normas Técnicas Sectoriales NTS como estrategia de calidad en el turismo colombiano se diseñaron bajo dos grandes ejes, los ***Requisitos de Planta y de Servicios*** y las ***Competencias Laborales,*** los cuales se relacionan y se explican en los siguientes numerales de acuerdo con cada subsector.

1.4.1.4.1. Normas técnicas sectoriales alojamiento y hospedaje

La Asociación Hotelera y Turística de Colombia, COTELCO es la Unidad Sectorial de Normalización encargada de elaborar normas técnicas sectoriales para el subsector de alojamiento en los ámbitos de: habilidades y destrezas del recurso humano, calidad en la operación hotelera, calidad de los servicios, calidad de compromiso con el medio ambiente y categorización por estrellas. Igualmente, es la encargada de realizar la adopción y difusión correspondiente de las normas técnicas sectoriales. Estas normas se identifican con la sigla NTSH, las cuales se relacionan a continuación:

Tabla 7 Normas técnicas sectoriales alojamiento y hospedaje

COMPTENCIAS LABORALES	**NTSH 001.** Realización de actividades básicas para la prestación del servicio, (2003)
	NTSH 002. Información a clientes, atención de sugerencias y reclamaciones de acuerdo a políticas de servicio, (2003)
	NTSH 003. Prestación de servicio de recepción y reservas conforme a manuales existentes, (2003)
	NTSH 004. Atención del área de conserjería de acuerdo al manual de procedimientos, (2003)
	NTSH 004. Atención del área de conserjería de acuerdo al manual de procedimientos, (2003)
	NTSH 005. Manejo de valores e ingresos relacionados con la operación del establecimiento. (2003)
REQUISITOS	**NTSH 006.** Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos, I actualización. (2009)
	NTSH 007. Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios, (2005)

	NTSH 008. Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicios, I actualización. (2011)
	NTSH 009. Apartamentos turísticos, requisitos de planta y servicios, (2008)
	NTSH 010. Apartahoteles, requisitos de planta y servicios, (2008)
	NTSH 012. Recintos de campamento o camping, requisitos de planta y servicios, (2014)
	NTHS 013. Hostales.

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Turismo. Calidad y Desarrollo Sostenible. Calidad Turística

1.4.1.4.2. Normas técnicas sectoriales establecimientos gastronómicos

La Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, ACODRES, es la Unidad Sectorial de Normalización que representa al gremio de los restaurantes. La misión primordial de la Unidad Sectorial de Normalización de la Industria Gastronómica -USNA es brindar soporte para el incremento de la competitividad del sector gastronómico, logrando una mejor calidad en los productos y el servicio.

Estas normas se identifican con la sigla NTS-USNA, las cuales se relacionan a continuación:

Tabla 8 Normas técnicas sectoriales establecimientos gastronómicos

COMPTENCIAS LABORALES	**NTS-USNA 001.** Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. (2015)
	NTS-USNA 002. Servicio de alimentos y bebidas de acuerdo con estándares técnicos (2015)
	NTS-USNA 003. Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad. (2016)
	NTS-USNA 004. Manejo de recursos cumpliendo con el presupuesto y el plan de trabajo definido por el establecimiento gastronómico. (2016)
	NTS-USNA 005. Coordinación de la Producción de Alimentos de acuerdo con los Estándares procedimientos y estándares establecidos, I. Actualización, (2018)
REQUISITOS DE PLANTA Y SERVICIOS	**NTS-USNA 006**. Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica, I actualización. (2012)*
	NTS-USNA 007. Norma Sanitaria de manipulación de alimentos. (2017)**
	NTS-USNA 008. Categorización de restaurantes por tenedores, II actualización. (2018)
	NTS-USNA 009. Seguridad industrial para restaurantes. (2007)***
	NTS-USNA 010. Servicio al cliente en establecimientos de comida rápida (2007)
	NTS-USNA 011. Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes (2012)

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Turismo. Calidad y Desarrollo Sostenible. Calidad Turística

*La Norma Técnica Sectorial NTS-USNA 006 v.2012, está alineada con el **Decreto 60 de 2002** que establece el Sistema de Aseguramiento de la Calidad e Inocuidad de los Alimentos HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) Análisis de Peligros y

Puntos de Control Crítico, el cual *"tiene por objeto promover la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico, HACCP y establecer el procedimiento de certificación al respecto. es un sistema de inocuidad alimentaria basado en la identificación de todos los peligros potenciales en los ingredientes y los distintos procesos de producción de los alimentos"* (Ministerio de Salud, 2002)

La Norma Técnica Sectorial NTS-USNA 007 v.2017 está alineada con el **Decreto 3075 de 1997 (Ministerio de Salud, 1997) y el **Decreto 2674 de 2013** que hacen referencia a los requisitos de las **Buenas Prácticas de Manufactura**, las prácticas higiénicas y del manipulador de alimentos, *"el cual establece los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se minimicen los riesgos inherentes durante las diferentes etapas de la cadena de producción".*

***La Norma Técnica Sectorial NTS-USNA 009. Seguridad industrial para restaurantes, se debe complementar su aplicación con el Decreto 1072 de 2015 Libro 2, Parte 2, Titulo 4, Capitulo 6 que establece el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, con el Artículo 2° y Artículo 56° del Decreto 1295 de 1994 (Ministerio de Tranajo y Protección Social, 1994), los objetivos generales del Sistema General de Riesgos Laborales y el Artículo 1° de la Ley 1562 de 2012, estableció que el programa de salud ocupacional. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2012)

1.4.1.4.3. Normas técnicas sectoriales para las agencias de viajes

La Unidad Sectorial de Normalización para el Subsector de Agencias de Viajes – USNAV, entidad reconocida por el Organismo Nacional de Normalización, tiene como función la preparación de normas técnicas propias del subsector de las Agencias de Viajes (NTSAV) y la representación de todos los sectores involucrados en el proceso de Normalización Técnica está garantizada por el Comité Técnico de Turismo de Aventura. Estas normas se identifican con la sigla NTS-AV, las cuales se relacionan a continuación:

Tabla 9 Normas técnicas sectoriales agencias de viajes

COMPTENCIAS LABORALES	**NTS – AV 001**. Reservas en agencias de viajes, (2002)
	NTS – AV 002. Atención al cliente en agencias de viajes, (2014)
	NTS – AV 003. Infraestructura en agencias de viaje, (2002)
	NTS – AV 004. Diseño de paquetes turísticos en Agencias de Viajes. (2003)
	NTS – AV 005. Norma de competencia laboral. Asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa, (2004)
	NTS – AV 006. Norma de competencia laboral. Dirigir el área comercial en agencias de viajes, (2014)
	NTS – AV 007. Norma de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes, (2014)
	NTS – AV 008. Norma de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes. (2006)

REQUISITOS DE OPERACIÓNY SERVICIOS	**NTS – AV 009.** Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor. Requisitos normativos, (2007)
	NTS - AV 010 Requisitos para la operación de actividades de Rafting en turismo de aventura (2019)
	NTS – AV 011. Requisitos para la operación de actividades de Rapel en turismo de aventura, (2007)
	NTS – AV 012. Requisitos para la operación de actividades de espeleología recreativa en turismo de aventura, (2008)
	NTS - AV013. Requisitos para la operación de actividades de Parapente en turismo de aventura, (2010)
	NTS- AV 014. Requisitos para la operación de actividades de cabalgata en turismo de aventura. (2015)
	NTS-AV 015. Requisitos para la operación de actividades de canyoning en turismo de aventura (2015)

Fuente: Elaboración propia. Tomado de la página del (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

1.4.1.4.4. Normas técnicas sectoriales para los guías de turismo

La Unidad Sectorial de Normalización para el Subsector de Guías de Turismo - USNGT es una entidad reconocida por el Organismo Nacional de Normalización que tiene como función la preparación de normas técnicas propias del subsector de guías de turismo (NTSGT), estas normas se identifican con la sigla NTS-GT, las cuales se relacionan a continuación:

Tabla 10 Normas técnicas sectoriales para Guías de Turismo

COMPTENCIAS LABORALES	**NTS-GT 005**. Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos, (2003)
	NTS-GT 008. Recorridos guiados en museos, (2004)
	NTS-GT 009. Conducción de grupos en recorridos de alta montaña, (2004)
	NTS-GT 010. Prestación del servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por pasajeros de cruceros, sujeto a un itinerario de llegada y salida del barco, (2010)
	NTS-GT 011. Conducción de Grupos en Recorridos de Cabalgata, (2015)
	NTS-GT 012. Prestación del Servicio de Guianza Turística
	NTS-GT 013. Guías de Turismo. Conducción de la Actividad Cayoning, (2017)
	NTS-GT 014. Prestación del servicio de guianza turística en una segunda lengua, (2018)

Fuente: Elaboración propia. Tomado de la página del (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

1.4.1.4.5. Normas técnicas sectoriales para tiempo compartido

La Asociación Colombiana de Tiempo Compartido -ASTIEMPO- es la Unidad Sectorial de Normalización que representa al gremio. La misión primordial de la Unidad Sectorial de Normalización es la adopción y difusión de las normas técnicas en el campo operación de empresas de tiempo compartido, incluye términos y definiciones, y rotulado.

La elaboración de la norma fue llevada a cabo por el comité técnico de Turismo tiempo compartido ASTIEMPO, integrado por representantes de la industria tiempo compartido, delegados del Gobierno, la academia, usuarios y asesores que garantizaron la participación y la planeación efectiva de la norma.

Tabla 11 Normas técnicas sectoriales para Tiempo Compartido

COMPTENCIAS LABORALES	**NTS-TC 01.** Esquemas de tiempo compartido turístico y programas de propiedad vacacional. Requisitos del servicio de comercialización y de la gestión del servicio postventa, (2018)
	GTS-TC 01. Guía para la implementación de Norma Técnica Sectorial NTS-TC 001, requisitos de comercialización para Tiempo Compartido, (2015)

Fuente: Elaboración propia. Tomado de la página del (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

1.4.1.4.6. Normas técnicas sectoriales para Eventos, Congresos y Convenciones

La elaboración de la norma fue llevada a cabo por el Comité Técnico de Eventos, integrado por representantes de los Organizadores Profesionales de Eventos, Ferias y Convenciones -OPC-, la industria hotelera, centros de convenciones, delegados del Gobierno, la academia, los usuarios y los asesores que garantizan la participación e implementación efectiva de la norma.

Tabla 12 Normas técnicas sectoriales para Operación de Congresos, Ferias y Convenciones

COMPTENCIAS	**NTS – OPC 001.** Operación de Congresos, Ferias y Convenciones. Requisitos de Servicio. (2009)

Fuente: Elaboración propia. Tomado de la página del (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

1.4.1.5. Normativa para el manejo ambiental

La Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia es la Unidad Sectorial de Normalización para los temas referentes al turismo sostenible. La misión primordial de esta Unidad Sectorial de Normalización es la adopción y difusión de las normas técnicas en el ámbito de sostenibilidad para la gestión de destinos turísticos de Colombia y prestadores de servicios turísticos.

La elaboración de esta norma fue llevada a cabo por el Comité Técnico de Sostenibilidad para para prestadores de servicios turísticos, integrado por representantes de la industria turística y hotelera, delegados del Gobierno, la academia, usuarios y asesores que garantizaron la participación y la planeación efectiva de la norma.

Tabla 13 Normas Técnicas Sectoriales para el Turismo Sostenible (TS)

COMPTENCIAS LABORALES	**NTS - TS 001-1**. Destinos turísticos - Área turística. Requisitos de sostenibilidad. (2014)
	NTS - TS 001-2. Playas turísticas. Requisitos de sostenibilidad, II actualización (2015)
	NTS - TS 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad. (2014)
	NTS - TS 003. Agencias de viajes. Requisitos de sostenibilidad (2007).
	NTS - TS 004. Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad (2008)
	NTS - TS 005. Empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico. Requisitos de sostenibilidad, (2009)
	NTS - TS 006-1. Sistema de gestión para la sostenibilidad. Organizadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, (2012)
	NTS - TS 006-2. Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones. Requisitos de sostenibilidad, (2012)
	NTS - TS 007. Empresas Comercializadoras de Esquemas de Tiempo Compartido y Multipropiedad. Requisitos de sostenibilidad, (2016)
ICONTEC	**NTC 5133*.** Etiquetas Ambientales tipo I. Sello Ambiental Colombiano. Criterios ambientales para establecimientos de alojamiento y hospedaje (primera actualización

Fuente: Elaboración propia. Tomado de la página del (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

*El **Sello Ambiental Colombiano** es una marca de certificación que corresponde a un programa de etiquetado ambiental tipo I, en la categoría de establecimientos de alojamiento y hospedaje, que demuestra el cumplimiento eficaz de los criterios ambientales del producto y la implementación y operación de un sistema de gestión ambiental. El objetivo de la norma es "*sensibilizar a los consumidores y productores colombianos sobre estos nuevos mercados y sus ventajas"*. De acuerdo con (ICONTEC, s.f.) este sello o etiqueta ambiental que se obtiene de forma voluntaria considera los siguientes principios de eco etiquetado:

- El producto debe hacer uso sostenible de los recursos naturales que emplea como materia prima
- El producto debe minimizar el uso de materias primas nocivas para el ambiente
- Los procesos de producción deben utilizar menos cantidades de energía o hacer uso de fuentes renovables o ambos.
- Se deben utilizar menos materiales de empaque, preferiblemente reciclables, reutilizables o biodegradables en el producto
- El producto debe ser fabricado haciendo uso de tecnologías limpias o generando un menor impacto sobre el medio ambiente.

Para el caso de los establecimientos de alojamiento y hospedaje está identificada con la Norma Técnica Colombiana - NTC 5133, reconocido por la Superintendencia de Industria y Comercio, expedido por el ICONTEC y con vigencia de 3 años, con auditorias anuales por parte del Organismo Certificador del Sello Ambiental Colombiano.

1.4.2. Normatividad para la fuerza laboral

Decreto 1155 de 2020 – Infraestructura para proyectos turísticos especiales

El turismo como "una alternativa para la creación de empleos que mejoren las condiciones de vida de los colombianos (...)" y como un soporte para la transformación regional, la reconciliación y el mejoramiento de la imagen del país, da los lineamientos para la formulación y reglamentación de la Infraestructura y la presentación de los Proyectos Turísticos Especiales (PTE). (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

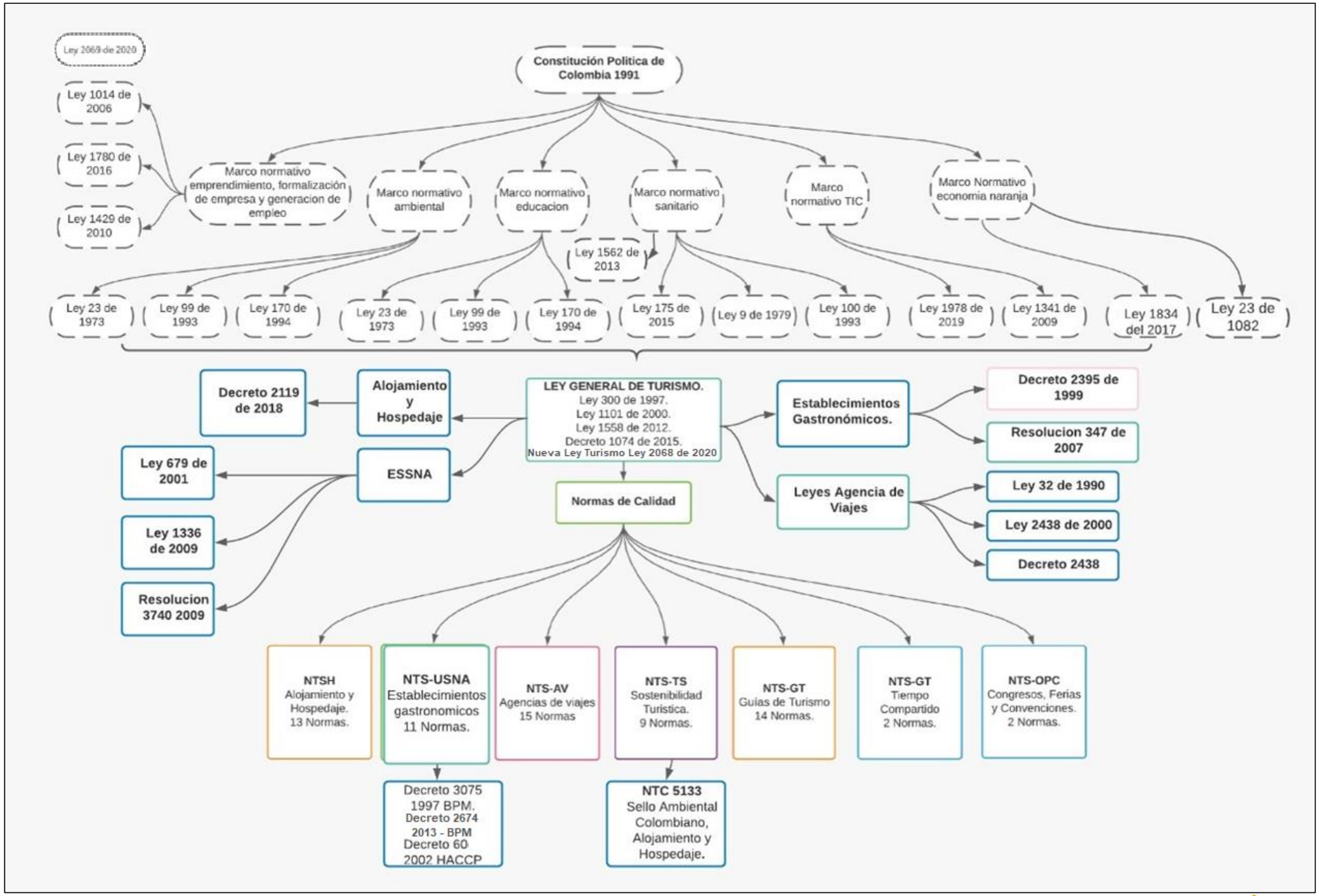
Ley 32 DE 1990 – Profesión del Agente de Viajes

"*Por medio de la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión del Agente de Viajes*" y se reconoce la actividad de Agentes de Viaje como una profesión de educación superior cuyo ejercicio en el país queda autorizado y amparado por la presente Ley. (Congreso de la República, 1990)

Resolución 823 de 2017 - Títulos Profesionales de las áreas afines a la Guianza Turística

"*Por el cual se determinan los Títulos Profesionales de las áreas afines al Guionaje o la Guianza Turística*". Según lo dispuesto en el Inciso 4 del Artículo 94 de la Ley 300 de 1996, modificado por el Artículo 26 de la Ley 1558 de 2012, los títulos profesionales que podrán ser reconocidas como **guías de turismo** son las personas que ostenten títulos profesionales reconocidos legalmente en Colombia, en las áreas afines al guionaje o Guianza turística y que se relacionan a continuación son: Administrador de Empresas Hoteleras y Turísticas, Gestor en Ecología y Turismo, Profesional en Hotelería y Turismo Ecológico, Administrador de Empresas Turísticas. Profesional en Administración del Turismo Sostenible, Administrador Turístico, Administrador Turística y del Patrimonio, Administrador Turístico y Hotelero, Profesional en Hotelería y Turismo, Profesional en Turismo, Profesional en Gastronomía, Profesional en Gastronomía y Alta Cocina, Culinarias y Gastronomía, Profesional en Gastronomía y Cocina, Profesional En Gestión Cultural, Profesional en Artes Gastronómicas, Profesional en Gastronomía y Culinaria, Profesional en Ciencias Culinarias, Profesional en Culinaria y Gastronomía, Gastrónomo. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017).

Ilustración 15 Mapa normativo del Sector Turismo



PNUD Colombia, 2020

1.4.3. Las políticas, planes (PND 2018 -2022 y Plan Sectorial), programas y proyectos del sector

Las políticas nacionales son las acciones de gobierno, emitida por éste, que buscan dar respuestas a las diversas demandas de la sociedad, se pueden entender como uso estratégico de recursos para aliviar los problemas nacionales. En este apartado se revisarán las políticas supra-programáticas y los planes y programas sectoriales.

1.4.3.1. Políticas supra-programáticas

A continuación, se detallan en orden cronológico las políticas públicas emitidas por el Estado para el fomento, desarrollo y competitividad del Turismo en Colombia:

Tabla 14 Políticas públicas para el Turismo en Colombia

Política de Turismo Sostenible- 2020	Su objetivo es posicionar la sostenibilidad como pilar fundamental para el desarrollo del turismo en el país, como factor de competitividad de los negocios turísticos y de desarrollo social y cultural local, basados en los objetivos de desarrollo económico y socio-cultural del turismo, y la necesidad de proteger el capital natural. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)
Política de Calidad Turística - 2016	Su objetivo es determinar las líneas estratégicas que permitan gestionar mejoras sobre los niveles de calidad en la prestación de los servicios turísticos, generando una cultura de excelencia entre actores públicos y privados, como estrategia para posicionar a Colombia como un destino diferenciado, competitivo y sostenible. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016)
Política de Turismo de Naturaleza - 2012	Establece lineamientos de priorización de los subproductos y actividades turísticas de naturaleza: **el ecoturismo, el avistamiento de aves, avistamiento de ballenas, turismo de aventura, buceo, turismo rural y agroturismo** con el objeto de otorgarle a estos segmentos, las herramientas que permitan generar una verdadera transformación productiva de turismo de naturaleza, en otras palabras crearles ventajas altamente competitivas. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012)
Política de Turismo Comunitario - 2012	Los Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia establecen como objetivo "*fortalecer la función social del turismo*" y

	reconocer el turismo comunitario como un pilar para el desarrollo local y de conservación y una estrategia local de aprovechamiento de ventajas comparativas en condiciones complejas desde lo social, económico, ambiental y cultural. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012)
Política de Playas Turísticas- 2011	*Consolidar la competitividad del producto turístico de playa en Colombia, por medio de esquemas de coordinación institucional, de planificación, de recuperación y de ordenamiento de las playas turísticas, que incorporen la calidad turística, la preservación de los ecosistemas costeros y el respeto a las culturas locales, como los medios para lograr un turismo sostenible y un factor de diferenciación internacional, con reglamentaciones para el uso y disfrute de las playas marítimas, así como los usos y códigos de comportamiento de las mismas, como medio de planificación de la actividad turística con CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD.* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011)
Política de Mercadeo y Promoción Turística - 2009	Con su lema *"Colombia Destino Turístico de Clase Mundial",* orienta la gestión de los diferentes actores del turismo colombiano para la competitividad, el mercadeo, la promoción y la seguridad turística, así como el turismo social, la vinculación del turismo y las artesanías, la formación y la capacitación en turismo. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009)
Política de Turismo Social - 2009	Y su lema *"Hacia un turismo accesible e incluyente para todos los colombianos"* pretende facilitar el acceso de todos los colombianos al turismo a las personas con discapacidad, las personas mayores, jóvenes y de escasos recursos económicos. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009)
Política de Turismo y Artesanías - 2009	Y su lema *"Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano", t*iene como objetivo integrar como propuesta de desarrollo conjunto sostenible y responsable, las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías, procurando la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales y del beneficio económico, social y cultural de las comunidades y

	destinos. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Artesanias de Colombia, 2009)
Política de Turismo Cultural - 2007	Con el lema *"Identidad y desarrollo competitivo del Patrimonio"* pretende fomentar el desarrollo del turismo cultural en Colombia e incentivar a extranjeros y nacionales a conocer y apropiar las costumbres y el patrimonio material e inmaterial del país generando beneficios a las comunidades, así como los medios y motivaciones para cuidar y mantener el legado cultural, garantizando la sostenibilidad de los sectores que componen esta tipología turística. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Cultura, 2007)
Política de Desarrollo Productivo - Programa de Transformación Productiva Regional	Política de Desarrollo Productivo que busca promover aumentos sostenidos de productividad que redunden en un mayor crecimiento de la economía colombiana en el largo plazo a través de una de sus cadenas productivas como es el Turismo, dando priorización de cadenas en las regiones y estableciendo planes de trabajo. (Ministrio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)
Política de Infraestructura Turística	Su propósito es el de fortalecer los procesos para la formulación, planeación, gestión, evaluación y seguimiento de proyectos, potenciando la articulación eficiente de manera interinstitucional para fomentar la construcción de infraestructura turística estratégica para el país.
Política de Competitividad Turística - 2009	El "*desafío para alcanzar un turismo de clase mundial*" Esta política traza nuevas metas, y propone estrategias para desarrollar herramientas que faciliten la adaptación a los cambios y las exigencias actuales en el mercado turístico, y que den respuesta a las prioridades en materia de sostenibilidad y competitividad y otorgando una visión innovadora para la gestión del turismo en los destinos y productos turísticos colombianos. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2009)
Política del Ecoturismo - 2003	La sexta versión del documento "*Política para el desarrollo del ecoturismo"* se establece con el objetivo de fortalecer y diversificar la actividad ecoturística,

	teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible, en razón del cual ésta debe propender por el uso racional de los recursos, el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores residentes en las regiones y el permanente esfuerzo para proporcionar una oferta competitiva de servicios, en armonía con la diversidad ecológica y cultural. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2003)

Fuente: Elaboración propia. Tomado del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Turismo. Calidad y Desarrollo Sostenible. Políticas del Sector

El Consejo Nacional de Política Económica y Social, CONPES fue creado por la Ley 19 de 1958, es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país; el cual coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión. Aquí el Departamento Nacional de Planeación-DNP desempeña las funciones de Secretaría Ejecutiva del CONPES, y es la entidad encargada de coordinar y presentar todos los documentos para discutir en sesión.

A continuación, se presentan los documentos CONPES desarrollados para fortalecer el desarrollo económico y social del país en donde el Sector del Turismo toma sus bases de manera directa o de manera transversal.

CONPES 3956 de 2019 - Política de Formalización Empresarial

El cual propone un plan de acción para mejorar la relación beneficio costo de una empresa para ser formal, que será implementado, entre otras, por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio del Trabajo, el Ministerio de Salud y Protección Social, el Departamento Nacional de Planeación y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Busca apoyar a las empresas para que materialicen los beneficios de la formalización y fortalecer las actividades de IVC. (Departamento Nacional de Planeación, et al., 2019)

CONPES 3934 DE 2018 - Política de Crecimiento Verde

Colombia cuenta con recursos naturales extraordinarios; existen más de 60 mil especies registradas, 24,8 millones de hectáreas que pueden ser utilizadas en proyectos forestales, y un gran potencial eólico (energía generada por el viento). Sin embargo, no se ha logrado integrar eficientemente la sostenibilidad ambiental a las políticas y estrategias de crecimiento económico, lo que ha ocasionado degradación y agotamiento de los recursos naturales, especialmente la biodiversidad, el agua y el suelo.

Esta política busca equilibrar el uso de los recursos naturales con el desarrollo económico del país y avanzar de manera sostenible y armónica con el medio ambiente; tiene como

propósito incrementar el crecimiento económico para atender las problemáticas sociales en materia de pobreza, desigualdad y construcción de paz, sin olvidar que se debe preservar los recursos naturales para las futuras generaciones. (Departamento Nacional de Planeación- DPN et. al, 2018)

CONPES 3918 de 2018 – Estrategia para la Implementación de los ODS en Colombia

Establece los objetivos de la Política de Desarrollo Sostenible y sus ODS en la Agenda 2030 que integran en sus tres dimensiones social, económica y ambiental, importantes retos a nivel global y nacional. También establece un Plan de Acción y Seguimiento (PAS) para el cumplimiento de la Política y genera una hoja de ruta para cada una de las metas establecidas, incluyendo indicadores, entidades responsables y los recursos requeridos para llevarlas a buen término. (Departamento Nacional de Planeación - DPN, 2018)

Así mismo, establece cuatro lineamientos a partir de los cuales se desarrollará la estrategia, la metodología de seguimiento y evaluación y la estrategia de financiación de la misma, los cuales son:

- la necesidad de fortalecer la coordinación interinstitucional para promover acciones transversales,
- la capacidad del Gobierno para cuantificar los avances de las metas propuestas,
- la alineación de la agenda con los instrumentos de política territoriales,
- la coordinación de acciones con diferentes actores sociales, así como la movilización de recursos en todos los niveles.

CONPES 3866 de 2016 – Política de Desarrollo Productivo

El objetivo de esta política es aumentar la productividad y la diversificación del aparato productivo colombiano hacia bienes y servicios más diversificados y sofisticados. (Departamento Nacional de Planeación - DPN, 2016)

Establece 90 acciones enmarcadas en 7 ejes de los cuales el Ministerio de Comercio Industria y Turismo lidera 45 de ellas, los ejes establecidos se describen a continuación:

- **Transferencia de conocimiento y tecnología**: busca cerrar la brecha que enfrentan las empresas en materia de productividad y tecnología para lograr una industria moderna, eficiente y altamente productiva y por ende competitiva en los mercados internacionales y locales.
- **Innovación y emprendimiento:** busca que el país se genere emprendimiento de alto valor agregado con contenido innovador y que responda a las necesidades del consumidor de forma diferenciada, promoviendo el crecimiento y sostenibilidad de estas nuevas empresas en el tiempo.
- **Capital humano:** busca el desarrollo del capital humano pertinente y con calidad asegurando programas de formación a nivel profesional, técnico y tecnológico, pertinentes para las necesidades del sector productivo por medio de la sincronización de los instrumentos de entidades como el Ministerio de Educación Nacional y el SENA.

- **Financiamiento**: establece las acciones para fortalecer los eslabones de financiamiento al emprendimiento con alto potencial de crecimiento y de valor agregado.
- **Encadenamientos productivos**: establece el diseño y puesta en marcha de programas de servicios de emparejamiento de oferta y demanda, la generación y divulgación de cadenas de valor que identifiquen oportunidades potenciales de encadenamientos y sus respectivas acciones para facilitar la inserción de las empresas colombianas en cadenas regionales, locales y globales de valor.
- **Calidad:** tiene como propósito fortalecer la oferta de servicios de la infraestructura de la calidad en el país desarrollando e incentivando el uso de normas de calidad y de las certificaciones.
- **Comercio exterior:** busca resolver las fallas de coordinación y de gobierno, para facilitar el comercio mediante estrategias de promoción e inversión, la racionalización de las medidas no arancelarias y la provisión de información sobre acceso a mercados.

CONPES 3640 de 2010 - Política para el Desarrollo del Turismo de Convenciones y Eventos

Los Lineamientos de este documento establecen las estrategias para el desarrollo planificado y sostenido del turismo de convenciones y congresos y de esta manera contribuir al logro del objetivo que tiene Colombia de convertirse en un destino turístico de clase mundial y generar las condiciones bajo las cuales los actores del sector puedan desarrollar sus actividades y aprovechar el potencial que tiene Colombia en este renglón de la economía. (Departamento Nacional de Planeación - DPN & Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Proexport, 2010)

CONPES 3296 de 2004 - Lineamientos para la prestación de servicios ecoturísticos

Los Lineamientos para Promover la Participación Privada en la Prestación de Servicios Ecoturísticos en el Sistema de Parques Nacionales Naturales – SPNN, creados para optimizar la asignación de recursos técnicos, operativos y administrativos de la Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Nacionales Naturales – UAESPNN, hacia actividades de conservación; mejorar la eficiencia y calidad en la prestación de los servicios ecoturísticos existentes; impulsar la competitividad en las actividades ecoturísticas; fortalecer la presencia estatal; contribuir con la sostenibilidad financiera para el manejo y conservación; y, promover el desarrollo sostenible en las regiones, con especial énfasis en las comunidades y organizaciones de base. También define los lineamientos para la participación del sector privado en la prestación de los servicios ecoturísticos y el diseño y publicación de los lineamientos para el ecoturismo comunitario, se generan algunos mecanismos de manejo de la actividad. (Departamento Nacional de Planeación, Unidad Administrativa Especial del Sistema de PNN & Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Ambiente, 2004).

CONPES 3110 de 2001 - Política para el desarrollo del Turismo Náutico

Políticas para el Desarrollo del Turismo Náutico en las costas colombianas pues Colombia cuenta con una serie de ventajas que le permitirían el desarrollo de este tipo de turismo para la Reactivación de los destinos turísticos del Caribe y el Pacífico, promover el Desarrollo de muelles y marinas privados, así como de zonas francas turísticas, la promoción del país como un destino turístico atractivo. (Departamento Nacional de Planeación & Ministerio de Desarrollo Económico, 2001)

1.4.3.2. Planes y programas Sectoriales

Los Planes y Programas Sectoriales agrupan el conjunto de acciones relacionadas en torno a los objetivos de un sector de la economía o sociedad, son determinantes en la definición de las áreas responsables, los instrumentos a utilizar, los resultados esperados, la forma de medición de los mismos y provee además los elementos necesarios para su seguimiento y evaluación.

Los Planes y Programas Sectoriales son y representan de forma más específica las principales directrices de la planeación estratégica que orientan los fines de las políticas públicas, representan un factor determinante para el logro de los objetivos y metas establecidas por parte del Estado y son coadyuvantes directos en el cumplimiento de los objetivos y estrategias del Plan Nacional de Desarrollo. A continuación, se describen los Planes y Programas Sectoriales que aportan al crecimiento del Turismo en el país.

Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022

"Pacto por Colombia, pacto por la Equidad", tiene como objetivo sentar las bases de legalidad, emprendimiento y equidad que permitan lograr la igualdad de oportunidades para todos los colombianos, mediante:

- El incremento en la productividad,
- La transformación digital
- El fomento a la agroindustria que vincule a los pequeños y medianos productores
- Una mejora regulatoria y tributaria que promueva el emprendimiento y la actividad empresarial
- Eficiencia del gasto público

Plan Sectorial de Turismo 2018-2022

El Plan Sectorial de Turismo denominado "*Turismo, el propósito que nos une",* tiene como objetivo mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales, cuyos objetivos son (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018):

- Generar las condiciones institucionales para el impulso al sector turismo.
- Realizar una gestión integral de los destinos y fortalecer la oferta turística

- Generar más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.
- Aumentar la innovación y el desarrollo empresarial en el sector turismo.
- Fortalecer el capital humano para la competitividad del turismo.
- Promover un turismo transformador, incluyente y con equidad.
- Fortalecer la oferta mediante el desarrollo del arcoíris turístico.

Plan Estratégico de Seguridad Turística - 2016

El Plan Estratégico de Seguridad Turística indica que la seguridad es una de las condiciones fundamentales para el fortalecimiento de la competitividad del turismo en Colombia; establece lineamientos para garantizar el derecho a la seguridad, asociado a la libertad de movimiento y desplazamiento en el espacio turístico. Su objetivo es *"incrementar la seguridad para los usuarios de servicios turísticos, mediante el establecimiento de estrategias a partir de las cuales se implementen proyectos y actividades que promuevan medidas de control y prevención, dirigidas a los prestadores de servicios turísticos, vigilancia y protección de los atractivos turísticos, información y orientación al turista, así como acciones para el fortalecimiento institucional".* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Policia Nacional & Fontur, 2016)

Programa de Turismo Responsable ESCNNA

Este programa pretende empoderar al sector turístico como estrategia nacional para la prevención y garante de los derechos de niños, niñas y adolescentes, evitando la trata de personas, microtráfico y la explotación en el contexto de Viajes y Turismo, en coordinación con el ICBF y con el apoyo del Fondo Nacional de Turismo - FONTUR, blindando al sector turístico del delito de la Explotación Sexual y Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes-ESCNNA. La estrategia se desarrolla en tres ejes de acción los cuales son: sensibilización y capacitación, información, vigilancia y control. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012)

Programa de Turismo Comunitario - 2010

Establece iniciativas de desarrollo para contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades, teniendo en cuenta un enfoque diferencial étnico y socioeconómico, que permita implementar estrategias de desarrollo, de superación de la pobreza y el logro de las metas y objetivos de desarrollo del milenio en general, como son (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012):

- Agroturismo y ecoturismo en reservas naturales y Fincas agroecológicas,
- Tierradentro: "Hacía una experiencia etnoturística",
- Turismo astronómico,
- Parque de la agricultura interactiva – turismo rural comunitario

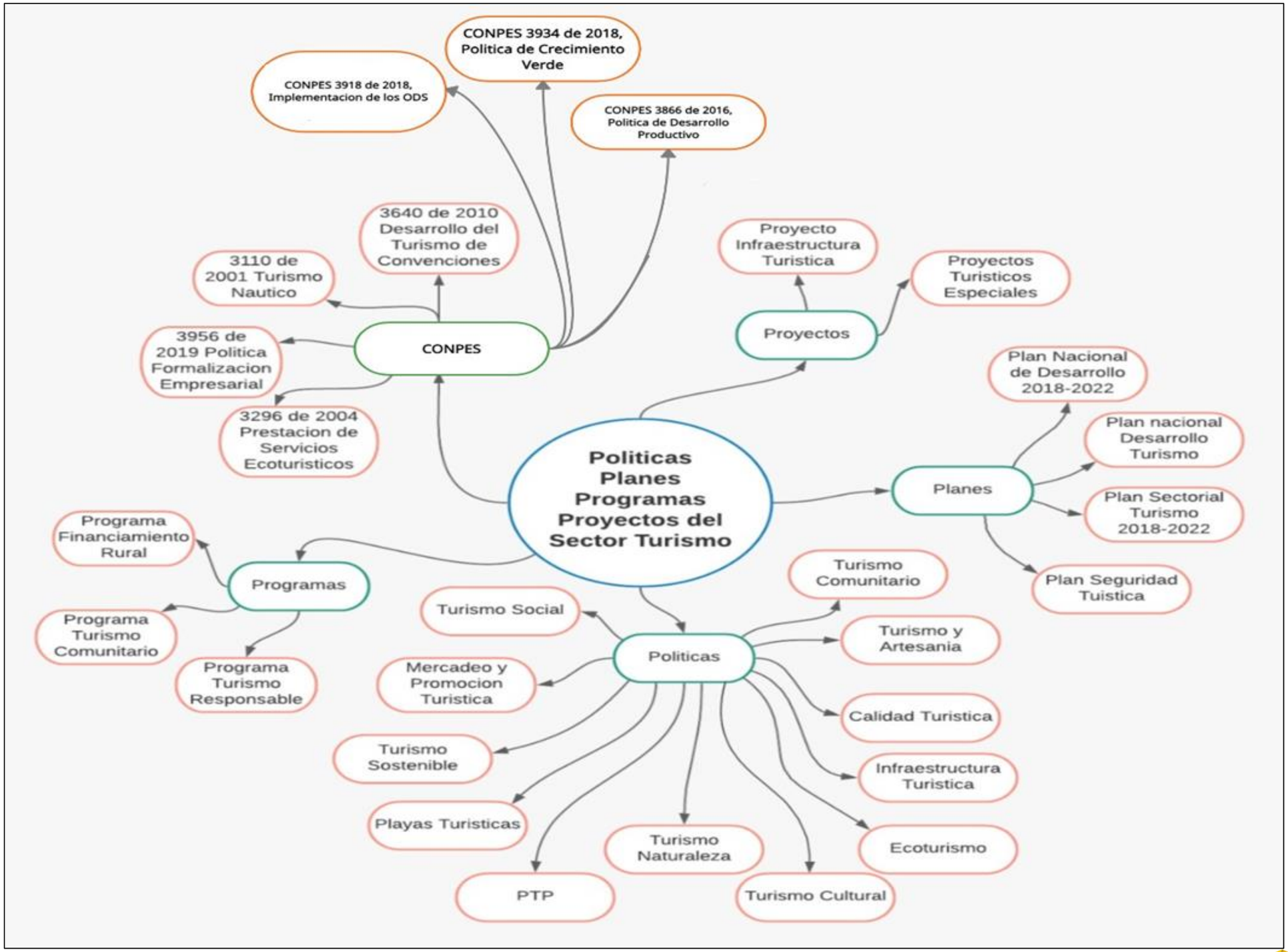
Programa de Transformación Productiva Regional

El Programa de Transformación Productiva Regional es un articulador de la gestión entre las entidades públicas y las organizaciones privadas de carácter regional, nacional e internacional con el objetivo de superar los cuellos de botella comerciales, normativos, arancelarios y no arancelarios que afectan la productividad y competitividad de la industria, especialmente de sectores que han sido identificados como importantes o estratégicos para el desarrollo productivo del país y tiene como propósito ser uno de los brazos ejecutores de la Política de Desarrollo Productivo del país ayudando a las industrias y sus empresas a producir más, con mejor calidad y mayor valor agregado. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MinCIT, 2018)

Este programa trabaja con 18 subsectores que fueron priorizados en la Política de Desarrollo Productivo, PDP (Conpes 3866 de 2016), debido a su impacto en la producción, el empleo, las exportaciones y por el potencial que tienen para generar productos y servicios con mayor valor agregado y sofisticación. Dentro del Sector de los Servicios que toca directamente el sector del Turismo, el PTPR está enfocado en el Producto Turístico del:

- **Turismo de Naturaleza:** comprende todo tipo de viajes enfocados en la naturaleza, en donde la principal motivación es la observación y apreciación de la biodiversidad, acompañada de la cultura de poblaciones locales y se divide en tres subproductos:
  - Ecoturismo (avistamiento de aves y de ballenas, y playas prístinas);
  - Turismo Rural: (Paisaje Cultural Cafetero, haciendas de bienestar y de actividades tradicionales); y
  - Turismo de Aventura (buceo, rafting, rapel, torrentismo, trekking, parapente, kitesurf y windsurf, entre otras actividades
- **Turismo de Bienestar**: que se enfoca en tres líneas con tratamientos alternativos y terapéuticos como la talasoterapia, el termalismo y el desarrollo de spa o centros de bienestar; su objetivo es definir una estrategia de desarrollo por zonas con el fin de dar valor a los atributos de cada región y crear una oferta de bienestar de alta gama; asesorando a las regiones en la implementación de los proyectos con la población local.

Ilustración 16 Mapa de políticas, planes y programas del Sector Turismo



PNUD Colombia, 2020

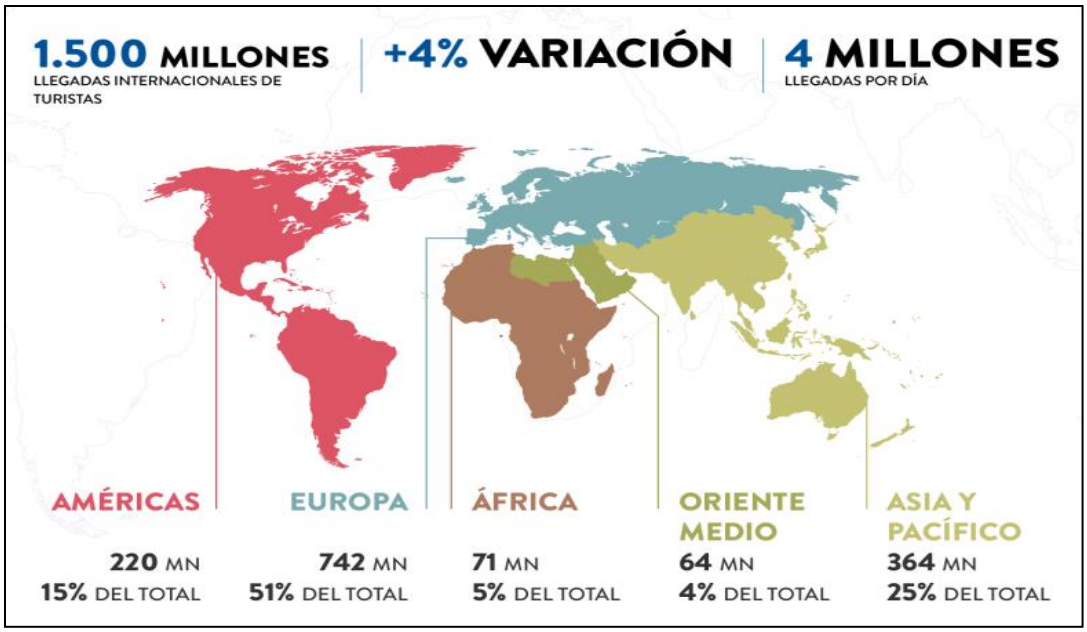
1.5. Proyección a nivel internacional

1.5.1. Comportamiento del turismo mundial

En 2019, tras 10 años de continuo crecimiento, la llegada de turistas internacionales alcanzó la cifra de 1.461 millones y los ingresos por turismo internacional ascendieron a 1,7 billones de dólares, sin incluir el gasto en transporte aéreo internacional. En 2019 el turismo representó el 7% de las exportaciones mundiales y el 30% de las exportaciones de servicios (1,5 billones de dólares) y hasta el 45% de la exportación total de servicios en los países en desarrollo. El turismo es la tercera mayor categoría de exportaciones del mundo, después de los productos químicos y los combustibles, y por delante de la automoción y de los productos agroalimentarios (OMT, 2019).

Aunque todas las regiones presentaron un crecimiento en cuanto a llegadas de turistas internaciones en 2019, éste fue más pronunciado en algunas regiones. Como se puede ver en la ilustración 17, el Oriente Medio tuvo el mayor crecimiento en cuanto a las llegadas internacionales, duplicando casi la media mundial (+8%). Por su parte, el crecimiento en Asia y el Pacífico fue superior a la media, con un aumento del 5%, mientras que Europa, que presentó un crecimiento inferior al de los años previos (+4%), sigue a la cabeza con 742 millones llegadas de turistas internacionales que representan el 51% del mercado mundial. En Las Américas el crecimiento fue menor (+2%), si bien muchas islas caribeñas consolidaron su recuperación tras los huracanes de 2017, el número de llegadas a Suramérica cayó debido en parte a los disturbios sociales y políticos.

Ilustración 17 Resultados del turismo mundial en 2019

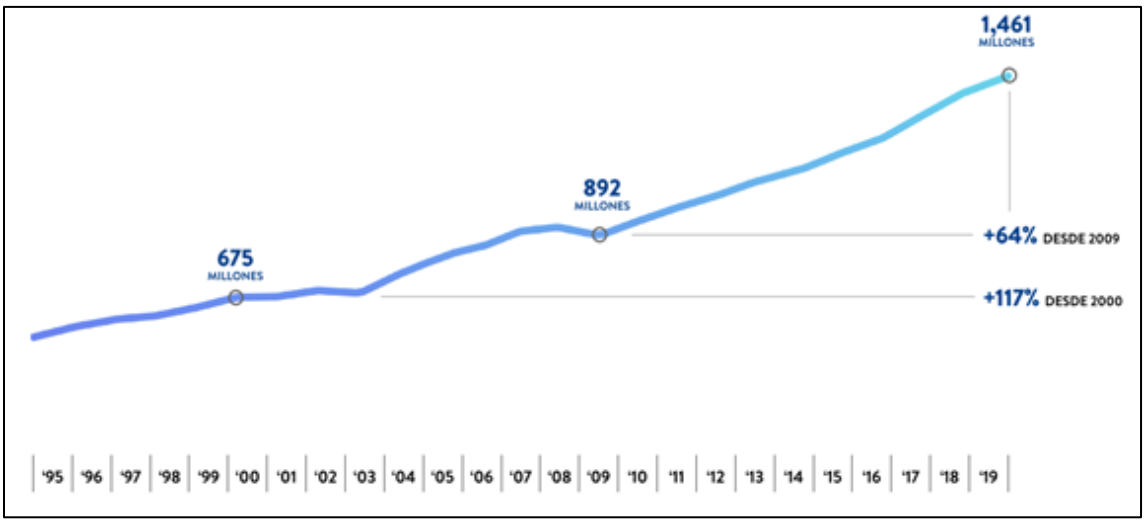


Fuente: (OMT, 2020)

Como se puede ver en la gráfica 13, la industria pasó de gestionar 675 millones de llegadas de turistas en 2000 a 1.461 millones en 2019, equivalente a un crecimiento del 64%, el cual

se aceleró desde 2009. El pronóstico a largo plazo de la OMT publicado en 2010 indicaba que se alcanzarían los 1.400 millones en 2020, pero el notable crecimiento de las llegadas internacionales en los últimos años adelantó el alcance de la meta por dos años (OMT, Barómetro 2018).

Gráfica 15 Llegada de turistas internacionales (2009-2019)



Fuente: (OMT, 2020)

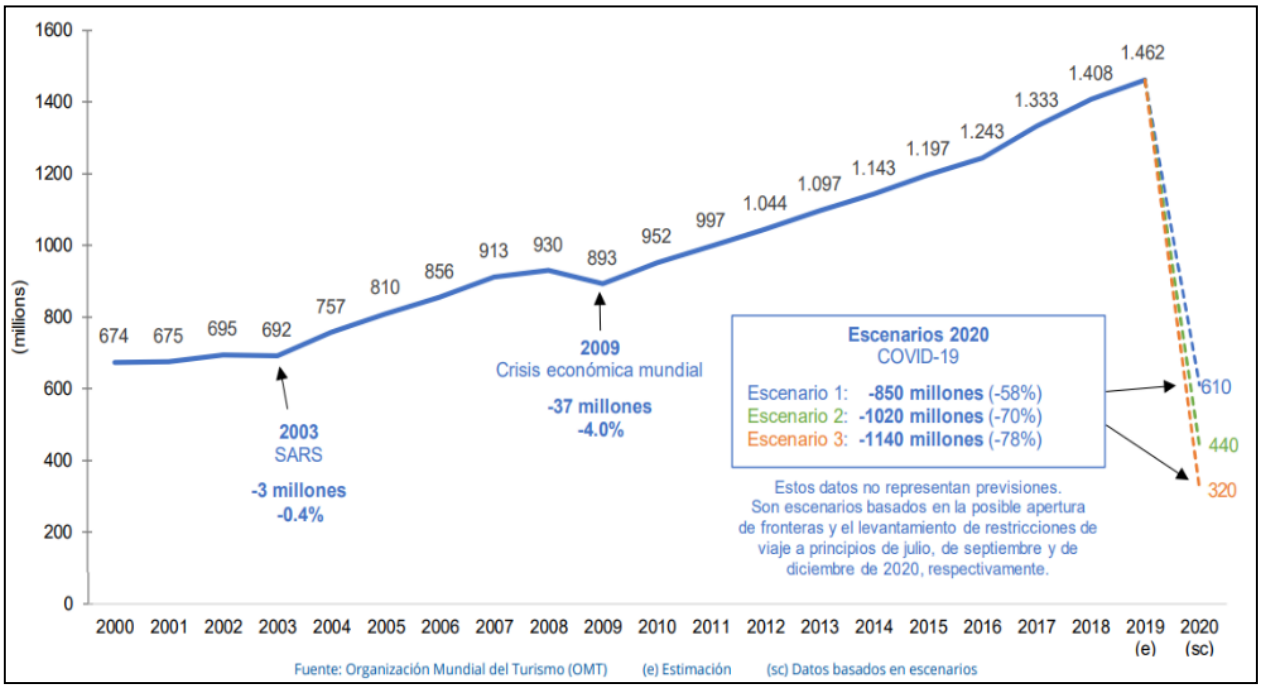
Para 2020 la OMT había previsto un crecimiento de las llegadas internacionales de entre el 3% y el 4%, lo cual se vio afectado por las restricciones de viaje introducidas en respuesta a la pandemia de COVID-19, según los últimos datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) durante los primeros ocho meses de 2020 las llegadas internacionales mostraron una caída del 70%. Esta reducción representó hasta agosto, 700 millones menos de llegadas en comparación con el mismo periodo de 2019 y se traduce en una pérdida de 730.000 millones de dólares en ingresos de exportación procedentes del turismo internacional. Se cuantifica que esta pérdida multiplica por ocho la experimentada en 2009 durante la crisis económica y financiera mundial (OMT, 2020).

Debido al impacto de la COVID-19, todas las regiones registraron importantes caídas en las llegadas durante los ocho primeros meses de 2020. Asia y el Pacífico, experimentó una caída del 79% de las llegadas, seguida de África y Oriente Medio (en ambos casos -69%), Europa (-68%) y las Américas (-65%). Aunque hay un esfuerzo de reapertura gradual de las fronteras internacionales, la demanda de viajes sigue en gran medida reprimida por la constante incertidumbre sobre la pandemia y la falta de confianza. Según los tres escenarios previstos la OMT prevé una caída global cercana al 70% para el conjunto de 2020, lo que pone en riesgo entre 100 y 120 millones de empleos y podría generar pérdidas de US $ 910 mil millones a US $ 1.2 billones en exportaciones (UNWTO, 2020).

Se prevé un repunte del turismo internacional entre el tercer trimestre del 2021 y el 2022. Esto se basa principalmente en las crisis anteriores, donde la recuperación de la llegada de turistas internacionales más rápida fue tras el SARS de 2003 (11 meses), mientras que la recuperación tras el 11 de septiembre de 2001 tardo 14 meses y 19 meses la de la crisis económica mundial de 2009. Sin embargo, como se observa en la gráfica 14, en ninguno

de los casos anteriores la magnitud de la caída de la llegada de turistas internacionales habría sido tan pronunciada.

Gráfica 16 Llegada de turistas internacionales, 2009-2019, y escenarios para 2020 (millones)



Fuente: (Organización Mundial del Turismo, 2020)

1.5.2. Principales tendencias en el sector

Las principales tendencias del turismo están determinadas por factores de demanda relacionados con cambios en el comportamiento y expectativas de los consumidores que responden a nuevos mercados emergentes y grupos poblacionales (OMT, 2019). Lo anterior en un contexto internacional marcado por la innovación y rápidos cambios tecnológicos, y una agenda verde para la mitigación del cambio climático; que en el sector se traduce en la incorporación de criterios de sostenibilidad para el desarrollo de los negocios y de los destinos, y en la potencialidad de nuevos segmentos de mercado basados en la naturaleza y la cultura.

Por la naturaleza de la actividad, el turismo es altamente dependiente de las crisis de orden geopolítico y económico internacional. En 2020 la pandemia SARS-CoV-2 no solo ha impactado los flujos turísticos, sino que acelerará o traerá cambios para el sector.

1.5.2.1. Comportamiento y expectativas de los consumidores

Millennials y Centennials: de acuerdo con los cambios demográficos, los nuevos grupos de consumidores serán predominantemente Millennials (1981-1993- Generación Y) y Centennials (1994-2010- generación Z). Ambos grupos son 'nativos digitales' y se

caracterizan por el intensivo uso de tecnologías de la comunicación, especialmente servicios móviles, en uso como el Internet como fuente de noticias, marketing digital y redes sociales.

Dependiendo de sus grupos socioeconómicos, estos comportamientos pueden variar significativamente. Pero en general, se caracterizan como personas tolerantes, optimistas, abiertas al conocimiento y les gusta mantenerse al tanto de los asuntos políticos. Generalmente cuentan con formación universitaria, presentan actitudes hacia el voluntariado y el activismo, quieren hacer del mundo un lugar mejor, y afirman que toda herencia debe ser respetada, contada y reconocida. Como consumidores, buscan experiencias más personalizadas mientras se alejan de las experiencias tradicionales.

Teniendo en cuenta el uso de la tecnología y las preferencias de este grupo, para las empresas turísticas ofertar servicios y productos turísticos resultaría más eficaz y menos costoso a su vez que requerirá de una constante innovación para atender un mercado en busca de experiencias auténticas.

Viajeros Sénior o "Boomers": son aquellos que pertenecen a la generación Baby Boomer, nacidos entre 1946 y 1964. Se caracterizan por tener tiempo disponible, status económico, curiosidad y deseo de viajar. Es una generación que busca la aventura, cultura, historia, naturaleza. Los "Boomers" saben lo que quieren, han viajado y conocen diferentes destinos; buscan experiencias seguras, que ofrezcan seguridad, comodidad, accesibilidad, ambiente verde, limpieza.

Viajes en solitario o multigeneracionales, como resultado del envejecimiento de la población y del aumento de los hogares unipersonales (OMT, 2019):

Búsqueda de experiencias auténticas y diferentes: la búsqueda de experiencias por parte de los viajeros impacta directamente la forma de crear y plantear productos turísticos y, es donde el cliente busca una experiencia diferenciada que le ofrezca la posibilidad de alcanzar su objetivo de viaje.

Viaje como herramienta de desarrollo personal: El turismo debe aportar al desarrollo personal de quienes lo realizan. Este principio es una tendencia que crece cada vez más, es un estilo diferente de recorrer el mundo. Los turistas buscan equilibrar la diversión y el descanso con el desarrollo personal e interpersonal; así surgen expectativas como viajar «para cambiar», «para enseñar», «para aprender», acompañados por el deseo de vivir como un habitante local, la búsqueda de autenticidad y la transformación. La experiencia se disfruta en el destino, pero se comparte y se inmortaliza a través de redes sociales: los momentos, experiencias y destinos serán «instagrameables».

Nuevos perfiles de clientes: las tribus urbanas o comunidades construidas con base en intereses comunes generan cada vez más encuentros especializados (por ejemplo: Campus Party, Comic Con, temas de bienestar, emprendimiento, entre otros), así como eventos institucionales, ONGs, son cada vez más frecuentes y plantean la necesidad de llegar a esos nuevos mercados con propuestas innovadoras.

Innovación en productos turísticos especializados. Según la guía mundial para restablecer el turismo de la OMT tras la pandemia, se deberán desarrollar segmentos y

productos sostenibles enfocados en naturaleza y área rurales: ecoturismo, deportes individuales o de pequeños grupos, historia, avistamiento de aves y rutas en tours o paquetes especializadas para grupos pequeños (UNWTO, 2020). Se espera que se reactive en primera instancia el turismo de proximidad y el nacional, en viajes cortos. Se priorizarán los viajes domésticos y de naturaleza; las 'staycation' que antes era tendencia alternativa, será pauta de consumo.

El turismo de naturaleza y cultura se consideran como potenciales y de alto crecimiento a nivel mundial, en Colombia el Plan Estratégico y de Negocios de Turismo Cultural (FONTUR, INMARK, 2017), y el Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza de Colombia (FONTUR, Europraxis, T&L, AVIA EXPORT, 2013), son un marco de referencia que interpreta las tendencias, cuentan con una evaluación de los atractivos a nivel nacional, e identifican los productos y segmentos potencialidades en estas categorías de producto.

1.5.2.2. Cambios en la empresas y negocios

Nuevas empresas: basadas en el desarrollo de soluciones a través de la aplicación de nuevas tecnologías al sector: las características propias del sector (mayoría de pequeñas empresas, poca capacidad de inversión en I+d+i, entre otras) han impulsado la generación de emprendimientos tecnológicos que ofrecen soluciones para el sector. Así como el desarrollo de plataforma de economía colaborativa. En el siguiente apartado se profundiza sobre este tema y los cambios en el empleo turístico.

Con la influencia de las redes sociales y las plataformas colaborativas que han permitido que pequeños prestadores o empresas se vinculen a redes internacionales, desaparecen intermediarios y aparecen nuevos actores. En este escenario el posicionamiento del internet se convierte en eje clave de las transacciones del sector, donde la demanda establece prioridades, necesidades y expectativas.

Transformación digital: El desarrollo de nuevas tecnologías como 5G, servicios base en la nube e inteligencia artificial, ofrecen una mayor velocidad de acceso a la información, más intuición en las interacciones y la posibilidad de extender una experiencia turística antes y después de un viaje. Sobre las tecnologías se profundiza en el numeral 1.5.3. Entorno tecnológico.

La pandemia ha acelerado procesos de transformación digital que se estaban viviendo a nivel global y que el turismo ha venido experimentando en las últimas décadas. Se consolidará el perfil de viajero digital, el cual es más autónomo, exigente, impaciente, responsable, que busca un servicio personalizado y actúa a través de múltiples canales. Busca herramientas que faciliten la gestión del viaje, valora las recomendaciones y demanda información especializada y relevante.

El valor de la información: El cliente valora los destinos y productos en función de una búsqueda previa que realiza sobre los sitios que va a visitar. Adicional, dados los impactos de la pandemia COVID-19, ha habido una creciente demanda de transparencia en cuanto a protocolos de salud, seguridad, datos y seguridad durante los viajes y en los destinos finales.

Necesidades de inversión: para respaldar el cambio en los comportamientos y necesidades de los consumidores, se requerirán altos niveles de inversión. En una nueva realidad posterior a COVID-19, se abrirán posibilidades, desde inversiones duras tradicionales como infraestructura de alojamiento hasta infraestructura blanda como soluciones digitales y servicios de apoyo en torno a experiencias y sostenibilidad (UNWTO, 2020). En este escenario surgirán fondos de capital riesgo, start-ups, multinacionales tecnológicas, sociedades de inversión inmobiliaria, entre otros, que tendrán un papel determinante para apalancar el crecimiento del sector en los próximos años (Hosteltur, 2020).

1.5.2.3. Sostenibilidad como requisito

A nivel mundial existe una mayor conciencia de la sostenibilidad, con temas como la eliminación del plástico y cambio climático. La concientización de los viajeros y las empresas y su interés por generar un impacto positivo es ahora imperativo. Ya no sólo se espera no tener un impacto negativo sino también que el viaje sea una oportunidad de generar dinámicas positivas en el destino a través del uso de proveedores locales, bajo impacto en términos de residuos, apoyo a proyectos sociales, entre otros.

Esta preocupación por la sostenibilidad del sector y el tipo de productos que se desarrollan se evidencian no solo desde las políticas y gestión institucional sino también desde las preferencias de los viajeros y las tendencias del mercado.

Aunque el desarrollo sostenible se encuentra sobre el escenario mundial desde hace décadas, la crisis desencadenada por el virus SARS-CoV-2 ha llevado a reflexionar sobre la necesidad de reiniciar el turismo desde una perspectiva más fuerte y sostenible (Organización Mundial del Turismo, 2020). Es así como se afirma que “la sostenibilidad no debe ser ya un nicho del turismo, sino que debe ser la nueva norma en todos y cada uno de los segmentos del sector”. Igualmente, la OMT destaca la necesidad de reconstruir el sector fortaleciendo su capacidad de resiliencia para superar futuras crisis, así como apalancar los planes de recuperación sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el Acuerdo de París.

1.5.3. Entorno tecnológico

La tecnología ha cambiado la forma de viajar y los nuevos avances prometen hacer que la experiencia sea aún más emocionante e interactiva. A continuación, las tecnologías que están marcando el paso del turismo en la actualidad y que traerán grandes cambios a corto y mediano plazo

Big data u Open data: permite conocer y analizar la situación real del sector turístico aportando parámetros clave como número de visitas y procedencia, tiempo medio de estancia, desplazamientos entre origen y destino, motivo de viaje, lugares preferidos para pernoctar o nivel de gasto de los viajeros.

Entre las ventajas que aporta el Big Data al sector turístico está el poder anticiparse a las necesidades del viajero, personalizar la experiencia del usuario y con ello fidelizarlo, mejorar el impacto de la estrategia de marketing y encontrar nuevas oportunidades de negocio. (Ostelea Tourism Management School, 2020)

Marketing digital: es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales:

- ***Inbound Marketing:*** consiste en crear experiencias valiosas que generen un impacto positivo tanto en las personas como en las empresas, por ejemplo, conectarse con los potenciales clientes a través de blogs y redes sociales
- ***Influencer:*** según InboudCycle, los Influencers son personas que cuentan con cierta credibilidad sobre un tema concreto que, de algún modo, han logrado destacar en los canales digitales, especialmente en las redes sociales, como Facebook o Instagram, así como en plataformas de vídeo como YouTube.
- ***Streaming***: permite ver una señal de audio o video directamente desde internet en una página o aplicación móvil sin descargarlo completamente a nuestro dispositivo para reproducirlo.
- ***Email marketing:*** define el envío de correos electrónicos a una base de datos o contactos, como lo pueden ser sus clientes potenciales o prospectos.
- ***Foros de marketing:*** como estrategia de emprendedores, pymes, startups y grandes empresas puede resultar muy prometedores, ya que aumentan el tráfico web, ayuda a promocionar productos y servicios, además de crear una comunidad mejor segmentada. (Entorno Turístico, 2020)

Realidad aumentada: se le conoce como un conjunto de tecnologías que combinan imágenes reales y virtuales, de forma interactiva y en tiempo real, de manera que permite añadir la información virtual a los elementos que el usuario dispone dentro del mundo real. La característica principal de esta tecnología es la visualización de un entorno virtual superpuesto con la realidad, brindando la experiencia al usuario de interactuar con el mismo. Una de las aplicaciones de realidad aumentada que permite involucrar a los turistas en el destino para que su experiencia sea memorable son las smart cities. (Grupo Garatu IT Solution, 2018)

Realidad virtual: es el término utilizado para indicar una realidad simulada y tridimensional, que a los ojos de los usuarios parece real. El acceso a este mundo digital se hace posible a través de visores como guantes, mandos, gafas, cascos, zapatos, desarrollados expresamente para interaccionar y vivir dentro de la realidad virtual. Esta tecnología crea otra forma de vender experiencias turísticas al permitir a los usuarios tener una interacción e inmersión física en los destinos o atractivos turísticos. (Brain Sing, 2020)

***Internet de las cosas*:** es una tecnología que promete traer grandes novedades al sector del turismo. Esta consiste en interconectar dispositivos útiles de la vida diaria a través de internet, para que sean cada vez más inteligentes y faciliten nuestro día a día. Dentro de las soluciones tecnológicas que permiten la optimización de la gestión del hotel y la experiencia de los viajeros encontramos:

- ***Hoteles***

- ✓ Check-in desde el móvil, sin necesidad de pasar por la recepción del hotel, evitando así las filas de personas o largos tiempos de espera para el acceso
- ✓ Sensores en la habitación que activan o desactivan determinadas luces de guía durante la noche, en función del movimiento de los huéspedes, evitando así la búsqueda de interruptores en la oscuridad.
- ✓ Smartphones utilizados como llaves o para reservar determinados servicios del hotel, permitiendo conocer mejor a los clientes para poder ofrecerles experiencias personalizadas.
- ✓ Neveras inteligentes que optimizan el stock de alimentos.
- ✓ Minibares conectados que brindan al cliente su bebida preferida y avisan cuando deben ser recargados.

- ***Restaurantes***
  - ✓ Llamadores de bluetooth que evitan esperas del cliente para ser atendido y paseos innecesarios de los camareros.
  - ✓ Carta de menús accesible desde el móvil mediante Código QR. Hoy en día prácticamente indispensable con las medidas de higiene impuestas por el COVID-19.
  - ✓ Terminales de Punto de Venta (TPV) mejorados que permiten controlar mejor las ventas y el stock, así como fidelizar a los clientes con descuentos y promociones.
  - ✓ Electrodomésticos de cocina interconectados que pueden ser controlados en remoto desde el dispositivo móvil permitiendo una mayor rapidez, eficiencia y reducción de costes en la cocina.
  - ✓ Sensores que controlan la ocupación del restaurante, así como la temperatura o luz ambiental. (Andalucía Lab Centro de Innovación Turística)

Inteligencia Artificial: es una disciplina, relacionada con la tecnología de la información, que estudia los métodos y técnicas de diseño de hardware y software capaces de proporcionar resultados que emulan la inteligencia humana. Algunas de las aplicaciones que ya se están comenzando a utilizar en el sector son:

- ***Chatbots:*** son software de inteligencia artificial capaces de realizar de forma autónoma algunas tareas, sin ningún tipo de ayuda humana. El objetivo es automatizar la comunicación, es decir, que los chatbots sean capaces de crear mensajes cercanos y ofrecer información útil a los clientes, mejorando el servicio de atención y de soporte y extendiéndolo a tiempo completo. Los usuarios tendrán la sensación de estar hablando con un operador real, pero lo estarán haciendo con un ordenador.
- ***Fijación de precios:*** fijar precios de forma dinámica permite que los operadores turísticos los optimicen, ya que se pueden adaptar en tiempo real a las necesidades del mercado. De hecho, las aerolíneas adaptan el precio de los vuelos en función de la disponibilidad y demanda.
- ***Traductores automáticos:*** la Inteligencia Artificial mejora estos aparatos. Para poder interactuar con diferentes flujos de turistas, es necesario que los traductores dominen no solo los idiomas mayoritarios. Los traductores automáticos permitirán administrar los mensajes orales y los textos, y se agilizará la interacción con redes sociales y motores de búsqueda al dar un salto cualitativo de la palabra escrita a la voz.

- ***Robótica:*** es la forma física de la Inteligencia Artificial. En la actualidad, existen robots de conserjería en algunos locales para gestionar la recepción, o azafatas en eventos y museos que no solo aportan información, sino que también reciben a los visitantes.
- ***Guía turístico:*** los guías turísticos multimedia son una evolución del GPS con información actualizada y georreferenciada en tiempo real. Algunas aplicaciones basadas en la Inteligencia Artificial en el turismo gestionan con eficacia situaciones de overbooking y pueden reconducir el flujo de turistas a otras zonas menos congestionadas.
- ***Asistentes virtuales:*** los asistentes virtuales son programas con los que los usuarios pueden llegar a mantener una auténtica conversación. Los propietarios pueden beneficiarse de una atención al cliente única y personalizada sin caer en la barrera que a veces es producida por los idiomas, el tiempo, los horarios e incluso los canales o la comunicación con los huéspedes. Son como una especie de mayordomo de voz en las habitaciones de los hoteles. (Digital y Revista APD, 2020)
- ***Blockchain:*** es una tecnología que almacena, de forma pública, todas las transacciones que se producen en una determinada red. Su principal objetivo es conseguir una mayor seguridad en la web, permitiendo almacenar la información de una forma que no se pueda perder, modificar o eliminar.
  El *blockchain* y el turismo tienen el potencial de convertirse en una combinación muy ventajosa y es que esta tecnología puede aportar seguridad y transparencia en ciertos puntos clave. Por ejemplo, cuando una agencia de viajes reserva vuelos y hoteles para un cliente envía sus datos a las diferentes compañías, esto hace que la transferencia y almacenamiento de esta información sea más fácil y segura, ya que la responsabilidad se comparte por toda una red. Lo mismo ocurre con los pagos en el extranjero, lo que aumenta el nivel de confianza entre todas las partes. (Vidal, Blockchain y turismo:¿qué podemos esperar?, 2020)
- ***El 5G:*** la tecnología en el sector turístico se abre paso de la mano de las redes 5G. Estas prometen velocidades de carga y descarga de datos mucho más rápidas, coberturas más amplias y conexiones simultáneas de miles de dispositivos, desde teléfonos móviles hasta sensores de equipos, cámaras de vigilancia, servicios de emergencia, farolas inteligentes, etc., facilitando la gestión de un destino turístico, especialmente en temporada alta o en situaciones de gran afluencia de visitantes. (Vidal, Turismo y tecnología: ¿cómo la tecnología revoluciona el sector turístico?, 2019)

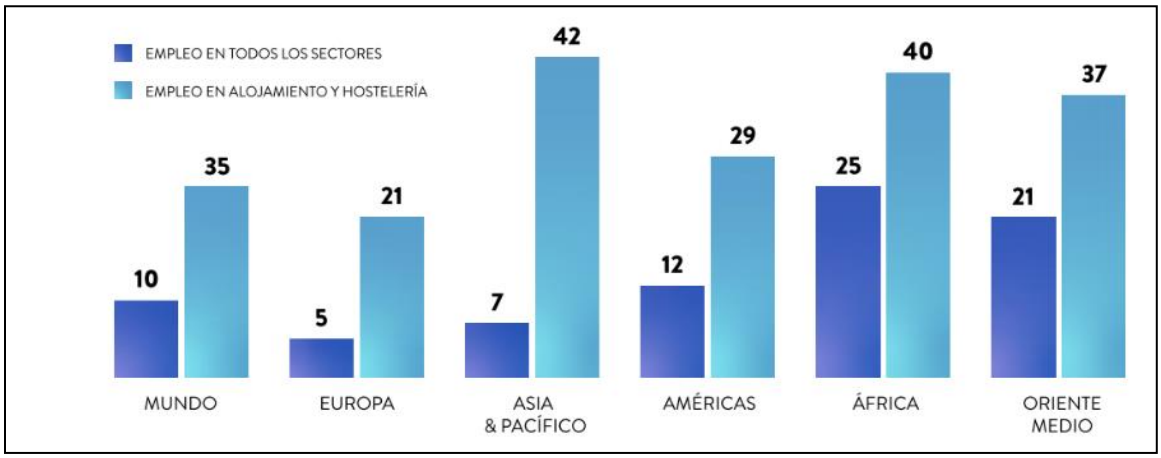
1.5.4. El futuro del empleo en el turismo

En 2016 el turismo generaba el 10% del PIB mundial (directo, indirecto e inducido), y producía 1 de cada 10 empleos (UNWTO, 2016). Así, este sector se posiciona como un importante generador de empleo debido a su naturaleza intensiva en mano de obra y al significativo efecto multiplicador sobre el empleo en sectores relacionados, se estima que un empleo en el sector turístico crea aproximadamente un empleo y medio adicional indirecto en los otros sectores.

En 2018 según datos de la Organización Internacional del Trabajo en el sector de “alojamiento y servicios de alimentación” se empleaban 120,7 millones de personas a nivel

mundial. El sector es igualmente una fuente de creación de empleo para mujeres que representan a nivel mundial el 53% de los empleos en alojamiento y hostelería comparado con un 39% en todos los sectores. (Organización Mundial de Turismo & CEGOS, 2020, págs. 12, 14.). Como se puede ver en la gráfica 15, mientras el empleo en todos los sectores económicos aumentó en un 11% entre 2010 y 2018, el empleo en alojamientos y restaurantes creció un 35%, las regiones donde mayor crecimiento se presentó fueron Asia y Pacífico (42%), África (40%) y Oriente Medio (37%).

Gráfica 17 Crecimiento del empleo mundial % (2010-2018)



Fuente: (OMT, 2020)

A juicio de la OMT uno de los últimos estudios de más amplio espectro sobre el Futuro del Trabajo, fue el elaborado por Deloitte, en éste se identifican siete realidades emergentes que van a tener un alto impacto en los responsables de la definición de políticas públicas a nivel internacional, en los líderes de las organizaciones y en la fuerza laboral (Deloitte):

- La irrupción de las denominadas organizaciones exponenciales: se refiere a organizaciones de nueva creación y de estructura reducida que gracias al uso de tecnología y un concepto innovador o de carácter disruptivo en el mercado, han logrado crecimientos exponenciales, es el caso de Uber o Airbnb.
- Innovación regulada: plantea el reto de regular sin limitar la innovación en un escenario donde los gobiernos deben reaccionar a los nuevos contextos que se están creando. La tecnología y las apuestas de servicios innovadoras aparecen en escenarios poco o no regulados, así como en la generación de nuevas formas de trabajo en los que la fuerza laboral pierde su tradicional influencia y capacidad de negociación, y los competidores tradicionales de dichos sectores, competitividad.
- Organización ágil: la democratización del acceso a la tecnología ha permitido a pequeñas o medianas empresas llegar a nuevos mercados y apropiar soluciones tecnológicas, adaptándose rápidamente a los cambios.
- Liberación de la fuerza laboral: se han generado nuevas formas de organización donde las personas trabajan en esquemas horizontales, de manera colaborativa y móvil.
- Reinvención permanente: donde las habilidades, la práctica y las competencias transversales son determinantes.

- Tecnología, talento y transformación: donde la mano de obra más calificada aumentará su valor en el mercado respeto a tareas más automatizadas.
- Ética del trabajo y de la sociedad: será clave para garantizar la calidad de vida y condiciones de los trabajadores en estos marcos de transformación.

La OMT designó el 2019 como el año dedicado a la “Educación, las habilidades y el empleo”, destacando el papel del turismo como uno de los motores en la creación de empleo. En este contexto se realizó el estudio “El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias” (OMT, CEGOS, 2020) OMT y CEGOS (2020).

Las tendencias globales identificadas antes de la pandemia incluían en el marco de la Cuarta Revolución Industrial un desplazamiento de los roles más rutinarios a tareas de mayor valor añadido, ante lo cual se identifican algunas barreras como puede ser las capacidades a nivel local, la capacidad de transformación de sector y la inversión en capital humano. En el estudio “El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias” (OMT, CEGOS, 2020) se estudian cuáles son los perfiles que las empresas del sector turístico tienen previsto incorporar a lo largo de los próximos cinco años, afirmando que los perfiles digitales / TI, así como perfiles orientados al cliente serán los más demandados. Concretamente los resultados que plantean a partir de la encuesta realizada son: digital/IT (47%), atención/servicio directo al cliente (45%), operaciones (33%), analista de datos (28%) y liderazgo (28%), por encima de comercial (25%).

Las competencias clave identificadas son el compromiso con el trabajo (25%), seguida de la orientación al cliente (20%), la creatividad e innovación (19%) y la capacidad de trabajar en equipo (13%). Según el estudio, las empresas afirman que las soluciones digitales a incorporar se basan en: Big Data y Data Analytics (49%), tecnología aplicada al medio ambiente (41%), entorno app/web y social media (37%), e Internet de las cosas (30%).

Los medios más utilizados para buscar trabajo son las redes sociales, aplicaciones y páginas web de empleo, mientras que los servicios públicos de empleo se encuentran en riesgo de infrautilización. Por su parte, la calidad del trabajo es clave para todos los grupos de interés. El equilibrio entre la vida laboral y personal es el aspecto más valorado por todos los grupos de interés.

En general no se considera que la robotización / automatización impactará en el futuro del trabajo en el turismo en los próximos cinco años. Sin embargo, esto fue antes de la crisis generada por la pandemia de Covid-19, donde las principales medidas de prevención y mitigación son el distanciamiento y los estrictos protocolos de bioseguridad, que obligará el desarrollo de soluciones a través de la aplicación de nuevas tecnologías al sector que permita minimizar el contacto humano.

Entre los resultados del estudio se encontró que la formación presencial es más demandada que la formación online por parte de trabajadores, estudiantes y sector privado. Las necesidades de contenidos educativos son el big data y la analítica de datos, junto con tecnologías relacionadas con el medioambiente. Lo anterior probablemente será revaluado debido al auge de la formación virtual debido a la situación generada a nivel mundial por la pandemia.

Entre las recomendaciones del estudio (OMT, CEGOS, 2020) se considera importante:

- La importancia de actualizar los estándares de competencias y los contenidos curriculares, así como los mecanismos nacionales para impulsar las políticas de competencias en turismo.
- Promover las empresas sostenibles como generadoras de empleo e impulsoras de innovación y del trabajo decente.
- Llevar a cabo acciones para atraer y retener el capital humano en el sector, a través de la promoción del valor del empleo en el turismo.
- Diseñar mecanismos innovadores para monitorizar y evaluar las políticas turísticas relacionadas con el futuro del trabajo.
- Investigar y monitorear los desajustes de competencias a lo largo de la cadena de valor del turismo e identificar nuevas competencias demandadas.
- Maximizar el uso de la digitalización en la educación y en el desarrollo de las competencias. Elemento que ha sido impulsado por la pandemia.
- Mejorar la formación continua y el desarrollo de competencias transversales.
- Apoyar el desarrollo de competencias clave en áreas como la comunicación, orientación al cliente, marketing online, normas internacionales, seguridad alimentaria, calidad y en el escenario de pandemia bioseguridad.
- Impulsar la transición de la educación al empleo y del empleo a la educación para mejorar las competencias de los trabajadores y su permanencia y adaptación a los cambios del sector.

2. DELIMITACIÓN Y VERIFICACIÓN DEL ÁREA DE CUALIFICACIÓN SELECCIONADA PARA EL TURISMO - TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA-TUHG

En esta sección se describen los principales actividades económicas y ocupaciones del sector turístico a través de fuentes de información secundaria. Con el objetivo de revisar las actividades y ocupaciones de importancia económica para el turismo en esta sección se podrá encontrar:

- Análisis de las actividades económicas relacionadas al sector (CIIU 04 A.C.).
- Análisis de las ocupaciones del sector (CIUO 08. A.C. y otras denominaciones).
- Armonización de las actividades económicas y ocupacionales que hacen parte del sector según las clasificaciones internacionales CIIU y CIUO 08 con las áreas de cualificación propuesta desde el MEN.

Las áreas de cualificaciones son cada una de las divisiones horizontales del Catálogo Nacional de Cualificaciones (CNC), que reúne aquellas cualificaciones que tiene afinidad en su competencia, y referencia con determinadas actividades económicas de la CIIU Rev.04.A.C., con ocupaciones de la CIUO-08 A.C., con campos detallados de la CINE-2011 A.C., así como con ofertas de educación y formación actuales (Ministerio de Educación

Nacional, 2017). El área de cualificación que contiene el desarrollo del sector es Turismo, Hotelería y Gastronomía-TUHG.

2.1. Aspectos generales del Sector Turismo a través del CIIU

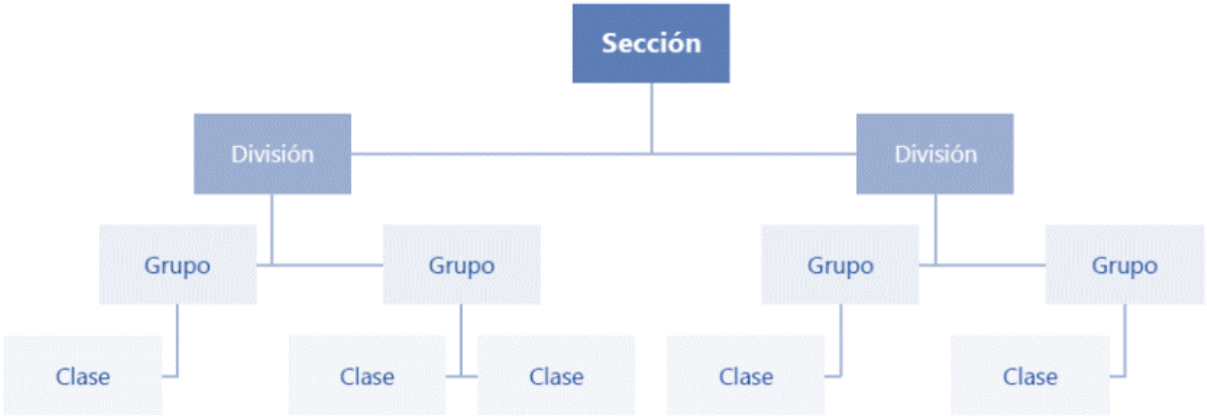
La Clasificación Industrial Internacional Uniforme, conocida por sus siglas CIIU, tiene por finalidad establecer un conjunto de categorías de actividades económicas que se utilizan para la reunión, análisis y presentación de estadísticas. En este contexto el término actividad se entiende como un "proceso o grupo de operaciones que combinan recursos tales como equipo, mano de obra, técnicas de fabricación e insumos, para la producción de bienes y servicios" (DANE, 2020, pág. 11).

La estructura de la CIIU está organizada jerárquicamente en cuatro niveles de clasificación integrados entre sí: Secciones, Divisiones, Grupos y Clases (Ver Ilustración 18). El primer nivel son las Secciones, las cuales agrupan información estadística correspondiente a un sector de la economía con características homogéneas, se identifican con letras mayúsculas; en la CIIU Rev. 4 AC se definen 21 secciones de la A hasta la U, por ejemplo "Sección C. Industria Manufactureras", relacionada exclusivamente turismo se encuentra la "Sección I: Alojamiento y Servicios de comida".

A partir de las Secciones se desprenden otras categorías que se estructuran en función de la especialización y homogeneidad de las actividades que agrupan, y a las cuales se les asignan números arábigos. En orden jerárquico son las siguientes:

- División: se indica con los dos primeros dígitos, corresponde a una categoría de tabulación más detallada y agrupa actividades pertenecientes a un mismo sector económico con mayor grado de homogeneidad en función de la especialidad de las actividades económicas que desarrollan, las características y el uso de los bienes producidos y los servicios prestados, los insumos, el proceso y la tecnología de producción utilizada.
- Grupo: se identifica por los tres primeros dígitos, siguiendo los mismos criterios que para la conformación de las divisiones. Los grupos se constituyen de categorías de actividades organizadas en una división de manera más especializada y homogénea.
- Clase: se identifica con cuatro dígitos, es la categoría más detallada y clasifica características específicas de una actividad. Su notación de cuatro dígitos identifica en los dos primeros la división, en el tercero el grupo y en el último la clase.

Ilustración 18 Estructura jerárquica de la CIIU Rev. 4 A.C.



Fuente: CIIU Rev.04.A.C, 2020.

Las categorías de la CIIU responden a la forma en que el proceso económico está estructurado en diferentes tipos de unidades estadísticas y la manera como se describe ese proceso en las estadísticas económicas. Como base para la definición de actividades del sector turismo a través de los códigos CIIU, se tomó como referencia internacional las notas metodológicas de las bases de datos de estadísticas del turismo de la (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2019), que tienen como base las recomendaciones aprobadas por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas bajo el título de “Recomendaciones internacionales para estadísticas del turismo, 2008. Naciones Unidas Madrid y Nueva York, 2010”. Lo anterior con el fin de responder a la necesidad de definir y medir el significado del turismo dada su importancia mundial.

Para efectos estadísticos la OMT define las industrias turísticas o sector turístico, a partir de aquellas industrias que producen normalmente productos característicos del turismo, y que se especifican a continuación (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2019, pág. 121):

1. Alojamiento para visitantes
2. Actividades de provisión de alimentos y bebidas
3. Transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Transporte de pasajeros por carretera
5. Transporte de pasajeros por agua
6. Transporte aéreo de pasajeros
7. Alquiler de equipos de transporte
8. Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas
9. Actividades culturales
10. Actividades deportivas y recreativas
11. Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, depende el país
12. Otras actividades características del turismo, específicas de cada país

Cada una de estas industrias se relaciona con actividades agrupadas por categorías principales según la CIIU, rev.4., tal como se especifica en la Tabla 15.

Como referencia nacional se tomaron las actividades características del turismo según la clasificación CIIU Rev. 3 A.C. definidas en la metodología general de la Cuenta Satélite de Turismo del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2017), la cual interpreta y adapta al país las recomendaciones de Naciones Unidas y de la OMT para la elaboración de estadísticas de turismo.

A continuación, se presenta un comparativo entre las actividades características del sector turístico, de acuerdo con las considerada por la OMT y por el DANE en la construcción de la Cuenta Satélite de Turismo – CST. En la última columna se incluyen las consideradas inicialmente para el estudio del Marco Nacional de Cualificaciones del sector turismo, cuya justificación es objeto de este numeral (Ver Tabla 15).

Tabla 15. Actividades características del turismo para la generación de estadísticas por parte de la OMT (CIIU Rev. 4) y el DANE - Cuenta Satélite de Turismo (CIIU Rev. 3)

Sección	Clase	División / Actividad	Cód.	OMT	CST DANE	MNC
Sección H. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO		**División 49. Transporte terrestre; transporte por tuberías**	LOTR			
	4911	Transporte férreo de pasajeros	LOTR			
		Transporte terrestre de pasajeros (Clases CIIU REV3.AC: 6021, 6022, 6023, 6031, 6032, 6039)				
	4922	Transporte mixto	LOTR			
		División 50. Transporte acuático	LOTR			
	5011	Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje	LOTR			
	5012	Transporte de carga marítimo y de cabotaje	LOTR			
	5021	Transporte fluvial de pasajeros	LOTR			
		División 51. Transporte aéreo	LOTR			
	5110	Transporte de pasajeros por vía aérea				
	5111	Transporte aéreo nacional de pasajeros	LOTR			
	5112	Transporte aéreo internacional de pasajeros	LOTR			
Sección I. ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE COMIDA		**División 55. Alojamiento**	TUHG			
	5510	Actividades de alojamiento de estancias cortas	TUHG			
	5511	Alojamiento en hoteles	TUHG			
	5512	Alojamiento en apartahoteles	TUHG			
	5513	Alojamiento en centros vacacionales	TUHG			
	5514	Alojamiento rural	TUHG			
	5519	Otros tipos de alojamiento para visitantes	TUHG			
	5520	Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales	TUHG			
		División 56. Actividades de servicios de comidas y bebidas	TUHG			
		Actividades de restaurantes, cafeterías y servicio móvil de comidas	TUHG			
	5610	Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas				
	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	TUHG			

Sección	Clase	División / Actividad	Cód.	OMT	CST DANE	MNC
	5612	Expendio por autoservicio de comidas preparadas	TUHG			
	5613	Expendio de comidas preparadas en cafeterías	TUHG			
	5619	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.	TUHG			
		Actividades de catering para eventos y otros servicios de comidas	TUHG			
	5621	Catering para eventos	TUHG			
	5629	Actividades de otros servicios de comidas	TUHG			
	5630	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	TUHG			
Sección L. ACTIVIDADES INMOBILIARIAS		**División 68. Actividades inmobiliarias**	COMP			
	6810	Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados	COMP			
	6820	Actividades inmobiliarias realizadas a cambio de una retribución o por contrata	COMP			
Sección N ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO		**División 77. Actividades de alquiler y arrendamiento**	COMP			
	7710	Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores	COMP			
	7721	Alquiler y arrendamiento de equipo recreativo y deportivo	COMP			
		División 79. Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas	TUHG			
		Actividades de las agencias de viajes y operadores turísticos	TUHG			
	7911	Actividades de las agencias de viaje	TUHG			
	7912	Actividades de operadores turísticos	TUHG			
	7990	Otros servicios de reserva y actividades relacionadas	TUHG			
		División 82. Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas	AFDE			
	8230	Organización de convenciones y eventos comerciales	TUHG			
Sección R. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, DE ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN		**División 90. Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento**	AVEM			
	9000	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento	AVEM			
		División 91. Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	AVPP			
	9102	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos	AVPP			

Sección	Clase	División / Actividad	Cód.	OMT	CST DANE	MNC
	9103*	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales	TUHG			
		División 92. Actividades de juegos de azar y apuestas	AFIR			
	9200	Actividades de juegos de azar y apuestas	AFIR			
		División 93. Actividades deportivas y actividades recreativas y de esparcimiento	AFIR			
	9311	Gestión de instalaciones deportivas	AFIR			
	9319	Otras actividades deportivas	AFIR			
	9321	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos	AFIR			
	9329	Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.	AFIR			

Fuentes: Construcción propia a partir de Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). Notas metodológicas de la base de datos de estadísticas del turismo, edición 2020.; y DANE. (2017). Metodología General Cuenta Satélite de Turismo. Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales.

El análisis económico del sector turismo considera los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo, por ello otra información relevante sobre el sector son los empleos generados, en donde además de las actividades de alojamiento, servicios de comidas y bebidas (Sección I), y de agencias de viajes, se suelen incluir actividades relacionadas con el transporte aéreo, terrestre, marítimo y fluvial de pasajeros (Sección H); así como actividades artísticas, creativas y de entretenimiento (Sección R). Ejemplo de lo anterior son los indicadores de empleo de la OMT que incluyen el sector transporte, y el Centro de Información Turística – CITUR (MinCIT). En este último, al utilizar como fuente de información la GEIH para el cálculo de la población ocupada en turismo, en la agrupación de las actividades a nivel clase, se utilizan las categorías de alojamiento, restaurantes, transporte, agencias de viajes y esparcimiento.

En la estimación del empleo en turismo se agrupan actividades generales debido a que en términos de cifras estadísticas no siempre es posible desagregar a nivel clase para dar cuenta de las actividades característica del sector. Para una mejor aproximación se deberían considerar solo los empleos generados por los prestadores de servicios turísticos del RNT, los cuales se encuentran definidos en Colombia mediante la Ley General de Turismo. Para mejorar el análisis de empleo turístico, el DANE en el marco de la construcción de la Cuenta Satélite de Turismo ha considerado, además de la GEIH para el empleo, una propuesta de ponderación a partir de la participación, por valor agregado, de la actividad en toda la economía, y otra sobre el Modelo Insumo-Producto (DANE, 2020).

En la selección de actividades CIIU utilizadas como base para la construcción del Marco Nacional de Cualificaciones del sector turismo, además de los referentes anteriormente expuestos, también se considera la identificación de los procesos y/o subprocesos asociados a los eslabones del Turismo e identificados en las diferentes actividades

turísticas. Las actividades se definieron teniendo en cuenta la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU Rev. 4) adaptada para Colombia[24].

Inicialmente para el análisis de las actividades se entenderá como sector del turismo, las divisiones que están directamente relacionadas con el código **TUHG (Turismo, Hotelería y Gastronomía)** y que se encuentran comprendidas así:

- **Sección I**: Alojamiento y Servicios de comida y sus **Divisiones 55:** Alojamiento y **56:** Actividades de servicios de comidas y bebidas.
- **Sección M**: Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas
- **Sección N**: Actividades de servicios administrativos y de apoyo y su "**División 79:** Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas"; además de solo una actividad comprendida en la "**División 82**: Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas", ésta es la **Clase 8230:** Organización de Convenciones y Eventos Comerciales.
- **Sección R**: Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, en la "**División 91:** Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales", en donde solo se consideran dentro del "**Grupo 910:** Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales", la **Clase 9103:** Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales**.**

Por fuera del código TUHG, para efectos del análisis de las cualificaciones del sector se consideran dos actividades agrupadas en el código **AFIR (Actividades Físicas, Deportivas y Recreativas**), así:

- **Sección R:** Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, **Grupo 932:** Otras Actividades recreativas y de esparcimiento, **División 93**: Actividades deportivas y actividades recreativas y de esparcimiento, que incluyen las actividades de la **Clase 9321:** Actividades de parques de atracciones y parques temáticos y la **Clase 9329:** Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.

A manera de hipótesis con el propósito de incluir las actividades de planificación y gestión del turismo realizadas por la ocupación de consultor de la industria turística, se consideran las actividades CIIU que se presentan seguidamente, la primera relacionada con la gestión empresarial y la segunda con las actividades de planificación que se realizan desde el sector público, clasificadas bajo el código **Código AFDE (administración, Finanzas y Derecho)** de la siguiente manera:

- **Sección M**: Actividades de Servicios Administrativos y de Apoyo, **División 70:** Actividades de administración empresarial; actividades de consultoría de gestión,

[24] La Clasificación Industrial Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) constituye una estructura de clasificación coherente y consistente de las actividades económicas basada en un conjunto de conceptos, definiciones, principios y normas de clasificación convenidos internacionalmente. Proporciona un marco general en que los datos económicos pueden reunirse y divulgarse en un formato diseñado para fines de análisis económico, adopción de decisiones y elaboración de políticas. La estructura de la clasificación es un formato estándar que permite organizar la información detallada sobre la situación de una economía de acuerdo con principios y percepciones económicos

solo la **Clase 7020:** Actividades de consultoría de gestión. Esta se relaciona con la gestión empresarial.

- **Sección O**: Administración Pública y Defensa; Planes de Seguridad Social de Afiliación Obligatoria, **División 84**. Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria, solo la **Clase 8414**: Actividades reguladoras y facilitadoras de la actividad económica.

La anterior selección se sintetiza en la siguiente tabla:

Tabla 16. Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU Rev. 4 – Sector Turismo

División	Grupo	Clase	Descripción
55			**Alojamiento**
	551		Actividades de alojamiento de estancias cortas
		5511	Alojamiento en hoteles
		5512	Alojamiento en apartahoteles
		5513	Alojamiento en centros vacacionales
		5514	Alojamiento rural
		5519	Otros tipos de alojamiento para visitantes
	552	5520	Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales
56			**Actividades de servicios de comidas y bebidas**
	561		Actividades de restaurantes, cafeterías y servicio móvil de comidas
		5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas
		5612	Expendio por autoservicio de comidas preparadas
		5613	Expendio de comidas preparadas en cafeterías
		5619	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.
	562		Actividades de catering para eventos y otros servicios de comidas
		5621	Catering para eventos
		5629	Actividades de otros servicios de comidas
	563	5630	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
70*			**Actividades de administración empresarial; actividades de consultoría de gestión**
	702	7020	Actividades de consultoría de gestión
84*			**Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria**
	841	8414	Actividades reguladoras y facilitadoras de la actividad económica
79			**Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas**
	791		Actividades de las agencias de viajes y operadores turísticos
		7911	Actividades de las agencias de viaje
		7912	Actividades de operadores turísticos
	799	7990	Otros servicios de reserva y actividades relacionadas

División	Grupo	Clase	Descripción
82			**Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas**
	823	8230	Organización de convenciones y eventos comerciales
91			**Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales**
		9103*	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales
93			**Actividades deportivas y actividades recreativas y de esparcimiento**
	932		Otras actividades recreativas y de esparcimiento
		9321	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos
		9329	Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.

Fuente: DANE, 2020

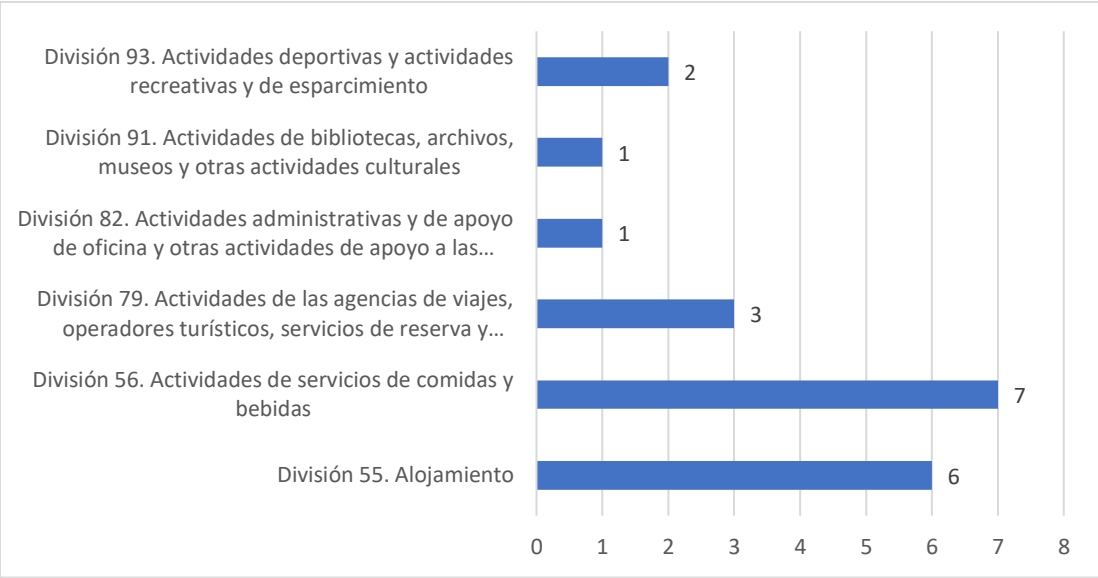
* Divisiones y clases consideradas a manera de hipótesis.

En este documento y para el análisis de las cualificaciones se consideran solo las actividades de las industrias turísticas, entendidas como aquellas que producen típicamente productos y servicios característicos del turismo y que por su naturaleza son específicas del sector, excluyendo aquellas actividades transversales que, aunque se integran en la cadena de valor del turismo hacen parte de las áreas de cualificación de otros sectores, por ejemplo: transporte aéreo, terrestre, marítimo y fluvial. Frente a las actividades consideradas por la OMT y el DANE- CST (Ver tabla 15), también se excluyen del análisis las actividades inmobiliarias, de alquiler y arrendamiento, y de juegos de azar y apuestas, que, si bien guardan relación con el sector a través de encadenamientos productivos, no se consideran actividades específicas del turismo.

Dado el trabajo que han venido realizando para la definición de las **áreas de cualificación**, el área correspondiente a la Industria del Turismo, que pertenece al sector económico de los servicios, comprende las actividades asociadas con los procesos de servicios de alojamiento, servicios de alimentos y bebidas, servicios de catering para eventos y otros servicios de expendio de alimentos, servicio de expendio de bebidas alcohólicas, bares y similares, actividades de alquiler y arrendamiento, actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas, organización de convenciones y eventos comerciales, actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales, y actividades deportivas y actividades recreativas y de esparcimiento.

En síntesis, para la delimitación y verificación de las áreas de cualificación la definición del sector turismo se realiza a partir de **20 actividades a nivel clase** comprendidas en dos **códigos (TUGH y AFIR)** y **6 divisiones**, distribuidas así:

Gráfica 18. Número de actividades CIIU Rev. 4 a nivel clase según división



Fuente: Elaboración propia

A continuación se presenta la explicación de cada una de las 20 actividades a nivel clase, de acuerdo con las divisiones en las que se encuentran incluidas; y adicional, las 2 actividades que se identificaron como objeto de estudio para verificar su inclusión, en la medida en que se avanza en el análisis de campos de observación para el diseño de las cualificaciones del sector turístico.

2.1.1. Alojamiento (División 55)

Esta división comprende la provisión de alojamiento inferior a treinta días para visitantes y viajeros en unidades como hoteles, apartahoteles, centros vacacionales, alojamiento rural y camping. Las unidades pueden proveer solo alojamiento, pero también proveer una combinación de alojamiento con comidas y/o instalaciones recreativas. Generalmente los establecimientos son operados con un sistema de reservas.

De acuerdo con la naturaleza de la actividad y con lo definido por la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996) en cuanto a prestadores de servicios turísticos, para el análisis de ocupaciones se excluiría el alojamiento de servicios por horas y la provisión de alojamiento de largo plazo para estudiantes, trabajadores y personas similares.

Dentro de esta división existen diferentes unidades en función de los servicios y características de las instalaciones:

- **Hotel (Clase 5511):** establecimiento en el que se presta el servicio de alojamiento en habitaciones y otro tipo de unidades habitacionales en menor cantidad, privadas, en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo y con entrada de uso exclusivo. Los elementos básicos de un cuarto de hotel son una cama, un armario, una mesa pequeña con silla al lado y un lavamanos. Los servicios básicos son la recepción, salón de estar y desayuno. sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.

- **Apartahotel (Clase 5512):** establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en apartamentos independientes, que integran una unidad de administración y explotación. Cada apartamento está compuesto como mínimo de dormitorio con baño privado, sala de estar, cocina equipada y comedor. No se exceptúa la oferta de otros servicios complementarios.
- **Centros vacacionales (Clase 5513):** el servicio se presta en instalaciones que constituyen un conjunto autónomo de turismo colectivo. Disponen de locales y servicios comunes para la alimentación, la práctica de deportes y las diversiones.
- **Alojamiento rural (5514):** el alojamiento se provee en unidades habitacionales privadas, ubicadas en áreas rurales y cuyo principal propósito es el desarrollo de actividades asociadas a su entorno natural y cultural. Ofrecen servicios de alimentación, además de otros servicios complementarios. Se incluye el alojamiento provisto por: posadas turísticas, ecohabs (entendido como concesiones de parques nacionales para fines turísticos) y fincas turísticas, entre otros.
- **Otros tipos de alojamiento para visitantes (Clase 5519):** se trata de la provisión de alojamiento temporal en unidades habitacionales, cuartos o apartamentos que no cumplen con las condiciones anteriores. Son frecuentemente ofrecidos por individuos en alquiler, ocasionalmente o en temporada, de manera informal, dentro de su vivienda o mediante habitaciones o apartamentos dedicados exclusivamente para tal fin, pero sin cumplir con los requisitos de entrada independiente, administración, etc. En esta categoría se incluyen el alojamiento en habitaciones privadas o compartidas, al igual que sus baños, brindados por establecimientos llamados comúnmente hostales, los cuales deben contar con áreas de uso compartido dotadas, y con la posibilidad de proporcionar otros servicios complementarios. También se incluyen los servicios de los albergues de jóvenes, refugios de montaña, entre otros.
- **Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales (Clase 5520)**: el servicio se presta a través de la asignación de un sitio al aire libre en el que se pueden ubicar carpas carpas y/o talegos para dormir, casas rodantes u otras instalaciones similares para pernoctar.

2.1.2. Servicios de comidas y bebidas (División 56)

En esta división se incluyen las actividades de servicio de comidas y bebidas, que proveen comidas completas o no, o bebidas listas para su consumo inmediato, ya sea en restaurantes tradicionales, restaurantes de autoservicio o restaurantes de comida para llevar, en lugares permanentes o temporales con o sin espacio para sentarse. Se diferencian dependiendo si las comidas ofrecidas están listas para su consumo inmediato, no por el tipo de establecimiento en que se sirven.

La división está conformada por tres grupos y las siguientes clases, que se consideran en su totalidad:

Grupo 561: Actividades de restaurantes, cafeterías y servicio móvil de comidas

- **Expendio a la mesa de comidas preparadas (Clase 5611)**: Incluye la preparación y el expendio de alimentos a la carta y/o menú del día (comidas completas principalmente)

para su consumo inmediato, mediante el servicio a la mesa. Pueden o no prestar servicio a domicilio, suministrar bebidas alcohólicas o algún tipo de espectáculo.

- **Expendio por autoservicio de comidas preparadas (Clase 5612)**: Incluye la preparación y el expendio de alimentos para el consumo inmediato, como también la venta de bebidas que van con las comidas, exclusiva o principalmente bajo la modalidad de autoservicio. Pueden o no prestar servicio a domicilio y por lo general presentan decoración altamente estandarizada.
- **Expendio de comidas preparadas en cafeterías (Clase 5613):** Incluye la preparación y el expendio de alimentos para su consumo inmediato, mediante el servicio a la mesa. Por lo general, estos establecimientos expenden alimentos ligeros (que no constituyen comidas completas) que pueden ser o no, preparados dentro del establecimiento. No presentan una decoración estandarizada y pueden o no suministrar bebidas alcohólicas y no alcohólicas.
- **Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p. (Clase 5619)**: incluye la preparación y el expendio para consumo inmediato desde vehículos motorizados o no, puestos móviles, entre otros, de comidas preparadas (Ej. empanadas, buñuelos, arepas, etc. En segundo lugar incluye la preparación y el expendio de alimentos para su consumo inmediato, no clasificados previamente,tales como las denominadas casetas, kioscos, «fritanguerías». Finalmente, las actividades de las heladerías, establecimientos de coffe shop y fuentes de soda, entendidos como los establecimientos donde se sirven helados y bebidas de frutas naturales para el consumo inmediato.

Grupo 562: Actividades de catering para eventos y otros servicios de comidas

- **Catering para eventos (Clase 5621):** incluye el catering para eventos, es decir, la provisión de servicios de comida, con base en acuerdos contractuales con el cliente, que se realiza en el lugar por él señalado y para un evento específico. Estos eventos pueden ser: banquetes, recepciones de empresas (casas de banquetes), bodas, fiestas y otras celebraciones o reuniones.

- **Actividades de otros servicios de comidas (Clase 5629):** Incluye el catering industrial, es decir, la provisión de servicios de comidas con base en acuerdos contractuales con el cliente, para un periodo de tiempo específico. También incluye la operación de concesiones de alimentación en instalaciones deportivas y similares. La comida puede ser preparada in situ (en el lugar donde va a consumirse) o en una unidad central de preparación. También incluye las actividades de restaurantes a bordo de buques de pasajeros al igual que los servicios de coche comedor, cuando son proporcionados por unidades separadas de las que suministran el servicio de transporte.

Grupo 563 Clase 5630. Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento

Este grupo conformado de una sola clase incluye el expendio de bebidas alcohólicas, fundamentalmente para el consumo dentro del establecimiento con o sin servicio a la mesa, ofreciendo la posibilidad de presentar algún tipo de espectáculo. Adicionalmente pueden

proporcionar servicio de restaurante y algunos suelen adecuar un espacio para bailar. También incluye el servicio de bar a bordo de barcos, cuando son provistos por unidades independientes.

2.1.3. Agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas (División 79)

Para la organización del viaje el turista puede hacerlo por cuenta propia o a través de una agencia de viajes, la cual se encarga de la organización de un paquete de servicios que puede incluir elementos como alojamiento, transporte, comidas, visitas a atractivos, entre otros.

Esta división comprende la venta de servicios de viajes, tours, transporte y de alojamiento al público en general y a clientes comerciales y la organización de paquetes turísticos para su venta a través de agencias de viajes o por los propios operadores turísticos, así como otros servicios relacionados con los viajes, como servicios de reservas.

Se incluyen también las actividades de guías de turismo y las actividades de promoción turística.

Esta división está conformada por tres actividades a nivel clase, que se consideran en su totalidad para el análisis del Marco Nacional de Cualificaciones:

- **Actividades de las agencias de viaje (Clase 7911)**
- **Actividades de operadores turísticos (Clase 7912)**
- **Otros servicios de reserva y actividades relacionadas (Clase 7990)**

Dentro de esta categoría, de acuerdo con los prestadores de servicios turísticos establecidos en la Ley General de Turismo, se encuentran agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y agencias operadoras; oficinas de representaciones turísticas; guías turísticos; además de las empresas dedicadas a la operación de actividades de turismo de naturaleza o aventura, tales como canotaje, balsaje, espeleología, escalada, parapente, canopy, buceo y deportes náuticos en general.

Dentro de esta División, en la clase 7990 Otros servicios de reserva y actividades relacionadas se consideran las siguientes:

- Reservas de transporte, hoteles, restaurantes, alquiler de automóviles, entretenimiento y deporte, etcétera.
- La prestación de servicios de intercambio en régimen de tiempo compartido o multipropiedad.
- Las actividades de venta de tiquetes para obras de teatro, competiciones deportivas y otras actividades de diversión y entretenimiento.
- La prestación de servicios de asistencia a los visitantes: - Suministro a los clientes de información sobre los viajes. - Actividades de guías de turismo. - Actividades de promoción turística.
- Las actividades de diseño, desarrollo, promoción, empaquetar y ofrecer un servicio logístico de tipo administrativo, financiero y asistencial a los pacientes nacionales o

internacionales que deciden viajar (a Colombia) con el fin de adquirir un servicio de salud o bienestar.

De acuerdo con las nuevas tendencias del sector referentes al auge de las TIC, la economía colaborativa y la preferencia de cada vez más turistas por organizar su propio viaje, también se deben considerar como prestadores de servicios turísticos los operadores de plataformas digitales de servicios turísticos, tales como AirBNB, Booking y similares; situación que es considerada en la nueva Ley de Turismo, Ley 2068 de 2020.

2.1.4. Organización de convenciones y eventos comerciales (Clase 8230 en la división 82)

Esta clase que hace parte del código TUHG (Turismo, Hotelería y Gastronomía) de la CIIU Rev. 4 se encuentra incluida dentro de la "División 82 Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas", hace referencia a las actividades del segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), y como tal las actividades de organización, promoción y/o gestión de acontecimientos tales como exposiciones empresariales o comerciales, convenciones, conferencias y reuniones, estén incluidas o no la gestión de esas instalaciones y la dotación de personal necesario para su funcionamiento.

2.1.5. Otras actividades relacionadas con el esparcimiento (divisiones 91 y 93)

Como parte de las actividades de esparcimiento e incluida directamente con el código TUHG (Turismo, Hotelería y Gastronomía) de la CIIU Rev. 4, se considera la clase 9103:

- Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales (Clase 9103, Div.91)

  Esta clase además de jardines botánicos y zoológicos, incluye el funcionamiento de parques nacionales, reservas naturales, áreas naturales únicas y santuarios de flora y fauna, entre otras. En esta clasificación se incluyen los servicios ecoturísticos que se ofrecen en la mayoría de áreas que hacen parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas- SINAP de Colombia, priorizadas como parte del segmento estratégico de ecoturismo y potencial de turismo de naturaleza en el país.

Otras actividades que también se consideraron como parte de la cadena de valor del turismo, pero clasificadas en el CIIU Rev. 4 bajo el código **AFIR (Actividades Físicas, Deportivas y Recreativas**, en la **División 93. Actividades deportivas y actividades recreativas y de esparcimiento**, son las siguientes:

- Actividades de parques de atracciones y parques temáticos (Clase 9321)

  Esta clase incluye las actividades de parques de atracciones o parques temáticos, incluido el funcionamiento de una variedad de atracciones, tales como: atracciones mecánicas y acuáticas, juegos, espectáculos, exposiciones temáticas y sitios para picnic.

- Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p (Clase 9329)

  Esta clase incluye:

- Las actividades de parques recreativos y playas, tales como taquillas, alquiler de carpas, hamacas, entre otros.
- Las actividades de gestión de transporte recreativo.
- Operaciones de instalaciones recreativas de transporte, tales como, puertos deportivos.
- Alquiler de equipo de esparcimiento y recreo como parte integral de los servicios de entretenimiento.
- Funcionamiento de ferias y exposiciones de naturaleza recreativa.
- Funcionamiento de discotecas y pistas de baile, en donde el expendio de bebidas alcohólicas no constituye el ingreso principal.
- Otras actividades recreativas y de entretenimiento (excepto los parques de atracciones y parques temáticos) no clasificadas en otra parte.
- Las actividades de productores o empresarios de espectáculos en vivo, distintos de los artísticos o deportivos.

2.1.6. Otras actividades relacionadas con la consultoría turística (divisiones 70 y 84)

Como hipótesis a validar, a medida que avance el ejercicio de definición de campos de observación previsto en la metodología de diseño del Marco Nacional de Cualificaciones, se consideran las siguientes actividades que incluirían aquellas que son características del ejercicio del consultor de la industria turística:

- Actividades de consultoría de gestión (Clase 7020, División 70)

Esta clase clasificada dentro de la **División 70**. Actividades de administración empresarial; actividades de consultoría de gestión, incluye la prestación de asesoría, orientación y asistencia operacional a empresas y otras organizaciones sobre cuestiones de gestión, como la planificación estratégica y organizacional, la gestión estratégica de productos y servicios de diseño, y la gestión de innovación; temas de decisión de carácter financiero; objetivos y políticas de comercialización; planificación de la producción y de los controles; políticas, prácticas y planificación de recursos humanos.

Los servicios que se prestan, entre otros, pueden abarcar el asesoramiento, orientación y asistencia operativa a las empresas y a la administración pública en materia de asesoramiento y ayuda a las empresas y las entidades públicas en materia de planificación, organización, dirección y control, información administrativa, etcétera.

- Actividades reguladoras y facilitadoras de la actividad económica (Clase 8414, División 84)

Dentro de esta clase se encuentran algunas entidades que, aunque hacen parte de la rama ejecutiva del poder público, tienen como objetivo primordial la formulación y adopción de las políticas, planes y programas que facilitan la actividad económica y contribuyen al crecimiento económico del país. En concreto describen los campos de acción del consultor de la industria turística, las siguientes:

- La administración y la regulación pública de los diferentes sectores económicos, tales como: sector agropecuario, pesquero, de desarrollo rural, el ordenamiento de tierras, la energía y la minería, infraestructura, el transporte, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, las comunicaciones, hoteles y turismo, el

comercio al por mayor y al por menor y demás servicios no mencionados anteriormente.
- La administración de las políticas de investigación y desarrollo destinadas a mejorar los resultados económicos y de los fondos correspondientes.
- La administración de políticas de desarrollo regional; por ejemplo, para reducir el desempleo.

2.2. Análisis de las Ocupaciones del Sector Turismo - Armonización de las actividades económicas y ocupacionales que hacen parte del sector

Debe entenderse el área de cualificación como un agrupamiento de ocupaciones con afinidad en las competencias para cumplir el propósito y objetivos de producción de bienes y servicios en actividades económicas relacionadas entre sí, es un referente para el diseño de las cualificaciones y establece la organización horizontal del Catálogo Nacional de Cualificaciones. (Ministerio de Educación Nacional, 2017)

En el ejercicio del Marco Nacional de Cualificaciones se presentan las ocupaciones que se pueden asociar al área de cualificación de Turismo, Hotelería y Gastronomía-TUHG, por cada actividad económica de acuerdo a las divisiones de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Actividades Económicas CIIU Revisión 4 adaptada para Colombia – CIIU Rev.4 A.C. que se presentaron en el numeral 2.1. del numeral 2, en una mesa y dialogo de expertos ha relacionado unas ocupaciones en función de Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones CIUO – 08 Adaptada para Colombia A.C**.** publicada por el DANE**.** (Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2015)

La Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones - CIUO 08 A.C es un marco para el análisis, la agregación y la descripción de los contenidos del trabajo, constituyéndose en un elemento de armonización e infraestructura estadística. Se puede considerar como un instrumento técnico indicativo que describe la estructura ocupacional del país con base en una selección de aquellos puestos de trabajo con tareas y características similares para conformar las ocupaciones más representativas. En las CIUO 08 A.C. se establecieron cuatro niveles para la clasificación y codificación de las ocupaciones así: GRANDES GRUPOS (un dígito), SUBGRUPOS PRINCIPALES (dos dígitos), Subgrupos (tres dígitos) y Grupos primarios (cuatro dígitos).

En el presente documento se han seleccionado **8 divisiones** (CIIU Revisión 4 A.C.) de la Sector Turismo, donde brevemente se describirán los principales procesos la prestación del servicio para revisar la pertinencia de las ocupaciones y poder delimitarlas por división.

El análisis de las cualificaciones del Sector Turismo se realizará a través de los tres niveles organizacionales de jerarquía (estratégico, supervisión y operativo) realizando una correlación entre la Clasificación Única de Cualificaciones Adaptada para Colombia CUOC y las áreas de cualificación, como también se tuvieron en cuenta las características y requisitos de las Normas Técnicas Sectoriales NTS. Las ocupaciones quedaron específicamente detalladas por cada **clase** en el anexo 1. Códigos CIIU-CIUO-MNC-Turismo-2020

2.2.1. Operaciones de la División 55 – Alojamiento

Dentro de la División 55 de la Sección I *"Alojamiento y Servicios de Comida"*, los establecimientos de alojamiento y hospedaje se encuentran clasificados en 3 grupos y 7 clases: (5111) alojamiento en hoteles, (5512) alojamiento en apartahoteles, (5513) alojamiento en centro vacacionales, (5514) alojamiento rural, (5519) Otros tipos de alojamiento para visitantes, (5520) Camping y parques para vehículos recreativos, y (5590) otros tipos de alojamiento n.c.p..

Las ocupaciones de esta división se encuentran relacionadas en la tabla 17 *"Ocupaciones del área de cualificaciones Sub Sector Alojamiento"*, las cuales se detallan a continuación, así:

- **Nivel estratégico:** es aquel que formula y revisa las políticas de la organización; aplica los principios del proceso administrativo (planear, dirigir, coordinar y evaluar) para las empresas de alojamiento y hospedaje con el apoyo de otros directores y gerentes, dentro de las pautas establecidas por una junta directiva o un órgano rector ante el que son responsables de las operaciones realizadas y los resultados obtenidos.

  Estas ocupaciones dan cumplimiento a las leyes y reglamentos sobre actividades de los cafés, restaurantes y establecimientos relacionados con la prestación de servicios de comidas o comedor en los establecimientos, bebidas alcohólicas, supervisan las actividades de contabilidad y compras, realizar presupuestos para el establecimiento, controlar la selección, capacitación y supervisión del personal, entre otras funciones.

  Los códigos de las ocupaciones contemplados en este nivel son:

  (1) Directores y Gerentes

  (11) Directores Ejecutivos, Personal Directivo de la Administración y Legislativos,

  (112) Directores y Gerentes generales,

  (1120) Director o Gerente General,

  (14) Gerentes de Hoteles, Restaurantes, Comercios y Otros,

  (141) Gerentes de hoteles y restaurantes

  (1411) Gerentes de Hoteles,

  (1412) Gerentes de Restaurantes,

  (143) Otros Gerentes de servicios

  (1431) Gerentes o Administradores de Centros Vacacionales, Centro de Recreación y,

  (1439) Gerentes de Camping y Gerente de camping para autocaravanas

- **Nivel de supervisión:** es aquel que organiza y coordina los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas u otros servicios adicionales que preste el establecimiento de hospedaje. Realizan la gestión y supervisión del personal que tienen a cargo, planean

y coordinan las actividades que se deben realizar para cumplir con los objetivos establecidos por la gerencia o administración.

Los códigos de las ocupaciones contemplados en este nivel son:

(3) Técnicos y profesionales del nivel medio

(33) Técnicos y profesionales del nivel medio en finanzas y administración

(333) Agentes de servicios empresariales

(3332) Coordinador

(34) Técnicos y profesionales del nivel medio de servicios jurídicos, sociales, culturales y afines

(343) Técnicos y profesionales del nivel medio en actividades culturales, artísticas y culinarias

(3434) Chef o Jefe de Cocina

(5) Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados

(51) Trabajadores de los servicios personales

(515) Supervisores de mantenimiento y limpieza de edificios

(5151) Supervisor de mantenimiento y limpieza en oficinas, hoteles y otros establecimientos.

- **Nivel operativo:** es aquel que presta y tiene contacto directo el servicio al huésped y es el representante de la organización frente al cliente. Este ejecuta las actividades planeadas por la supervisión o coordinador, jefe o gestor del servicio de alojamiento o de alimentos y bebidas y están en permanente inspección, control y vigilancia.

  Los códigos de las ocupaciones contemplados en este nivel son:

  (4) Personal de apoyo administrativo

  (42) Empleados de trato directo con el público

  (422) Empleados de servicios de información al cliente

  (4224) Recepcionista de hotel, reservas

  (5) Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados

  (51) Trabajadores de los servicios personales

  (512) Cocineros

  (5120) Cocineros, auxiliares,

  (513) Meseros y Bármanes

  (5131) Meseros

  (5132) Barman

  (9) Ocupaciones Elementales

(91) Personal doméstico y de Aseo

(911) Personal doméstico, aseadores de hoteles, oficinas y otros establecimientos

(9112) Aseadores de oficinas, hoteles y otros establecimientos

(94) Ayudantes de preparación de alimentos

(941) Ayudantes de preparación de alimentos

(9412) Ayudantes de cocina y auxiliares de cocina

(96) Recolectores de desechos y otras ocupaciones elementales

(962) Otras ocupaciones elementales

(**9621) Maletero de hotel, botones**

Tabla 17 Ocupaciones del área de cualificaciones Sub Sector Alojamiento

NIVEL JERARQUIA	OCUPACIONES	CÓDIGO
Vicepresidentes / Gerentes / Administradores	Gerente general de cadena hotelera Gerente general hotel Gerente general organización hotelera Vicepresidente de cadena de hoteles Gerente de servicio de alojamiento	1120
	Administrador de hotel Posadero Gerente de servicios hoteleros Gerente de servicio de alojamiento Gerente de servicio de hospedaje Gerente hostelería Gerente reservaciones cadenas de hoteles Gestor en servicios hoteleros Jefe de sección de reservas en hotel Jefe reservas hotel Gerente de hotel Director de hostal Administrador de pensión de alojamiento Administrador de residencia estudiantil Administrador de hogar estudiantil	1411
	Gerente de servicio de alimentos y bebidas Gerente servicio de alimentos y bebidas hotel Gerente restaurantes y servicios de alimentos Jefe de banquetes Jefe de departamento de alimentos y bebidas Gerente de servicio de banquetes Gerente de servicios de comidas	1412
	Administrador de centro vacacional Director de centro de recreación Director de centro vacacional Gerente centro vacacional	1431
	Gerente de camping Gerente de camping para autocaravanas	1439
Coordinador / Gestor / Organizador /	Coordinador de eventos Ejecutivo comercial de eventos y banquetes Gestor de eventos Organizador eventos	3332

Chef / Jefe / Supervisor	Chef Chef alta cocina Chef de cocina Chef ejecutivo Chef jefe Chef pastelero Chef salsero Coordinador de autoservicio de alimentos y bebidas Coordinador de banquetes Jefe de cocina Supervisor de servicio de alimentos y bebidas	3434
	Ama de llaves hotel Jefe de alojamiento Jefe de camareras de hotel Jefe de habitaciones Jefe de piso Supervisor de empleados hotel Supervisor de habitaciones Supervisor de servicio de aseo y mantenimiento en hotel Supervisor de servicios de alojamiento y hospedaje	5151
Auxiliar / Recepcionista / Cocinero / Mesero / Camarero / Maitre / Capitán de servicio / Sommelier / Hostess / Barman /	Auxiliar de recepción de hotel Auxiliar recepcionista de hotel Empleado recepción hotelera Empleado servicio al huésped Guest service Recepcionista alojamiento Recepcionista de hotel Recepcionista nocturno hotel Responsable de reservas hoteleras	4224
	Cocinero Cocinero cocina fría Cocinero de cocina internacional Cocinero principal	5120
	Auxiliar de bar Ayudante bar Barman Bartender Jefe de bar	5132

	Aseador de restaurante Limpiador de restaurantes Mucama de habitaciones Mucama de hotel Auxiliar de habitaciones Auxiliar de servicios hoteleros Camarera de habitaciones Camarera de hotel Camarero habitaciones Camarero hotel Camarero piso hostelería Mucama de hotel Camarera de habitaciones Auxiliar de habitaciones	9112
	Anfitrión de restaurante Auxiliar de banquetes Auxiliar de servicio de alimentos y bebidas Auxiliar mesa y bar Camarero - mesero Camarero servicio comedor Capitán de meseros Capitán de servicio de alimentos y bebidas Experto en vinos - Somelier Hostess Jefe comedor Maítre Maítre de hotel Mesero Mesero capitán de meseros Mesero de eventos y banquetes Mesero de vinos Mesero jefe Sommelier Supervisor de comedor	5131
	Auxiliar de servicios hoteleros Ayudante de cocina Ayudante de la despensa Lavador de platos a mano Lavador de platos y utensilios Lavaplatos y Steward	9412
	Botones Maletero de hotel	9621

Fuente: Elaboración propia.
Tomado de (Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2015)

La ocupación **1411 Administrador de motel / Gerente de motel** no se tendrá en cuenta para el diseño del MNC ya que no están incluidas dentro de las estadísticas del DANE (Muestra Mensual de Hotelera-MMH y Encuesta Mensual de Alojamiento-EMA), al igual que en las encuestas e informes de ocupación hotelera de Cotelco.

Así mismo, no se tendrán en cuenta las ocupaciones **5120 Cocinero de barco** / **5131 Mesero de barco / Auxiliar de salón comedor en barco / Auxiliar de cafetería en barco** del subgrupo 511 Personal al servicio directo de los pasajeros en relación con los viajes en avión, tren, barco, autobús y **9112 Mucama de barco / camarero de barco** del subgrupo 911 Personal doméstico, aseadores de hoteles, oficinas y otros establecimientos, las cuales además del conocimiento técnico y de servicio, deben poseer competencias en salvamento acuático, anunciar, explicar, demostrar los procedimientos de seguridad y de emergencia, entre otros aspectos.

Colombia a pesar de poseer una actividad económica definida (5011 Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje), las empresas que allí se inscriben son representantes para Colombia de navieras internacionales (Pullmantur, Royal Caribbean, Norwegian Cruise Line, Carnival, entre otros) que operan cruceros turísticos a nivel mundial, las cuales son las que directamente contratan y capacitan a este tipo de ocupaciones para la atención de los huéspedes al interior de los barcos.

Colombia no posee infraestructura ni terminales portuarios para desarrollar adecuadamente este tipo de industria, solamente se desarrolla dicha actividad turística en el Gran Puerto de la ciudad de Cartagena, la cual posee una terminal con cuatro muelles con capacidad para atender cuatro cruceros de manera simultánea donde los turistas utilizan los demás servicios turísticos (restaurantes, bares, museos, playas, vías de acceso, entre otros) en dicha ciudad. Adicionalmente, no existe dentro de su oferta académica nacional un programa que forme profesionales en este aspecto de manera certificada.

La presencia del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena implica un importante impacto social en muchas familias; los 616.429 visitantes internacionales que allí arribaron en la temporada de cruceros 2018-2019 gastaron en la ciudad 66 millones de dólares, principalmente en productos derivados de industrias creativas y culturales (patrimonio, las artes culturales y escénicas, la música, el diseño, las artesanías, joyería y las nuevas tecnologías).

2.2.2. Operaciones de la División 56 - Actividades de servicios de comidas y bebidas

La división 56 de la Sección I *"Alojamiento y Servicios de Comida"* se compone igualmente de 3 grupos y 7 clases: el (5611) expendio a la mesa de comidas preparadas, (5612) expendio por autoservicio de comidas preparadas, (5613) expendio de comidas preparadas en cafeterías, (5619), otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p., (5621) catering para eventos, (5629) actividades de otros servicios de comidas, y (5630) expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento

Las ocupaciones de esta división se encuentran relacionadas en la tabla 18 "*Ocupaciones del área de cualificaciones Sub Sector Actividades de Servicios de Comidas y Bebidas*", las cuales se detallan a continuación, así:

- **Nivel estratégico:** corresponde a aquellos que planean, organizan y dirigen las actividades de los cafés, restaurantes y establecimientos relacionados con la prestación de servicios de comidas o comedor. Planean los menús en consulta con los chefs y cocineros, planean y organizan eventos especiales, seleccionan el personal, realizan presupuestos, organizan la compra de materias primas e insumos, negocian con proveedores, asegura la correcta aplicación de las normas sanitarias.

  El código de las ocupaciones contemplados en este nivel es:

  (1) Directores y Gerentes

  (14) Gerentes de Hoteles, Restaurantes, Comercios y Otros,

  (141) Gerentes de hoteles y restaurantes

  (1412) Gerentes de Restaurantes

- **Nivel de supervisión:** entre los chef, el coordinador de banquetes y el supervisor de servicios de alimentos y bebidas se encargan de diseñar menús, crear platos y supervisar la planificación, organización, preparación y la cocción de las comidas, supervisar la calidad de los platos en todas las etapas de preparación y presentación, supervisar y coordinar las actividades de los cocineros y otros trabajadores que participan en la preparación de alimentos en restaurantes y otros establecimientos que expenden comidas, así como a bordo de buques, trenes de pasajeros y en hogares.

  El código de las ocupaciones contemplados en este nivel es:

  (3) Técnicos y profesionales del nivel medio

  (34) Técnicos y profesionales del nivel medio de servicios jurídicos, sociales, culturales y afines

  (343) Técnicos y profesionales del nivel medio en actividades culturales, artísticas y culinarias

  (3434) Chef o Jefe de Cocina

- **Nivel operativo:** se encargan de realizar las actividades de la producción y servicio de alimentos y bebidas**.** Los cocineros (5120), cocinan comidas según recetas o bajo supervisión de los chefs, comprueban la calidad de los alimentos, pesan, miden y mezclan ingredientes según las recetas, también son portadores de las recetas tradicionales. Los meseros y bármanes (5131 y 5132) sirven alimentos y bebidas en lugares comerciales, restaurantes, clubes, cafeterías de instituciones y bares, bajo la vigilancia del jefe de comedor o supervisor de comedor. (5246) Vendedores de comidas en mostrador.

  Los catadores y clasificadores de alimentos y bebidas (7515), quienes inspeccionan, prueban y clasifican varios tipos de productos agrícolas, alimentos y bebidas; los cocineros de comidas rápidas (9411), los ayudantes o auxiliares de cocina, steward y

lavaplatos y, (9412) ayudantes de cocina que limpian las áreas de la cocina, retiran mesas, lavan los platos, preparan ingredientes y realizan otras tareas de apoyo a los trabajadores encargados de preparar y servir alimentos y bebidas.

Los códigos de las ocupaciones contemplados en este nivel son:

(5) Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados

(51) Trabajadores de los servicios personales

(512) Cocineros

(5120) Cocineros

(513) Meseros y bármanes

(5131) Meseros

(5132) Bármanes

(52) Vendedores

(524) Otros vendedores

(5246) Vendedores de comida de mostrador

(7) Oficiales, operarios, artesanos y oficios relacionados

(75) Oficiales y operarios de procesamiento de alimentos, de la confección, ebanistas y afines

(751) Oficiales y operarios de procesamiento de alimentos y afines

(7515) Catadores y clasificadores de alimentos y bebidas

(9) Ocupaciones elementales

(94) Ayudantes de preparación de alimentos

(941) Ayudantes de preparación de alimentos

(9411) Cocineros de comidas rápidas

(9412) Ayudantes de cocina

Tabla 18 Ocupaciones del área de cualificaciones Sub Sector Actividades de servicios de comidas y bebidas

NIVEL JERARQUIA	OCUPACIONES	CÓDIGO
Gerentes / Administradores / Jefe	Gerente general de cadena restaurantes	1120
	Gerente restaurantes y servicios de alimentos Administrador de restaurante Gerente de restaurante Gerente de restaurante de autoservicio Gerente de servicios de comidas Gerente de café Administrador de café Administrador de cafetería Gerente de cafetería Gerente de café bar Gerente de cantina Gerente de bar Gerente de casa de banquetes Jefe de banquetes Gerente de servicio de banquetes Administrador de bar Gerente de servicio de alimentos y bebidas	1412
Coordinador / Gestor / Organizador / Chef / Jefe / Supervisor	Chef Chef alta cocina Chef de cocina Chef ejecutivo Chef jefe Chef pastelero Chef salsero Jefe de cocina Supervisor de servicio de alimentos y bebidas Coordinador de banquetes	3434
Auxiliar cocina / Cocinero / Mesero / Camarero / Maitre / Capitán de servicio / Sommelier / Hostess / Barman / Barista	Cocinero cocina fría Cocinero de cafetería Alambiquera Bollera Butifarrero Casabera Chichera Cocinera tradicional Cocinero Cocinero campamentos de trabajo Cocinero cocina fría Cocinero colombiano Cocinero de barco	5120

	Cocinero de cafetería Cocinero de campo de trabajo Cocinero de cocina internacional Cocinero de dietas especiales Cocinero de restaurante Cocinero de verduras Cocinero dietista Cocinero principal Destilador de bebidas tradicionales Fritanguera Hornero de asadero Mazamorrero Moquiadora Ñequera Panelera Parrillero Parrillero asador carnes Petero Quesera Tamalera Tapetucera Transformador de bebidas tradicionales a base de plantas naturales Vichero	
	Auxiliar de servicio de alimentos y bebidas Auxiliar mesa y bar Camarero - mesero Camarero servicio comedor Capitán de meseros Capitán de servicio de alimentos y bebidas Distribuidor de asientos en restaurante Experto en vinos - somelier Hostess Jefe comedor Auxiliar de salón comedor en barco Maítre Maítre de hotel Mesero Mesero capitán de meseros Mesero de eventos y banquetes Mesero de vinos Mesero jefe Sommelier Anfitrión de restaurante	5131

	Auxiliar de autoservicio de alimentos Supervisor de comedor Auxiliar de cafetería Supervisor de comedor	
	Auxiliar de bar Ayudante bar Barman Bartender Jefe de bar Barista Preparador de café por filtrado Preparador de cafés expreso Técnico en preparación de café	5132
	Auxiliar de barra de ensaladas Auxiliar de mostrador de cafetería Auxiliar de servicio de barra de alimentos Ayudante de servicio de comida en mostrador Ayudante de servicio de comida en mostrador de bar Ayudante de servicio de comida en mostrador de cantina Vendedor de comidas en mostrador Vendedor de servicio de comida en mercado Vendedor de servicio de comida en quiosco	5246
	Catador de alimentos Catador de café Catador de cerveza Catador de licores Catador de té Catador de vinos Catador de zumos Clasificador de alimentos Clasificador de frutas y vegetales de procesamiento Degustador de alimentos y bebidas	7515
	Auxiliar aseo y cafetería Aseador de restaurante	9112
	Cocinero de comidas rápidas Preparador de comidas rápidas Preparador de hamburguesas Preparador de papa fritas Preparador de pizzas Cocinero de platos rápidos en restaurantes	9411

	Ayudante de establecimientos de alimentos y bebidas Ayudante de la despensa Lavador de platos a mano Lavador de platos y utensilios Lavaplatos Steward Ayudante de cocina no domestica Auxiliar de cocina Ayudante de cocina Ayudante de cocina y cafetería	9412

Fuente: Elaboración propia.
Tomado de (Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2015)

2.2.3. Operaciones de la División 70 - Actividades de administración empresarial; actividades de consultoría de gestión

De la división 70 de la Sección M "*Actividades profesionales, científicas y técnicas*" se te toma un grupo (702) y una clase (7020) *"**Actividades de consultoría de gestión***". Esta clase incluye *"la prestación de asesoría, orientación y asistencia operacional a empresas y otras organizaciones sobre cuestiones de gestión, como la planificación estratégica y organizacional, la gestión estratégica de productos y servicios de diseño, y la gestión de innovación; temas de decisión de carácter financiero; objetivos y políticas de comercialización; planificación de la producción y de los controles; políticas, prácticas y planificación de recursos humanos" … "Los servicios que se prestan pueden abarcar asesoramiento, orientación y asistencia operativa a la **empresa privada** y a la **administración pública** en materia de:*

- Las relaciones públicas y comunicaciones.

- Las actividades de lobby.

- El diseño de métodos o procedimientos contables, programas de contabilidad de costos, procedimientos de control presupuestario.

- La prestación de asesoramiento y ayuda a las empresas y las entidades públicas en materia de planificación, organización, dirección y control, información administrativa, entre otras actividades." (DANE, 2015), CIIU AC pag. 574.

El código de la ocupación contemplado en esta división es:

(2) Profesionales, Científicos e Intelectuales

(26) Profesionales en Derecho, en Ciencias Sociales y Culturales

(263) Profesionales en ciencias sociales y religiosas

(2631) Consultor de industria turística

2.2.4. Operaciones de la División 84 - Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria

Dentro de la División 84 de la **Sección O** "*Actividades de Servicios Administrativos y de Apoyo"*, se determina tener en cuenta el grupo (841) Administración del Estado y aplicación de la política económica y social de la comunidad y la clase (8414) Actividades reguladoras y facilitadoras de la actividad económica. Esta clase incluye:

- La administración y la regulación pública, incluyendo la concesión de subvenciones, de los diferentes sectores económicos, tales como: sector agropecuario, pesquero, de desarrollo rural, el ordenamiento de tierras, la energía y la minería, infraestructura, el transporte, relacionadas con la competitividad, integración y **desarrollo de los sectores** productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, las comunicaciones, **hoteles y turismo**, el comercio al por mayor y al por menor y demás servicios no mencionados anteriormente.
- Actividades de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecución de políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.
- La administración de las políticas de investigación y desarrollo destinadas a mejorar los resultados económicos y de los fondos correspondientes.
- La administración de las actividades laborales generales, formulación y adopción de políticas, planes generales, programas y proyectos para el trabajo como, por ejemplo, la legislación referente a las condiciones de trabajo y de remuneración. La administración de políticas de desarrollo regional; por ejemplo, para reducir el desempleo. Actividades de diseño, adopción y promoción de políticas, planes, programas y proyectos del sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Dentro de esta clase encontramos algunas entidades que, aunque hacen parte de la rama ejecutiva del poder público, tienen como objetivo primordial la formulación y adopción de las políticas, planes y programas que facilitan la actividad económica y contribuyen al crecimiento económico del país. (DANE, 2015), CIIU AC pág. 619.

El código de la ocupación contemplado en esta división es:

(2) Profesionales, Científicos e Intelectuales

(24) Profesionales de Negocios y de Administración

(242) Profesionales de la administración

(2422) Profesionales en políticas de administración - Consultor de industria turística

Formulan y analizan políticas que orientan el diseño, la implementación y la modificación de operaciones y programas tanto de entidades gubernamentales como de empresas.

Mantener contactos y celebrar consultas con los administradores de programas y otras partes interesadas para determinar las necesidades en materia de políticas.

Revisar las políticas y la legislación existentes para identificar anomalías y disposiciones obsoletas.

Llevar a cabo investigaciones sobre las tendencias sociales, económicas e industriales y de las expectativas de los clientes, relacionadas con los programas y servicios ofrecidos.

Formular y analizar opciones en materia de políticas, preparar documentos informativos y recomendaciones respecto a la modificación de políticas y brindar asesoramiento sobre las opciones de preferencia.

Evaluar repercusiones, consecuencias financieras, interacciones con otros programas y la viabilidad política y administrativa de las políticas.

Llevar a cabo evaluaciones de amenazas y riesgos y elaborar respuestas.

Revisar operaciones y programas para asegurar su coherencia con las políticas de la organización.

2.2.5. Operaciones de la División 79 - Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas

La división 79 se compone de 2 grupos y 3 clases: el (7911) Actividades de las agencias de viajes, (7912) Actividades de operadores turísticos y (7990) Otros servicios de reserva y actividades relacionadas, las cuales se detallan a continuación, así:

- **Nivel estratégico:** formulan y revisan las políticas; planean, dirigen, coordinan y evalúan las actividades en general de las agencias de viajes.

  Los códigos de las ocupaciones contemplados en este nivel son:

  (1) Directores y Gerentes

  (11) Directores Ejecutivos, Personal Directivo de la Administración y Legislativos,

  (112) Directores y Gerentes generales,

  (1120) Director o Gerente General,

  (14) Gerentes de hoteles, restaurantes, comercios y otros servicios

  (143) Otros gerentes de servicios

  (**1439) Otros gerentes de servicios no clasificados en otros grupos primarios**

- **Nivel de supervisión:** incluye a las personas que establecen contactos de negocios o venden servicios a las empresas. El código de la ocupación contemplado en este nivel es:

  (3) Técnicos y profesionales del nivel medio

  (33) Técnicos y profesionales del nivel medio en las finanzas y la administración

  (333) Agentes de servicios empresariales

(3339) Agentes de servicios comerciales no clasificados en otros grupos primarios

- **Nivel operativo:** Proporcionan información acerca de los destinos; organizan itinerarios; tramitan reservas de viaje y de alojamiento y registran los datos de los pasajeros en la facturación y las puertas de embarque, Agente de pasajes línea terrestre. Acompañan a las personas o grupos en viajes, visitas guiadas, excursiones y tours en los lugares de interés.

  Los códigos de las ocupaciones contemplados en este nivel son:

  (4) Personal de apoyo administrativo

  (42) Empleados de trato directo con el público

  (422) Empleados de servicio de información al cliente

  (4221) Empleados y consultores de viajes

  (4225) Empleados de ventanillas de información

  (5) Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados

  (51) Trabajadores de servicios personales

  (511) Personal al servicio directo de los pasajeros

  (5113) Guías de turismo

  (7) Oficiales, Operarios, Artesanos y Oficios relacionados

  (75) Oficiales y operarios de procesamiento de alimentos, de la confección, ebanistas y afines

  (754) Otros oficiales, operarios y afines

  (7541) Buzos

  (9) Ocupaciones elementales

  (93) Obreros y peones de minería y construcción

  (933) Obreros y peones de transporte y almacenamiento

  (9332) Conductores de vehículos y maquinaria de tracción animal: **Cochero guía turismo, Cochero informador turístico.**

Tabla 19 Ocupaciones de las Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas

NIVEL JERARQUIA	OCUPACIONES	CÓDIGO
Gerentes / Administradores / Jefe	Gerente general compañía de viajes y turismo Gerente de agencia de viajes Jefe agencia viajes	1120
	Gerente de centro de contactos	1439
Coordinador / Gestor / Jefe Organizador / Supervisor	Organizador de viajes Operador turístico	3339
Auxiliares	Agente de reserva de viajes Agente de tiquetes Agente de viajes Agente de viajes y turismo Agente viajero Asesor comercial de viajes Asesor de viajes Auxiliar de agencia de viajes Auxiliar de información de turismo Auxiliar de oficina de turismo Auxiliar de reserva de viajes Auxiliar de reservas Auxiliar de ventas y reservaciones de turismo Consejero de viajes Consultor de viajes Empleado servicio al viajero Operador de check-in de agencia de viajes Representante de agencia de viaje Tiqueteador de agencia de viajes	4221
	Auxiliar de información turística Informador turístico Informador turístico local Auxiliar de información a pasajeros aeropuerto	4225
	Buzo	7541
	Cochero guía de turismo Cochero informador turístico	9332

	Agente de check-in Agente carga aerolínea Agente de línea marítima Agente de oficina de turismo Agente de pasajes línea terrestre Agente de servicio en aeropuerto Agente de servicios al pasajero Agente de servicios counter Agente de tiquetes Agente de tiquetes de aerolíneas Agente de ventas y servicios de aerolínea Auxiliar de información de turismo Auxiliar de información a pasajeros aeropuerto Auxiliar de reservas de aerolínea Auxiliar de servicio al cliente de aerolínea Auxiliar de ventas y servicios aerolíneas Ayudante de check-in en aeropuerto Consejero de oficina de turismo Empleado servicio al cliente aerolínea Empleado ventas y servicios aerolíneas Empleado ventas y servicios de líneas aéreas marítimas y terrestres	4221
	Guía de cabalgata Guía de descubrimientos Guía de establecimientos industriales Guía de excursiones Guía de galería de arte Guía de gira Guía de montañismo Guía de museo Guía de parque temático Guía de parques naturales Guía de turismo Guía de turismo cultural Guía de turismo de aventura Guía de turismo especializado Guía de viaje Intérprete de la ciencia Intérprete histórico Anfitrión turístico local Baquiano Intérprete ambiental local Interprete turístico local	4225

Fuente: Elaboración propia.
Tomado de (Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2015)

2.2.6. Operaciones de la División 82, Clase 8230 - Organización de convenciones y eventos comerciales

Dentro de la división 82 denominada *"Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas"* de la **Sección M** *"Actividades profesionales, Científicas y Técnicas"* están ubicadas las operaciones de la clase 8230 clasificadas dentro del área de cualificación del Turismo, Hotelería y Gastronomía-TUHG debido a su alto impacto y demanda de servicios de las operaciones de esta área de cualificación, las cuales se detallan a continuación, así:

- **Nivel estratégico**

Planea, organiza, dirige y coordina la prestación de servicios técnicos y profesionales especializados para las operaciones de la organización de congresos, convenciones, ferias, eventos comerciales, entre otros. Orienta y dirige globalmente las actividades del servicio, la instalación, la organización del centro de eventos. Elabora informes, supervisa y evalúa los recursos destinados a la prestación de servicios, controla las operaciones administrativas, tales como la planificación del presupuesto, los gastos en suministros, equipo y servicios y asegura el uso eficiente de los recursos.

Coordina la cooperación con otras entidades de prestación de servicios en el mismo campo o en campos afines. Aquí se requiere generalmente un nivel de cualificación especializado y una amplia experiencia en relación con una o más ocupaciones.

El código de las ocupaciones contemplados en este nivel es:

(1) Directores y Gerentes

(14) Gerentes de hoteles, restaurantes, comercios y otros servicios

(143) Otros Gerentes de servicios

(1439) Gerentes de servicios no clasificados en otros grupos primarios

- **Nivel de supervisión**

Organiza y coordina los servicios para conferencias, eventos, representaciones, banquetes y seminarios. Establece contactos con las empresas para la planificación y organización de conferencias y eventos similares. Supervisa el trabajo de los contratistas e informan sobre las modificaciones de las órdenes de trabajo de los eventos a ejecutar. Negocia el tipo y costos de los servicios que se presten, ajustándose al presupuesto de cliente y de la organización.

Promueve conferencias, congresos, convenciones y ferias comerciales a los clientes potenciales. Se reúne con los clientes para analizar sus necesidades y examinar las opciones de paquetes de prestaciones que puedan satisfacer tales necesidades. Organiza y coordina las instalaciones para reuniones y servicios de eventos contratados tales como salas de conferencias, restaurantes, señalización, pantallas audiovisuales y equipos informáticos, alojamiento, transporte y eventos sociales para los participantes y los arreglos logísticos para los presentadores.

Responden a las consultas relativas a los servicios ofrecidos, costos de alojamiento y alquiler de equipos, catering y otros servicios relacionados. Organizan el registro de los participantes.

El código de las ocupaciones contemplados en este nivel es:

(3) Técnicos y Profesionales del nivel medio

(33) Técnicos y profesionales del nivel medio en las finanzas y la administración

(333) Agentes de servicios empresariales

(3332) Organizadores de conferencias y eventos

- **Nivel operativo:**

  Es el acomodador en espectáculos públicos y ayuda a los clientes a encontrar su asiento o ubicación en los eventos. Orienta a los clientes hacia los servicios sanitarios, puestos de venta o teléfonos y los guía hacia las salidas o facilitarles otras instrucciones y prestarles ayuda en casos de emergencia.

  El código de las ocupaciones contemplados en este nivel es:

  (9) Ocupaciones elementales

  (96) Recolectores de desechos y otras ocupaciones elementales

  (962) Otras ocupaciones elementales

  (9629) Otras ocupaciones elementales no clasificadas en otros grupos primarios

Tabla 20 Ocupaciones de las Actividades de Organización de convenciones y eventos comerciales

NIVEL JERARQUIA	OCUPACIONES	CÓDIGO
Gerentes	Gerente de centro de conferencias Gerente de centro de contactos Gerente de centro de convenciones	1439
Coordinador / Gestor / Organizador / Ejecutivo / Jefe / Supervisor	Administrador de cuenta organización de conferencias o eventos Administrador de eventos Administrador de conferencia Agente de contratación de espectáculos Consultor de gestión de eventos Coordinador área back stage Coordinador convención Coordinador de acomodación Coordinador de acreditaciones Coordinador de activaciones y patrocinios Coordinador de boda Coordinador de camerinos Coordinador de conferencia Coordinador de espectáculos Coordinador de eventos Coordinador de fho Coordinador de front Coordinador de función Coordinador de invitados y personalidades Coordinador de montaje Coordinador filtros Coordinador general de logística vas Coordinador prefiltros Coordinador protocolo Ejecutivo comercial de eventos y banquetes Gestor de espectáculos públicos Gestor de eventos Jefe de acomodación Jefe de acreditaciones Jefe de montaje Jefe zona vip Oficial de protocolo Operador logístico prensa Organizador de conferencias y eventos Organizador de convenciones de arte y cultura Organizador de exposición Organizador de funciones Organizador eventos	3332

	Planeador de eventos Planificador de boda Planificador de conferencias Productor de conferencia Productor de eventos Productor de eventos digitales Productor de shows artísticos Productor técnico de espectáculos Programador de eventos musicales Programador de festival audiovisual Regidor de escenario Representante de recepción de bodas Stage manager Wedding planner	
Auxiliares /	Acomodador en espectáculos públicos Auxiliar de estacionamiento Auxiliar de guardarropa Informador	9629

Fuente: Elaboración propia.

Tomado de (Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2015)

2.2.7. Actividades jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales (Clase 9103)

Las actividades de la Clase 9103, clasificadas dentro de la **Sección R** *"Actividades Artísticas, de Entretenimiento y Recreación",* la **División 91** *"Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales",* se detallan a continuación, así:

- **Nivel estratégico**

  Son los que planean, organizan y controlan las actividades de los establecimientos que ofrecen servicios culturales, recreativos, de viaje, de contacto con los clientes y otros servicios de esparcimiento. Los gerentes planea y organizan la variedad y la mezcla de servicios o actividades proporcionados en los jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales; aseguran que las instalaciones se mantengan limpias y en buenas condiciones; están al día de las nuevas tendencias y desarrollos relacionados con la prestación del servicio; asesoran sobre los servicios disponibles y promueven la publicidad; establecen y gestionan los presupuestos; controlan los gastos y aseguran la utilización eficiente de los recursos; planifican y dirigen el trabajo diario de los colaboradores; controlan la selección, supervisión y desempeño del personal, y garantizan el cumplimiento de los requisitos en materia de seguridad y salud.

  El código de las ocupaciones contemplados en este nivel es:

  (1) Directores y Gerentes generales

  (14) Gerentes de hoteles, Restaurantes, Comercios y Otros servicios

(143) Otros gerentes de servicios

(1431) Gerentes de centros deportivos, de esparcimiento y culturales: Gerente de parque temático

Los demás niveles jerárquicos de supervisión y operativo, requieren de ocupaciones pertenecientes a otras disciplinas no relacionadas con el área de cualificación de Turismo, Hotelería y Gastronomía-TUHG.

Tabla 21 Ocupaciones de las Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales

NIVEL JERARQUIA	OCUPACIONES	CÓDIGO
Gerentes	Gerentes de centros deportivos, de esparcimiento y culturales Gerente de parque temático	1439

Fuente: Elaboración propia.
Tomado de (Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2015)

2.2.8. Actividades de parques de atracciones y parques temáticos (Clase 9321)

Las actividades de la **Clase 9321** "*Actividades de parques de atracciones y parques temáticos*" y **Clase 9329** "*Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.*", clasificadas dentro de la **Sección U** "Actividades de organizaciones y entidades extraterritoriales", en la **División 93** "*Otras actividades recreativas y de esparcimiento*", se detallan a continuación, así:

- **Nivel Estratégico**

  Planean, organizan y controlan las actividades de los establecimientos que proporcionan servicios deportivos, artísticos, teatrales y otros servicios recreativos y de esparcimiento. Planean y organizan junto con su equipo de trabajo la variedad y mezcla de entretenimiento, atracciones, actividades culturales y deportivas y los programas de acondicionamiento físico que ofrece el centro. Establecen y gestionan los presupuestos, controlan los gastos y aseguran el uso eficiente de los recursos, entre otras funciones.

  El código de las ocupaciones contemplados en este nivel es:

  (1) Directores y Gerentes generales

  (14) Gerentes de hoteles, Restaurantes, Comercios y Otros servicios

  (143) Otros gerentes de servicios

  (1431) Gerentes de centros deportivos, de esparcimiento y culturales

- **Nivel de Supervisión**

  Establecen contactos con las empresas para vender diversos servicios, concertar contratos para los artistas y espectáculos, organizar y coordinar instalaciones, señalización, pantallas audiovisuales y equipos informáticos, responder a las consultas

relativas a los servicios ofrecidos, supervisar el trabajo de los contratistas, aseguran que las instalaciones se mantengan limpias y en buen estado

El código de las ocupaciones contemplados en este nivel es:

(3) Técnicos y Profesionales de nivel medio

(33) Técnicos y profesionales del nivel medio en las finanzas y la administración

(333) Agentes de servicio empresariales

(3332) Organizadores de conferencias y eventos

Para el nivel operativo se requieren de otras ocupaciones de disciplinas no relacionadas con el área de cualificación de Turismo, Hotelería y Gastronomía-TUHG.

Tabla 22 Ocupaciones de las Actividades de parques de atracciones y parques temáticos

NIVEL JERARQUIA	OCUPACIONES	CÓDIGO
Gerentes	Gerente de parque de atracciones Gerente de parque de diversiones Gerente de parque temático Gerente de centro de diversiones Gerente de instalaciones recreativas Director de centro de recreación Gerente de casino Gerente de servicios de esparcimiento Gerente de centro cultural	1431
Coordinadores / Supervisores	Coordinador de cineclub Coordinador de cinema Coordinador de espectáculos Coordinador de eventos	3332

Fuente: Elaboración propia.
Tomado de (Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2015)

2.2.9. Actividades de alquiler y arrendamiento (Clase 7721)

Las actividades de la Clase 7721 “Actividades de parques de atracciones y parques” y Clase 9329 “Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.”, clasificadas dentro de la Sección U “Actividades de organizaciones y entidades extraterritoriales”, en la División 93 “Otras actividades recreativas y de esparcimiento”, se detallan a continuación, así:

- **Nivel de supervisión**

  Se encargan de implementar y soportar las actividades de coordinación de gestión de comunicación; documentar y coordinar la gestión interna de una unidad organizativa, utilizando en algunas ocasiones sus conocimientos especializados de la actividad empresarial de la organización que los emplea. Establecen contactos de negocios o venden servicios a las empresas, negocian contratos en nombre del vendedor o del

comprador y explicar al cliente las condiciones de venta y de pago, firman contratos en nombre del vendedor o del comprador y garantizar el cumplimiento del contrato; se aseguran de que el servicio contratado se proporcione al comprador en conformidad con el plazo acordado y programar y confirmar la celebración de reuniones y citas; comunicar mensajes a los clientes.

El código de las ocupaciones contemplados en este nivel es:

(3) Técnicos y profesionales de nivel medio

(33) Técnicos y profesionales del nivel medio en las finanzas y la administración

(333) Agentes de servicios empresariales

(3339) Agente de servicios comerciales no clasificados en otros grupos primarios

- **Nivel operativo**

Venden y presentan al público en general bienes y servicios demostrando y explicando productos y servicios a los clientes; respondiendo preguntas y ofreciendo asesoramiento sobre el uso de bienes y servicios; toman pedidos y hacen acuerdos para el pago, concretan transacciones tomando contacto con los clientes potenciales

(5) Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados

(52) Vendedores

(524) Otros vendedores

(5249) Otros vendedores no clasificados en otros grupos primarios

Tabla 23 Ocupaciones de las Actividades de alquiler y arrendamiento

NIVEL JERARQUIA	OCUPACIONES	CÓDIGO
Coordinadores / Supervisores	Agente de alquiler	3339
Auxiliares	Auxiliar de ventas de alquiler Auxiliar de ventas de alquiler de vehículos	5249

Fuente: Elaboración propia.
Tomado de (Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2015)

2.3. Mapas de procesos de las empresas tipo que hacen parte del sector Turismo

El mapeo de procesos y subprocesos en una organización es un medio eficaz de recopilar información para determinar cómo se está desempeñando la empresa y es la forma imperante hoy en día en la que la mayoría de ellas organizan su trabajo; la base de esta forma de organizar el trabajo está orientada al **cliente.**

Las organizaciones estructuran y organizan sus procesos y subprocesos de una manera secuencial generando un valor añadido a las entradas, de modo que las salidas que se obtengan satisfagan las necesidades de los clientes.

A. Procesos

Los procesos en una organización tienen una relevancia diferente los cuales afectan los distintos niveles de la jerarquía de la propia organización. A continuación, se describen los tres tipos de procesos que se pueden identificar en toda organización:

- **Procesos Estratégicos**

Estos procesos son competencia directa de la alta dirección (cargos directivos y gerenciales) y corresponden a los procesos en donde se llevan a cabo actividades de planeación estratégica; los cuales garantizan la estrategia de la organización, la definición y control de las metas, las políticas a seguir y las estrategias a desarrollar para su alcance, sus planes económicos y financieros, el control y la mejora basada en el Sistema de Gestión de Calidad implementado. Aquí se encuentran los procesos de: Gerencia estratégica o Planeación estratégica, el Proceso de mejoramiento y el de la Comunicación.

- **Procesos Misionales u Operativos**

Estos procesos buscan poner en práctica las acciones oportunas para poder hacer realidad las políticas y las estrategias que han sido definidas por la alta dirección. Están conformados por aquellos procesos en los cuales se desarrollan y producen los bienes y servicios de la cadena de valor y que responden al objeto o razón de ser de la empresa. De estos procesos operativos se ocuparán los diferentes directores de departamentos o también llamados directores funcionales, en colaboración con el equipo humano de cada departamento.

- **Procesos de Apoyo**

Estos procesos no tienen vinculación exacta con las políticas definidas, pero que son esenciales para garantizar un óptimo rendimiento de los procesos operativos; incluye aquellos procesos que soportan y proveen los recursos necesarios para desarrollar los procesos estratégicos y misionales de la empresa. Entre los procesos identificados se encuentran: Proceso de talento humano, proceso de compras, proceso jurídico, proceso administrativo y contable; el proceso tecnológico.

B. Los subprocesos

La mayor atención de la organización, se pondrá siempre sobre los **procesos operativos** y en base a los mismos define las relaciones existentes entre unos y otros procesos. El despliegue de esos procesos puede conllevar a la definición de **subprocesos** y la relación entre los mismos, así como la definición de una ficha de cada proceso, en la que se detalle las responsabilidades, entradas y salidas aparejadas al mismo.

Para analizar la división y cooperación del trabajo en las organizaciones turísticas, fue necesario conocer y determinar la secuencia e interacción de todos los procesos de la misma, los cuales se clasificaron en dependencia de la repercusión que tienen estos sobre el cliente. A continuación, se describen los procesos y subprocesos por cada una de las actividades turísticas en estudio:

2.3.1. Establecimientos de alojamiento y hospedaje

Para el caso de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, el mapa de procesos puede ayudar al personal de gestión de alojamiento a comprender la experiencia del huésped, así como la experiencia de los empleados y puede revelar áreas de ineficiencia y oportunidades de mejora.

Para su elaboración se consultó los manuales de funciones de diferentes establecimientos de alojamiento para recopilar información sobre sus procesos con el fin de entenderlos y plasmarlos en un mapa de procesos. Se creó una lista de los principales procesos que a continuación se describen: (ver Ilustración 19)

Procesos estratégicos: Planeación estratégica, Gestión Comunicación, Gestión de Calidad

Procesos operativos: Atención al cliente (Reservas, Relaciones Publicas y Recepción)

Servicios (Restaurante, Bar, Lavandería, Gimnasio, Instalaciones, Parqueadero, entre otros)

Alojamiento (Recepción hotelera, control de pisos)

Procesos de Apoyo: Recursos humanos, mantenimiento, seguridad, contabilidad y finanzas

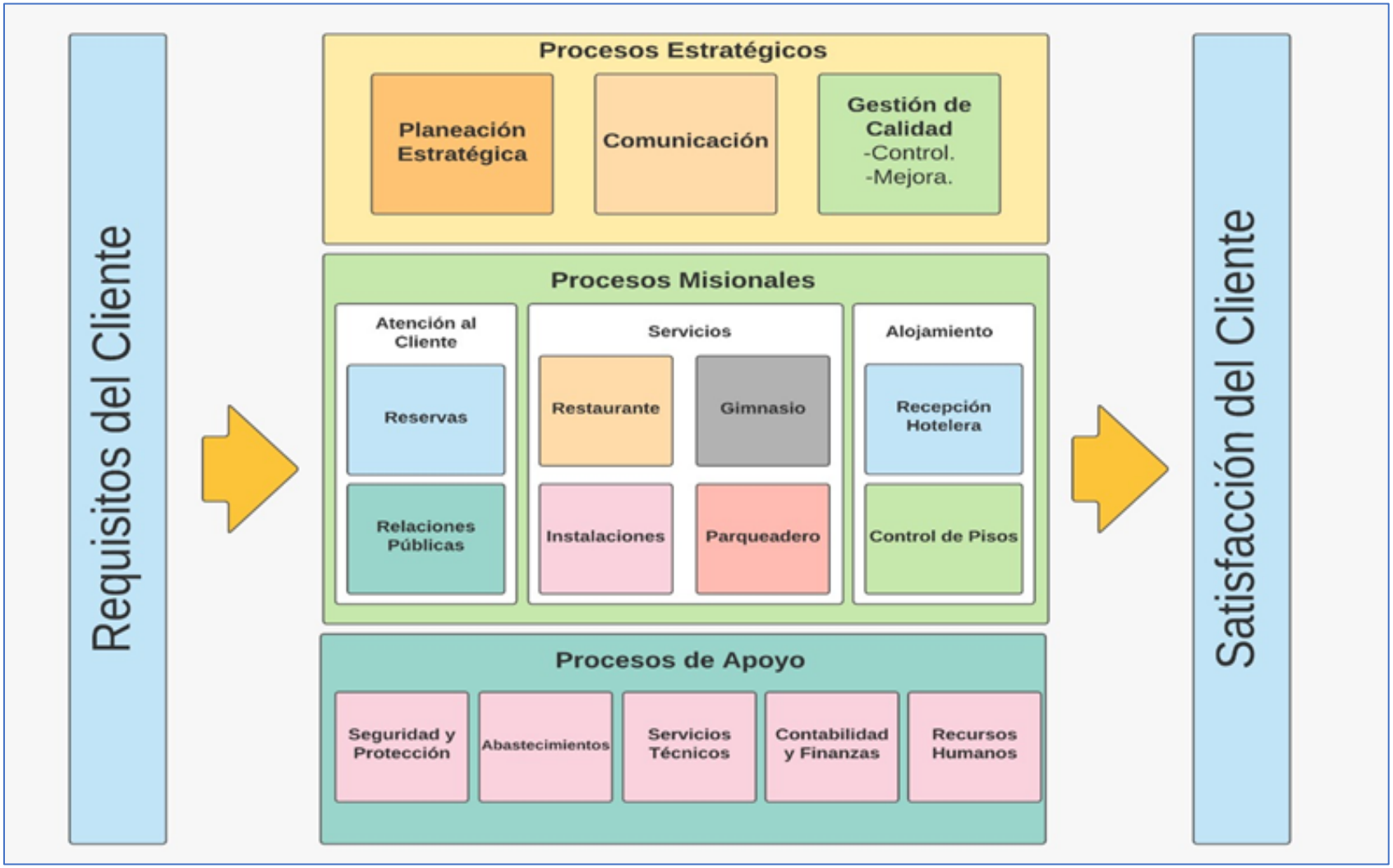
- **Descripción de subprocesos**

La secuencia de los subprocesos también se da en función del cliente y de los resultados de la empresa, desde el momento en que un cliente se registra e ingresa al hotel hasta el momento en que le facturan los servicios, se verifica la satisfacción de los servicios prestados y se le despide. Allí se identifican los siguientes subprocesos:

- Control de reservas de habitación
- Registro de huésped
- Servicio al cliente y relaciones publicas
- Control de ocupación – ama de llaves
- Contabilidad de huésped
- Facturación de recepción

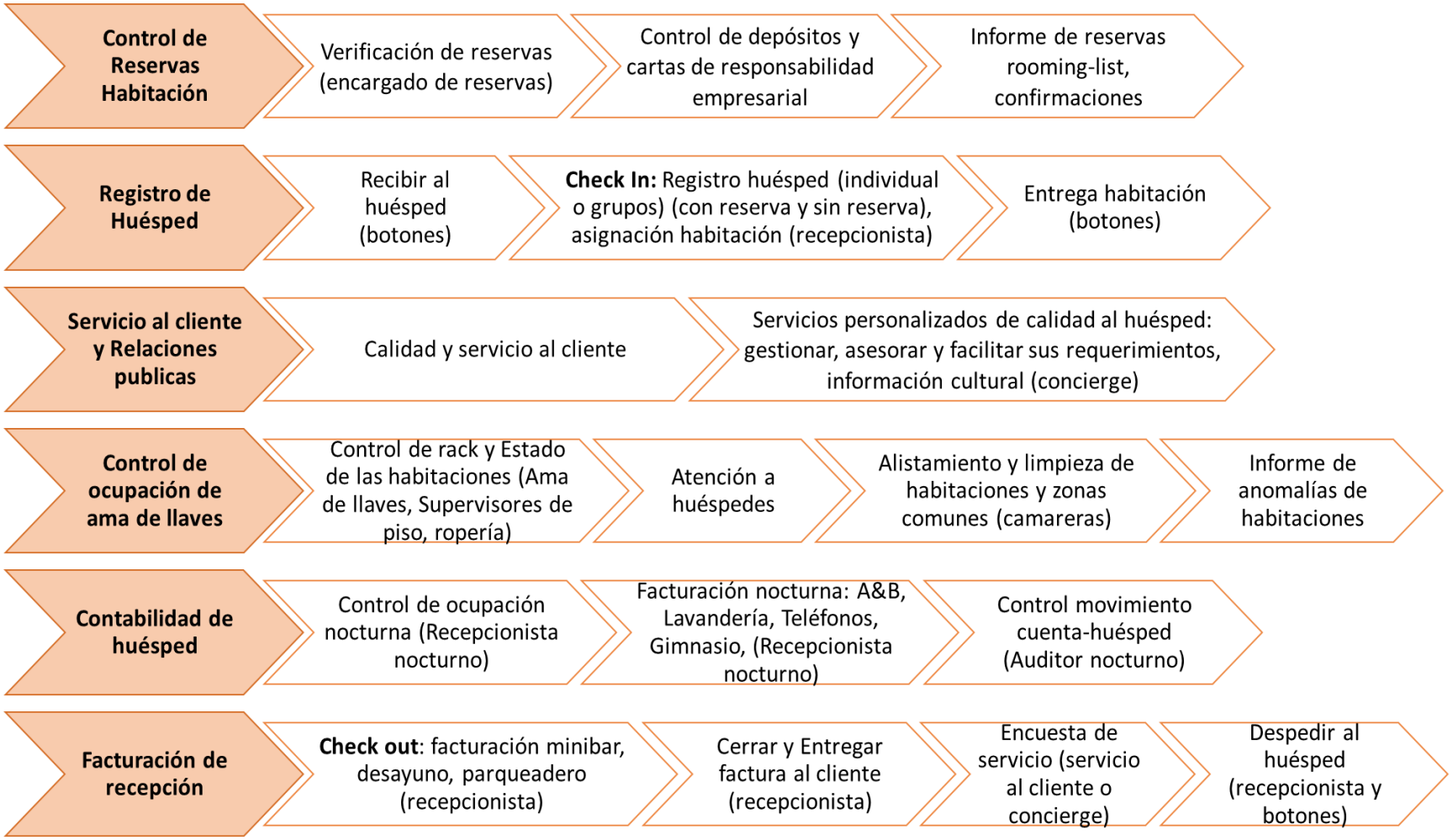
La secuencia de los subprocesos de alojamiento y hospedaje se pueden observar en la ilustración 20.

Ilustración 19 Mapa de procesos de un establecimiento de alojamiento y hospedaje



Fuente: PNUD, 2020

Ilustración 20 Mapa de Sub-procesos de un establecimiento de alojamiento y hospedaje



Fuente: PUND, 2020

2.3.2. Agencias de Viajes

Para el caso de las Agencias de Viajes se realizó el mismo procedimiento, logrando establecer los siguientes procesos:

Procesos estratégicos: Planeación estratégica, Gestión Comunicación, Gestión de Calidad

Procesos operativos: Diseño de paquete turístico, comercialización del paquete turístico, operación del paquete turístico.

Procesos de Apoyo: Recursos humanos, gestión y seguridad de la información (software especializados), contabilidad y finanzas

El mapa de procesos se puede ver en la ilustración 21.

La secuencia de los subprocesos en las Agencias de Viajes al igual que en alojamiento y hospedaje, también se dan en función del cliente y de los resultados de la empresa, desde el momento en que un cliente solicita la cotización y el servicio de un tiquete o un paquete turístico, el momento en que le facturan los servicios, se le prestan los servicios pagados, hasta el momento en que se verifica la satisfacción de los servicios prestados y se le despide (ver ilustración 22).

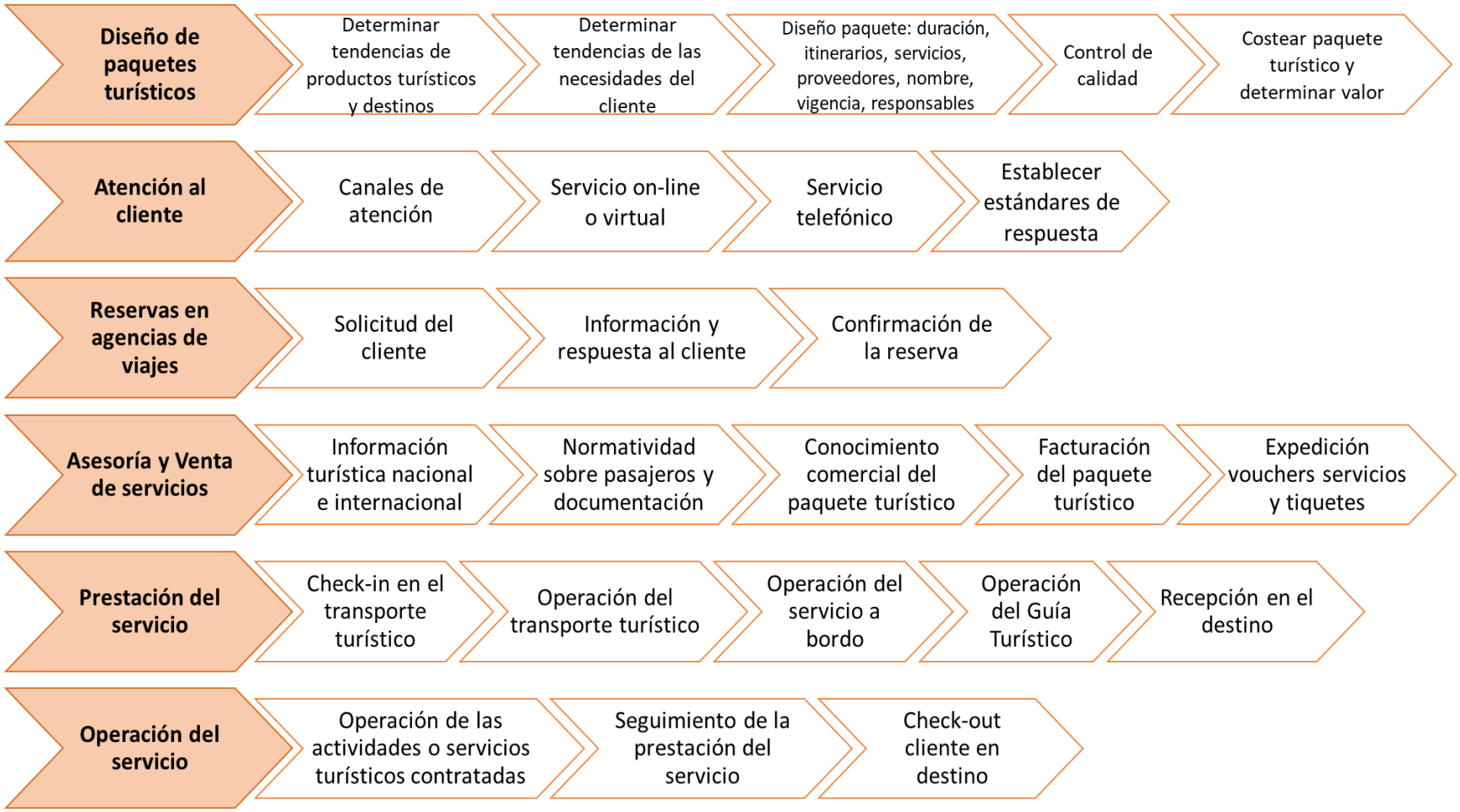
Allí se identifican los siguientes subprocesos:

- Diseño de paquetes turísticos
- Atención al cliente
- Reservas en agencias de viajes
- Asesoría y venta de servicios
- Prestación del servicio
- Operación del servicio

Ilustración 21 Mapa de procesos de una Agencia de Viajes

Fuente: PNUD, 2020

Ilustración 22 Mapa de Sub-procesos de una Agencia de Viajes



Fuente: PUND, 2020

2.3.3. Establecimientos gastronómicos

Así mismo, para los establecimientos gastronómicos se determinaron los siguientes procesos:

Procesos estratégicos: Gestión de la Dirección, Gestión de Comunicación y Gestión de Calidad.

Procesos operativos: Compra de alimentos y bebidas, Recibo de alimentos y bebidas, Almacenamiento de alimentos y bebidas, Producción de alimentos y bebidas, Servicio de alimentos y bebidas, Facturación de los servicios de alimentos y bebidas. Costos de Alimentos y Bebidas.

Procesos de Apoyo: Recursos humanos, Mantenimiento, seguridad, contabilidad y finanzas, gestión comercial, compra de activos de operación y gestión de la información (software especializados).

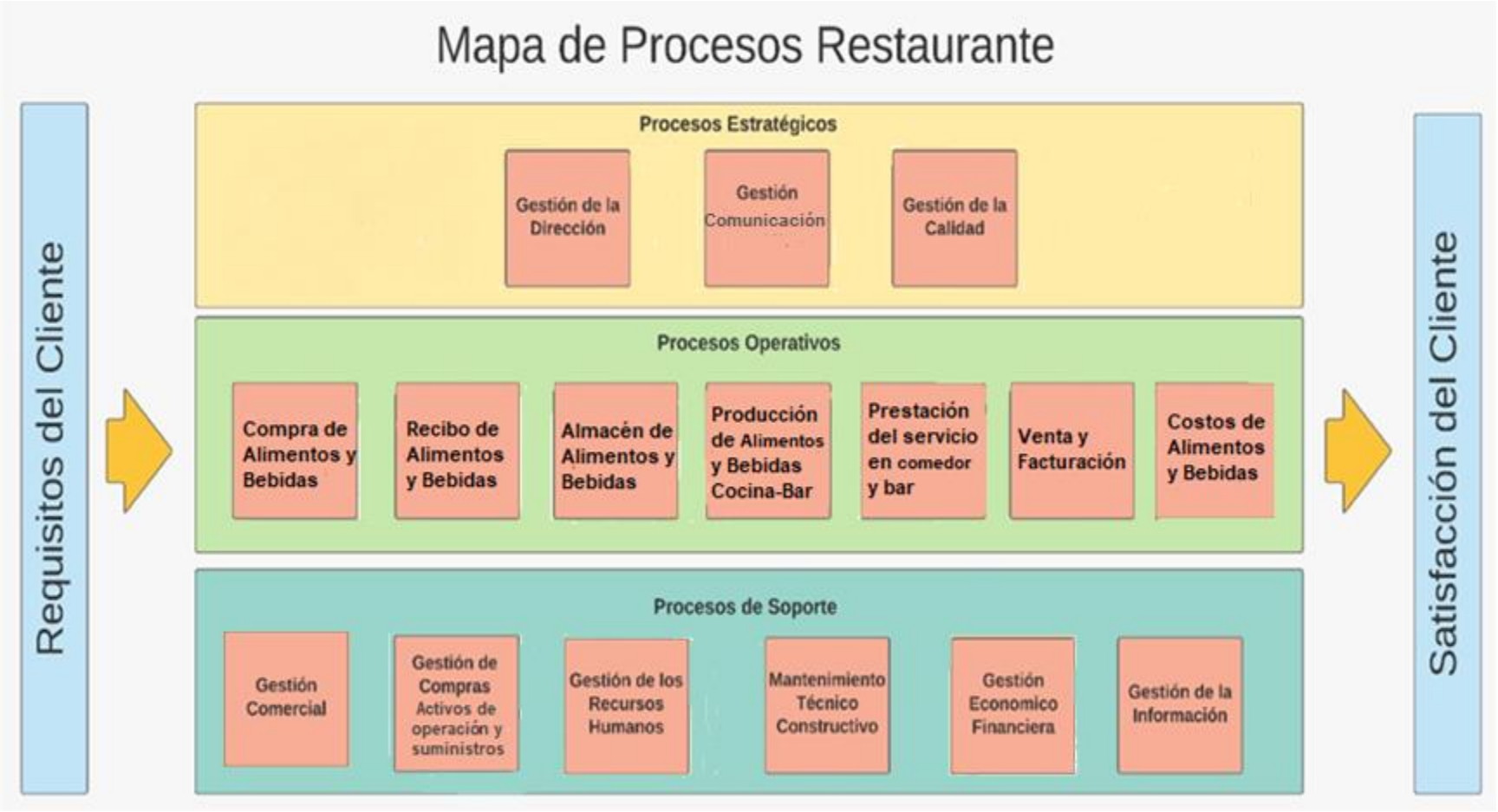
El mapa de procesos se puede observar en la ilustración 23.

La secuencia de los subprocesos en los establecimientos gastronómicos, también se dan en función del cliente y de los resultados de la empresa, desde el momento en que determina la oferta de alimentos y bebidas, se elaboran las recetas estándar y se establecen los precios de venta, se compran las materias primas, se producen los alimentos y bebidas, se aplican las técnicas de servicio de alimentos y bebidas, hasta el momento en que se verifica la satisfacción de los servicios prestados, se factura y se despide al comensal (ver ilustración 24).

Allí se identifican los siguientes subprocesos:

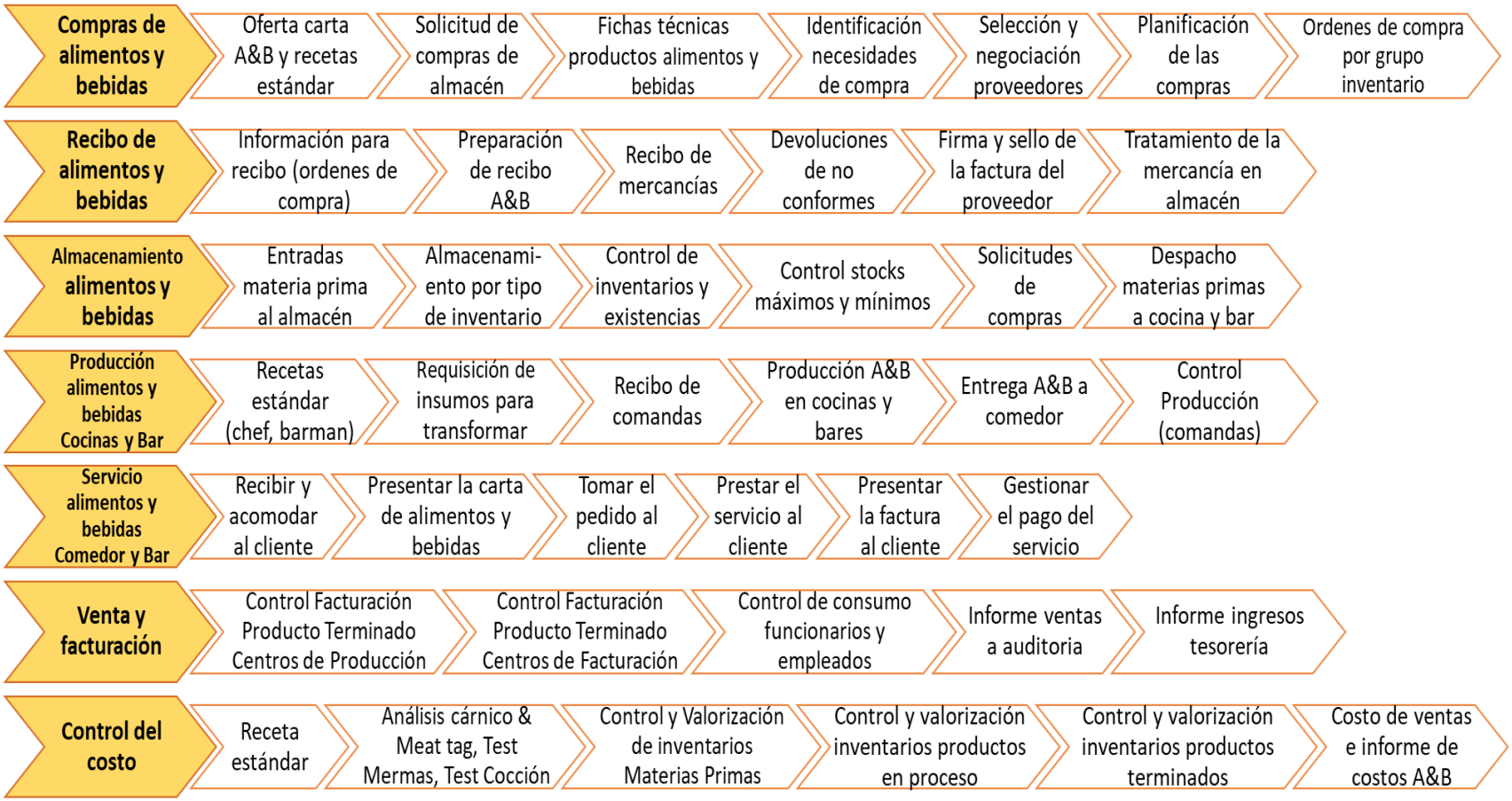
- Compras de alimentos y bebidas
- Recibo de alimentos y bebidas
- Almacenamiento de alimentos y bebidas
- Producción de alimentos y bebidas
- Servicio de alimentos y bebidas
- Facturación de alimentos y bebidas
- Control y costo de alimentos y bebidas

Ilustración 23 Mapa de procesos de un Establecimiento Gastronómico



Fuente: PNUD, 2020

Ilustración 24 Mapa de Sub-procesos de un Establecimiento Gastronómico



Fuente: PUND, 2020

3. CADENA DE VALOR PARA EL SECTOR TURISTICO

La cadena de valor del sector turismo es insumo fundamental en la aplicación de la ruta metodológica para el diseño de las cualificaciones. Haciendo referencia a la ruta metodológica en mención, la cadena de valor es aludida específicamente en la etapa A, caracterización del sector; segunda fase - F2.

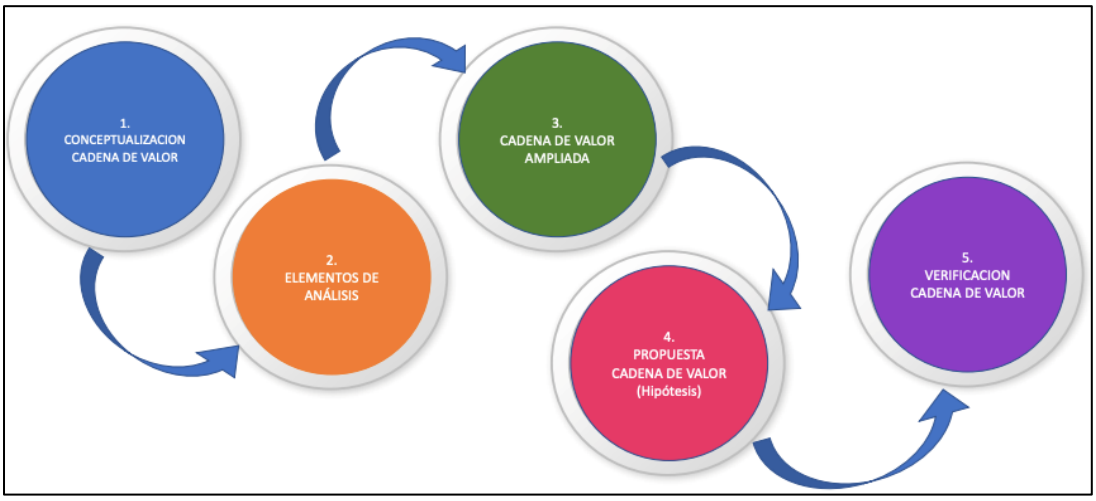
Los aspectos marco de los cuales se deriva su representación gráfica y descripción son:

- Las actividades económicas (según la CIIU 04 A.C, 2012).
- Los procesos que subyacen a las actividades económicas del sector.
- Las ocupaciones del sector (CIUO 08 A.C, 2015 y otras denominaciones).
- Las estructuras organizacionales actuales y en prospectiva económica.
- Modelo Internacional, nacional y definición de Cadena de Valor

El análisis de cada uno de los aspectos enumerados conlleva al diseño y propuesta de una cadena de valor para el sector, donde la premisa es la construcción de un modelo que fundamente los pilares y eslabones que dan movilidad y valor al sector a nivel productivo y académico.

La presente sección desarrolla el proceso de diseño de cadena de valor, tomando como referencia:

Ilustración 25 Proceso de diseño de cadena de valor

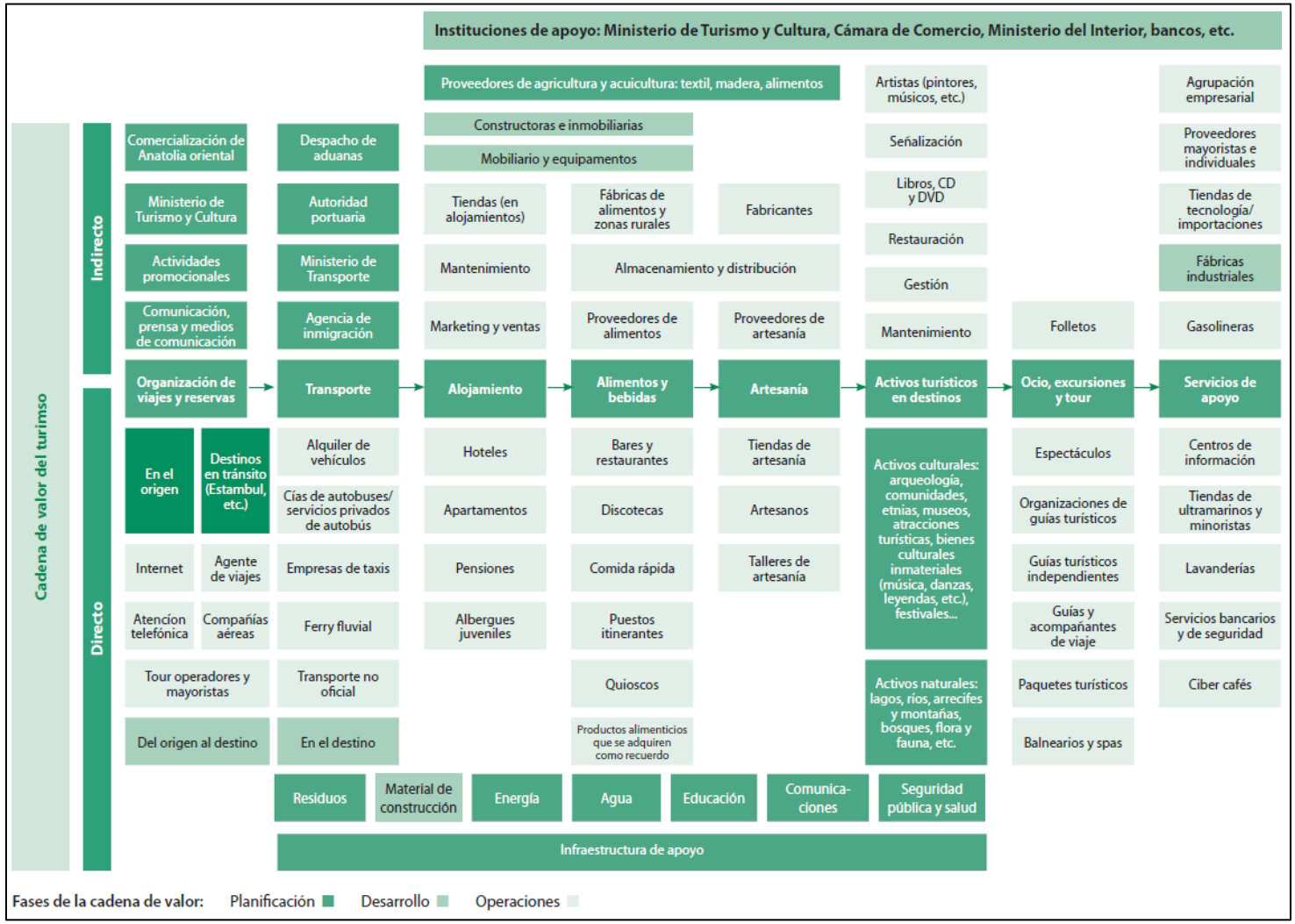


Fuente: Ministerio de Educación Nacional, 2020.

3.1. Análisis de las propuestas de cadenas de valor relacionadas con el sector Turismo

Como referente internacional de cadena de valor del sector turismo, el documento Manual de Desarrollo de Productos Turísticos (2013), de la Organización Mundial del Turismo presenta un modelo que ilustra las numerosas entidades que son proveedoras directas o están vinculadas indirectamente con el turismo en cada una de las tres fases: planificación, desarrollo y operaciones.

Ilustración 26 Cadena de Valor del Turismo OMT 2013



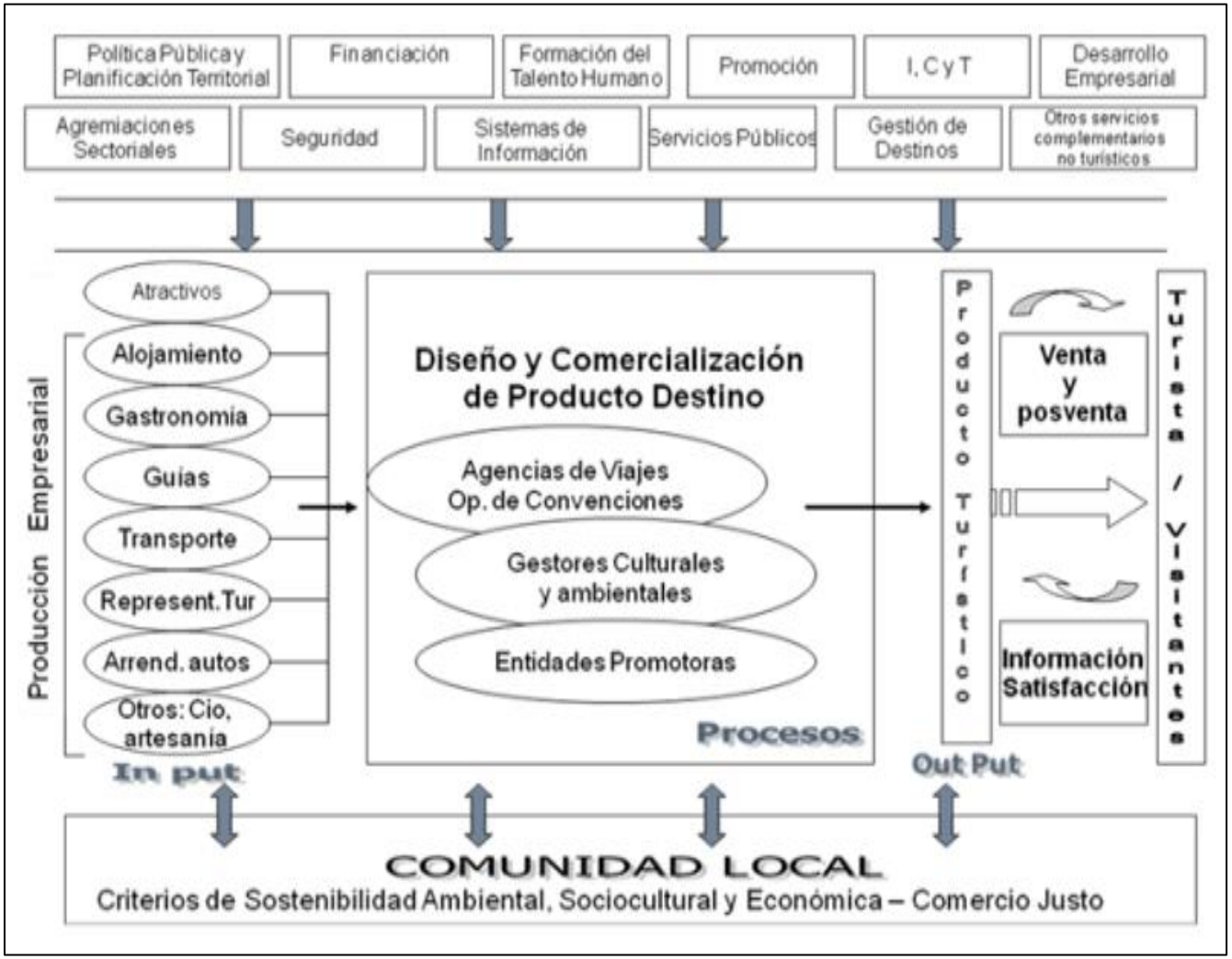
Fuente: Comisión Europea de Turismo y Organización Mundial de Turismo (2013)
Manual de desarrollo de productos turísticos, OMT, Madrid

La visión sectorial en un esquema de Cadena de Valor del Turismo, muestra los eslabones principales a partir de los cuales se desglosan las actividades que se desarrollan en el sector, diferenciando las que tienen una vinculación directa con la generación de valor, de las que sirven como sostén para las actividades primarias. Así mismo, contempla los distintos agentes y factores trasversales existentes en el territorio, reflejando las interdependencias que se presentan a lo largo de la cadena.

Adicionalmente, la Organización Mundial del Turismo definió la cadena de valor (2019) como una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos, constituyen las principales actividades primarias de la cadena de valor del turismo. Entre las actividades de apoyo se incluyen el transporte y la infraestructura, el desarrollo de recursos humanos, el desarrollo de tecnologías y sistemas y otros bienes y servicios complementarios que pueden no estar relacionados con la esencia del negocio turístico, pero repercuten de manera importante en el valor del turismo.

A nivel nacional, la Universidad Externado de Colombia a través de la publicación Tiempo Libre y Turismo - Cadena de Valor en Turismo (2011) propone una metodología para la conformación y consolidación de la Cadena de Valor, además de algunos indicadores para su seguimiento. Así mismo, aporta a la reflexión sobre la importancia de la aplicación de los principios de la Cadena de Valor para el fortalecimiento de las empresas del sector turístico y el aumento de la competitividad de los destinos.

Ilustración 27 Propuesta Cadena Valor Turismo – Universidad Externado de Colombia 2011



Fuente: La cadena de valor en turismo" de Duque Rosa Isabel, Riveros P, Rafael; Vélez Rivas, Marta Lucía. 2011. Universidad Externado de Colombia

Como se puede ver en la ilustración 23, el planteamiento metodológico para la conformación de la cadena de valor, se identifican tres grandes niveles. En primer término, se observan las acciones de apoyo referentes a las políticas públicas y planificación territorial, financiación, promoción, investigación, factores de apoyo en el destino, infraestructura e investigación, entre otras. En el segundo nivel, graficado en el centro de la imagen, aparece el estado de la estructura productiva cuyas etapas se articulan a partir de los insumos, input, para continuar con los procesos de transformación, diseño y comercialización. Se finaliza con el producto terminado, output, que tendrá que ser sometido al proceso de realimentación, mediante la medición de la satisfacción del consumidor. La articulación de los eslabones de la cadena de valor y posterior evaluación y seguimiento ponen de manifiesto la dinámica del proceso.

El nivel de soporte referido a la comunidad local conforma la identidad del destino y es la receptora de los efectos que genera el turismo que busca promover mejoras en las condiciones económicas y sociales de una comunidad a partir de su territorio, población, recursos y requerimientos. En este sentido, se usa una analogía, al afirmar que la comunidad local constituye los cimientos del territorio a planificar donde tendrá origen la producción turística.

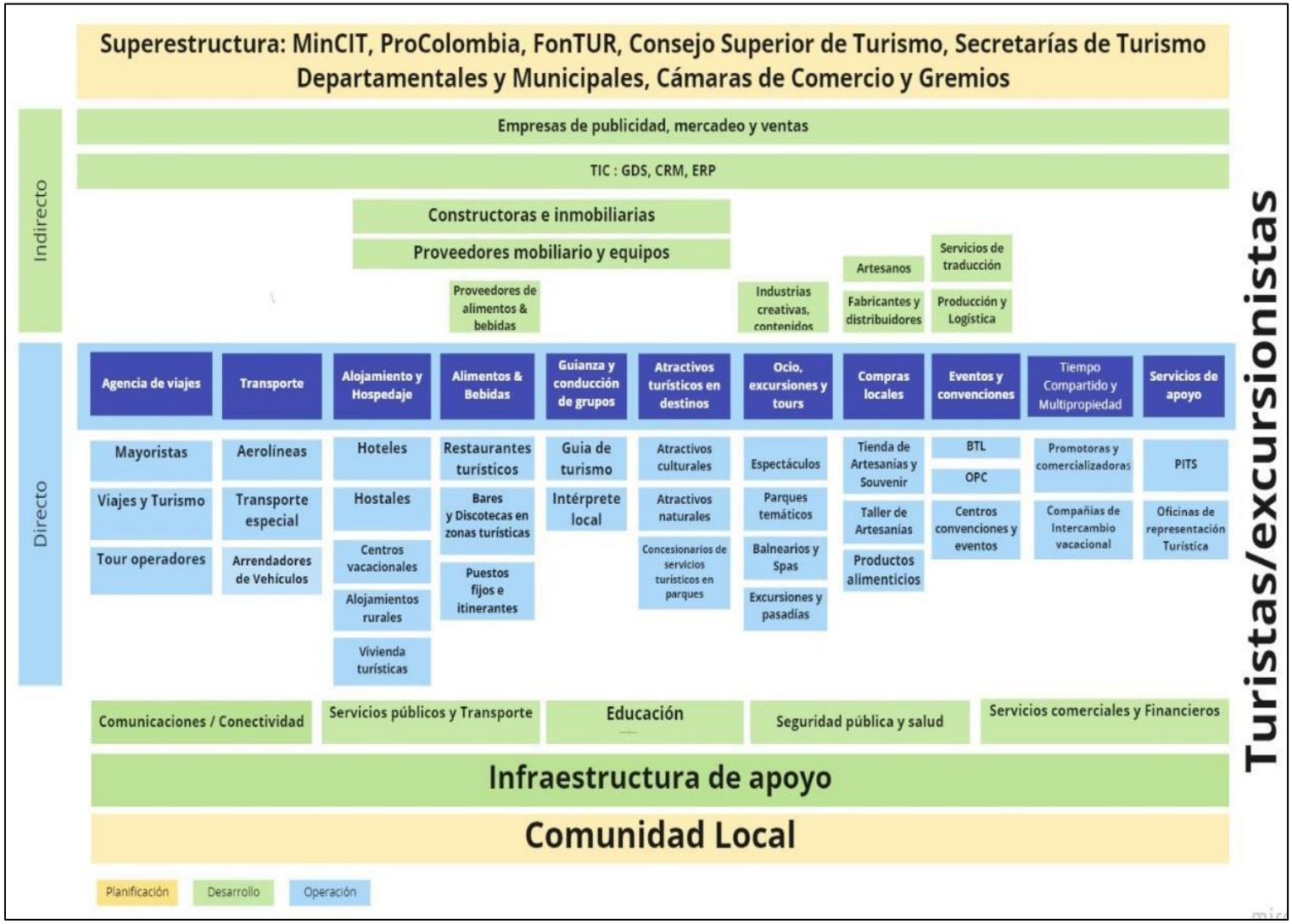
El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo definió (2011), cadena de valor del turismo como una forma de organización del sector turístico que integra a los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista, desde la planificación de su viaje, la permanencia en el destino turístico, hasta el regreso a su lugar de residencia.

3.2. Cadena de valor para ejercicio de validación

El diseño de la cadena de valor propuesto a continuación contempló los dos modelos referenciados, las definiciones de Cadena de Valor del Turismo, referentes internacionales adaptados para Colombia como son la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU adaptada para Colombia) que clasifica las actividades económicas, la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones

(CIUO adaptada para Colombia), los mapas de procesos de las empresas y su estructura organizacional contempladas en este documento, además de la visión de los expertos consultores del equipo PNUD.

Ilustración 28 Cadena de valor del Turismo para ejercicio de validación



Fuente: Elaboración Equipo Técnico PNUD

El diseño de la cadena de valor para el sector turismo en Colombia, se convierte en uno de los puntos de partida que permite visualizar los perfiles ocupacionales requeridos para cualificar el recurso humano. Dada la importancia de este insumo en el proceso de diseño de las cualificaciones, la cadena de valor propuesta fue puesta a consideración en un espacio de verificación con actores clave del sector.

Para desarrollar lo anterior, se invitó a los diferentes actores a participar en un taller de validación con el fin de recoger los diferentes puntos de vista sobre la propuesta de Cadena de Valor y obtener una visión integral de las dinámicas laborares en el sector.

La sesión se llevó a cabo con la siguiente metodología:

1. Introducción Marco Nacional de Cualificaciones
2. Presentación de los participantes
3. Socialización de la Cadena de Valor
4. Explicación de la metodología de trabajo -Selección kit de validación herramienta MIRO
5. Validación de los eslabones de la cadena de valor
6. Validación de las actividades de la cadena
7. Validación de los demás actores de la cadena
8. Agradecimientos y cierre

El taller contó con la participación de representantes de:

Sector público: Viceministerio de Turismo, ProColombia, Instituto Distrital de Turismo y Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA.

Gremios: Asociación Hotelera y Turística de Colombia, Asociación Colombiana del Transporte Terrestre Automotor Especial.

Academia: Fundación Universitaria Cafam y Fundación Universitaria Los Libertadores.

Consultores: Consultoría Turística.

Los comentarios y aportes recibidos se registraron en la herramienta MIRO: https://miro.com/app/board/o9J_lfJ2vqA=/ y se resumen en el siguiente cuadro:

Tabla 24 Resumen de aportes en la construcción de la cadena de valor

Superestructura	Relacionar todas las entidades públicas y privadas del orden nacional y territorial que tengan relación con el sector turismo tomando como referencia el documento: Pacto por el crecimiento y para la generación de empleo del sector turismo 2019
Eslabones principales	Mantener los 8 eslabones principales igual que en el modelo propuesto por la Organización Mundial del Turismo

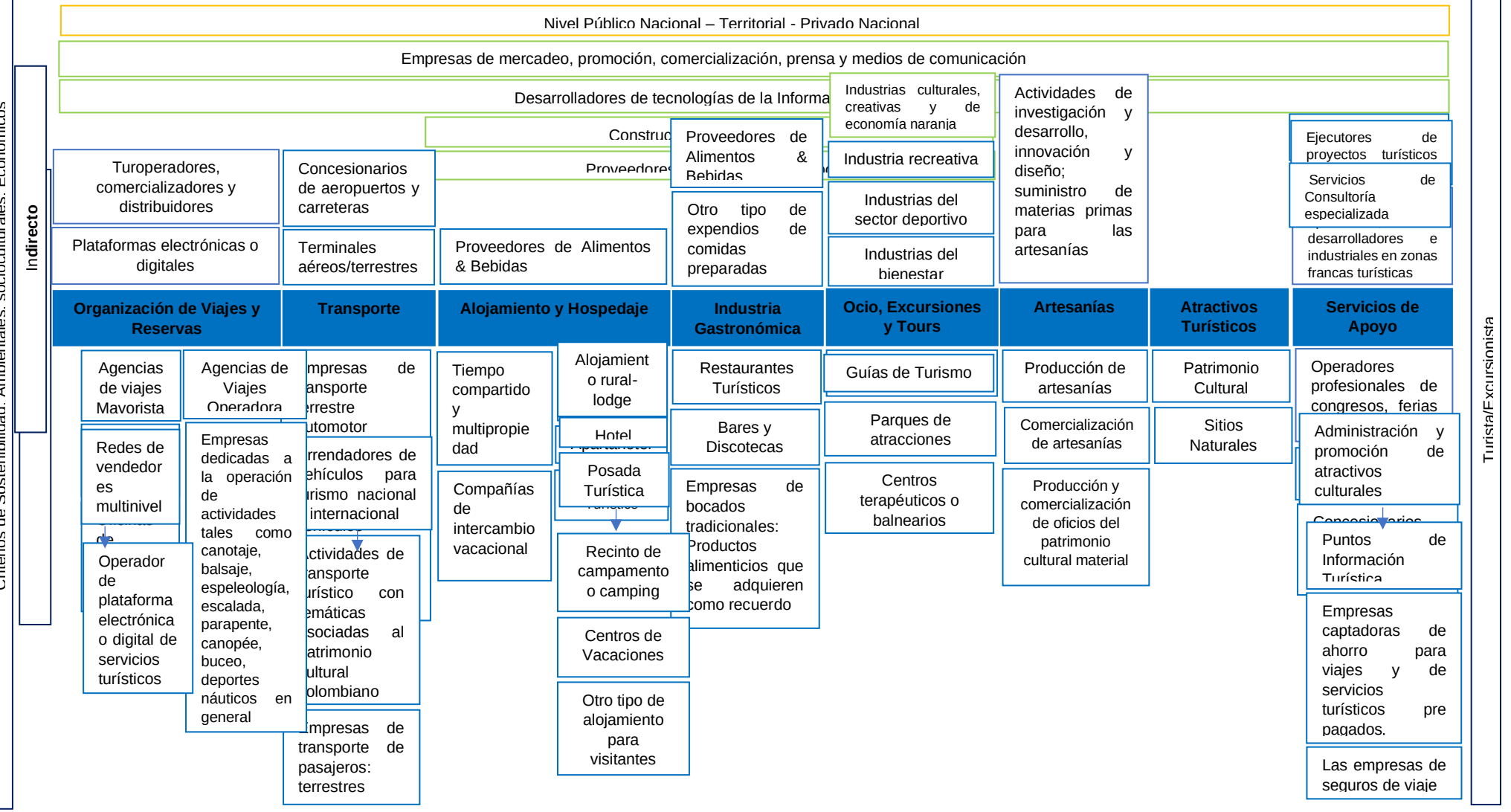
	Incluir los 14 Prestadores de Servicios Turísticos de conformidad con la normatividad vigente
	Incluir los 24 Aportantes de la contribución parafiscal de conformidad con la normatividad vigente
	Incluir de manera indirecta trasversal en todos los eslabones: prensa y medios de comunicación
	Incluir de manera indirecta trasversal en todos los eslabones: desarrolladores de tecnologías de la Información y Comunicaciones, sin nombrar ningún software o aplicativo
Agencia de Viajes	Cambiar el nombre a Organización de Viajes y Reservas Incluir plataformas electrónicas digitales o de intermediación turística
Transporte	Incluir aerotaxis; transporte marítimo y fluvial; transporte férreo y actividades de transporte turístico con temáticas asociadas al patrimonio cultural colombiano que se presten exclusivamente en chiva, navegación de ribera tradicional, jeepaos, carrozas o cabalgatas, entre otros afines, que no incluyan ningún tipo de transporte moderno motorizado de conformidad con el Decreto 286 de 2020
Alojamiento y Hospedaje	Incluir glamping y ecolodge; nombrar las categorías de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de conformidad con en la Norma Técnica Sectorial NTSH 006
Alimentos y Bebidas	Cambiar el nombre a Industria Gastronómica Incluir food trucks; empresas de bocados tradicionales: Productos alimenticios que se adquieren como recuerdo tomando como referencia el documento: https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/handle/001/2976
Ocio, excursiones y tours	Incluir anfitrión turístico local; parques de atracciones
	Incluir industrias del bienestar; industrias del sector deportivo de conformidad con el artículo 33 de la Ley 300 de 1996
Compras locales	Cambiar el nombre a Artesanías Incluir producción y comercialización de artesanías colombianas y oficios del patrimonio cultural dirigidos a la protección de

	bienes muebles e inmuebles considerados patrimonio cultural material de conformidad con el Decreto 286 de 2020
Atractivos turísticos	Nombrar las categorías de acuerdo con el documento metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos
	Incluir entidades de administración, operación y promoción de atractivos naturales y culturales de conformidad con el Decreto 286 de 2020
Servicios de Apoyo	Incluir cajas de compensación familiar que presten servicios recreativos y turísticos; venues no tradicionales
	Incluir servicios de consultoría especializada en turismo; ejecutores de proyectos turísticos especiales de conformidad con el Decreto 1155 de 2020; usuarios desarrolladores, operadores o industriales en zonas francas turística de conformidad con el Decreto 2106 de 2019.
Infraestructura de apoyo - Educación	Limitar a lo específico del sector: Colegios amigos del turismo y entidades educativas con programas de educación y formación para el turismo en los diferentes niveles
Infraestructura de apoyo - Seguridad pública y salud	Precisar las que apoyan al turismo puntualmente: Policía de turismo, autoridades marítimas
Infraestructura de apoyo	Revisar a la luz de lo incluido en el índice de competitividad de viajes y turismo del Foro Económico Mundial y de la Política de Infraestructura turística del país
Comunidad local	Eliminar ya que no aparece en el modelo propuesto por la Organización Mundial del Turismo

El ejercicio de validación con actores claves del sector permitió tener una aproximación de la integralidad de las actividades que se deben plantear de forma gráfica e incluir en la cadena de valor del turismo. En respuesta a las sugerencias recibidas, los expertos consultores del equipo PNUD ajustan el esquema de Cadena de Valor basado en el modelo propuesto por la Organización Mundial del Turismo, adaptado a la realidad nacional de conformidad con la normatividad legal vigente en materia turística. Este nuevo diseño fue puesto a consideración de los participantes que asistieron al taller a través de la herramienta miro. Posteriormente, se generó un espacio de concertación y validación con el Viceministerio de Turismo acordando como resultado de estos ejercicios la siguiente Cadena de Valor para el sector turismo https://miro.com/app/board/o9J_lfYOnOU=/

3.3. Diseño de la cadena de valor

Ilustración 29 Cadena de valor del Sector Turismo 2020



Criterios de Sostenibilidad: Ambientales, Socioculturales y Económicos

DIRECTO

Empresas de transporte de pasajeros: aéreo Aerotaxis

Transporte marítimo y fluvial

Transporte férreo

Del origen al Destino

Del origen al Destino

Las empresas de asistencia médica en viaje

Establecimientos de comercio ubicados en terminales de transporte terrestre, aéreo y marítimo

Sociedades portuarias orientadas al turismo o puertos turísticos por concepto de la operación de muelles turísticos

Operadores de muelles turísticos, marinas deportivas y terminales de cruceros

Anfitrión turístico local

Turista/Excursionista

Seguridad Pública y Salud

Infraestructura (Servicios públicos)

Accesibilidad y Conectividad

Educación

Servicios Comerciales y Financieros

Planificación

Desarrollo

Operación

Fuente: Elaboración Equipo Técnico PNUD, 2020

Tabla 25 Participantes validación de la cadena de valor del sector

NIVEL PÚBLICO NACIONAL -TERRITORIAL - PRIVADO NACIONAL
Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Viceministerio de Turismo, ProColombia, Fontur, Superintendencia de Industria y Comercio, Bancoldex, Fiducoldex ,Colombia Productiva, Artesanías de Colombia, Autoridades portuarias, marítimas, de transporte y migratorias, DANE, Superintendencia del Subsidio Familiar, Consejo Superior de Turismo, Consejo Consultivo de la Industria Turística, Consejo Nacional de Seguridad Turística, Comité de Formación y Capacitación Turística, Autoridades Departamentales de Turismo, Autoridades Municipales de Turismo, Regiones Administrativas Especiales de Planeación - RAPE, Mesas Regionales de Turismo MinCIT/ViceTurismo, Comisiones Regionales de Competitividad MinCIT/Confecámaras, Consejos Departamentales de Turismo, Consejos Departamentales de Seguridad Turística, Consejos Distritales o Municipales de Turismo, Comités Locales para la organización de Playas, Anato, Acodres, Asobares, Acoltes, Acolap, Asoeventos, Aifec, Asorenting, Astiempo, Asocolwep, Acovitur, Acotur, Fenalco,Fedec, Confetur, CSAGTC, Asotelca, Actyf, Alaico, Atac, Aditt, Asocajas, Cotelco, Confetur, Bureaus de Convenciones, Cámaras de Comercio
Criterios de Sostenibilidad: Ambientales, Socioculturales y Económicos
Turista/Excursionista

Tabla 26 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de organizaciones de viajes y reservas

INDIRECTO	ESLABÓN	DIRECTO
• Plataformas electrónicas o digitales de promoción, transmisión o difusión de contenidos turísticos. • Turoperadores, comercializadores y distribuidores de servicios turísticos de Colombia con domicilio en el exterior • Desarrolladores de tecnologías de la Información y Comunicaciones • Empresas de mercadeo, promoción, comercialización, prensa	Organización de Viajes y Reservas	• Agencias de Viajes Mayoristas • Agencias de Viajes y Turismo • Oficinas de Representación Turística • Empresas asociativas de redes de vendedores multinivel de servicios • Operador de plataforma electrónica o digital de servicios turísticos • Agencias de Viajes Operadoras • Las empresas dedicadas a la operación de actividades tales como canotaje, balsaje,

y medios de comunicación		espeleología, escalada, parapente, canopée, buceo, deportes náuticos en general
Criterios de Sostenibilidad: Ambientales, Socioculturales y Económicos		
Turista/Excursionista		

Tabla 27 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de transporte

INDIRECTO	ESLABÓN	DIRECTO
• Terminales aéreas y terrestres • Concesionarios de aeropuertos y carreteras • Desarrolladores de tecnologías de la Información y Comunicaciones • Empresas de mercadeo, promoción, comercialización, prensa y medios de comunicación	Transporte	• Empresas de transporte terrestre automotor especial, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico • Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional • Actividades de transporte turístico con temáticas asociadas al patrimonio cultural colombiano que se presten exclusivamente en chiva, navegación de ribera tradicional, jeepaos, carrozas o cabalgatas, entre otros afines, que no incluyan ningún tipo de transporte moderno motorizado. • Empresas de transporte de pasajeros: terrestres, excepto el transporte urbano y el que opera dentro de áreas metropolitanas o ciudades dormitorio. • Empresas de transporte de pasajeros: aéreas

		cuyas ventas anuales sean superiores a los 500 SMMLV Aerotaxis • Transporte marítimo y fluvial • Transporte férreo
Criterios de Sostenibilidad: Ambientales, Socioculturales y Económicos		
Turista/Excursionista		

Tabla 28 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de alojamiento y hospedaje

INDIRECTO	ESLABÓN	DIRECTO
• Proveedores de Alimentos y Bebidas • Proveedores mobiliario y equipo • Constructoras e inmobiliarias • Desarrolladores de tecnologías de la Información y Comunicaciones • Empresas de mercadeo, promoción, comercialización, prensa y medios de comunicación	Alojamiento y Hospedaje	• Empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad • Compañías de intercambio vacacional • Albergue - refugio – hostal • Apartahotel • Apartamento Turístico • Alojamiento rural- lodge • Hotel • Posada Turística • Recinto de campamento o camping • Centros de Vacaciones • Otro tipo de alojamiento para visitantes
Criterios de Sostenibilidad: Ambientales, Socioculturales y Económicos		
Turista/Excursionista		

Tabla 29 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de industrias gastronómicas

INDIRECTO	ESLABÓN	DIRECTO
• Otros tipos de expendio de comida preparada • Proveedores de Alimentos & Bebidas • Proveedores mobiliario y equipo • Constructoras e inmobiliarias • Desarrolladores de tecnologías de la Información y Comunicaciones • Empresas de mercadeo, promoción, comercialización, prensa y medios de comunicación	Industria Gastronómica	• Restaurantes Turísticos • Bares y Discotecas • Empresas de bocados tradicionales: Productos alimenticios que se adquieren como recuerdo
Criterios de Sostenibilidad: Ambientales, Socioculturales y Económicos		
Turista/Excursionista		

Tabla 30 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de ocio, excursiones y tours

INDIRECTO	ESLABÓN	DIRECTO
• Industrias del bienestar • Industrias del sector deportivo • Industria recreativa • Industrias culturales, creativas y de economía naranja • Proveedores mobiliario y equipo • Constructoras e inmobiliarias • Desarrolladores de tecnologías de la	Ocio, Excursiones y Tours	• Parques temáticos • Parques de atracciones • Centros terapéuticos o balnearios que utilizan con fines terapéuticos aguas, minero-medicinales, tratamientos termales u otros medios físicos naturales cuyas ventas anuales sean superiores a los 500 smlmv

Información y Comunicaciones • Empresas de mercadeo, promoción, comercialización, prensa y medios de comunicación		• Guías de Turismo
Criterios de Sostenibilidad: Ambientales, Socioculturales y Económicos		
Turista/Excursionista		

Tabla 31 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de artesanías

INDIRECTO	ESLABÓN	DIRECTO
• Actividades de investigación y desarrollo, innovación y diseño; suministro de materias primas para las artesanías • Desarrolladores de tecnologías de la Información y Comunicaciones • Empresas de mercadeo, promoción, comercialización, prensa y medios de comunicación	Artesanías	• Producción de artesanías colombianas • Comercialización de artesanías colombianas • Producción y comercialización de oficios del patrimonio cultural colombianos dirigidos a la protección de bienes muebles e inmuebles considerados patrimonio cultural material
Criterios de Sostenibilidad: Ambientales, Socioculturales y Económicos		
Turista/Excursionista		

Tabla 32 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de atractivos turísticos

INDIRECTO	ESLABÓN	DIRECTO
• Desarrolladores de tecnologías de la Información y Comunicaciones • Empresas de mercadeo, promoción, comercialización, prensa y medios de comunicación	Atractivos Turísticos	• Patrimonio Cultural • Sitios Naturales
Criterios de Sostenibilidad: Ambientales, Socioculturales y Económicos		
Turista/Excursionista		

Tabla 33 Actividades directas e indirectas relacionadas con el eslabón de servicios de apoyo

INDIRECTO	ESLABÓN	DIRECTO
• Usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas • Ejecutores de proyectos turísticos especiales • Servicios de consultoría especializada en turismo • Servicios de traducción • Desarrolladores de tecnologías de la Información y Comunicaciones • Empresas de mercadeo, promoción, comercialización, prensa y medios de comunicación	Servicios de Apoyo	• Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones • Centros de convenciones • Concesionarios de servicios turísticos en parques • Industrias dedicadas a actividades de administración y promoción de atractivos culturales que se encuentren incluidos en el inventario que administra el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que tengan declaratoria como bienes de interés cultural o hagan parte de las manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial • Puntos de Información Turística • Empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos pre pagados. • Las empresas de seguros de viaje • Las empresas de asistencia médica en viaje. • Establecimientos de comercio ubicados en terminales de transporte

		terrestre, aéreo y marítimo • Sociedades portuarias orientadas al turismo o puertos turísticos por concepto de la operación de muelles turísticos • Operadores de muelles turísticos, marinas deportivas y terminales de cruceros • Anfitrión turístico local
Criterios de Sostenibilidad: Ambientales, Socioculturales y Económicos		
Turista/Excursionista		

Tabla 34 Infraestructura de apoyo

INFRAESTRUCTURA DE APOYO				
Seguridad Pública y Salud	Infraestructura (Servicios públicos)	Accesibilidad y Conectividad	Educación	Servicios Comerciales y Financieros
Criterios de Sostenibilidad: Ambientales, Socioculturales y Económicos				
Turista/Excursionista				

4. CONCLUSIONES

En las últimas tres décadas el marco legal del sector turismo orientó y reguló la actividad, permitiendo su coordinación entre los distintos niveles de gobierno (nacional, departamental y municipal) y los prestadores de servicios turísticos en los ámbitos laborales, educativos, comerciales, ambientales y de certificación, lo que permitió que en la actualidad el país cuente con una presencia creciente en el mapa turístico mundial y que la industria sea el tercer renglón en la generación de divisas.

Las principales tecnologías que están marcando el paso del turismo en la actualidad y que traerán grandes cambios a corto y mediano plazo son: Big data u Open data, Marketing digital, Realidad aumentada, Realidad virtual, Internet de las cosas, Inteligencia Artificial, Blockchain y El 5G.

Dentro de las principales tendencias en el sector se identificaron: viajar «para cambiar», «para enseñar», búsqueda de una vida sana, crecimiento de la economía “de acceso”, viajes en solitario o multigeneracionales, mayor conciencia de la sostenibilidad, incremento de los viajes de las generaciones Millennials y Centennials, búsqueda de experiencias auténticas y diferentes, viaje como herramienta de desarrollo personal, nuevas empresas: basadas en el desarrollo de soluciones a través de la aplicación de nuevas tecnologías al sector, nuevos perfiles de clientes y conjugación ocio y negocio.

En la delimitación y verificación del área de cualificación se consideraron las actividades de las industrias turísticas, entendidas como aquellas que producen típicamente productos y servicios característicos del turismo y que por su naturaleza son específicas del sector, excluyendo aquellas actividades transversales que aunque se integran en la cadena de valor del turismo hacen parte de las áreas de cualificación de otros sectores.

De acuerdo con esto, se seleccionaron 7 actividades asociadas con los procesos de servicios de alojamiento, servicios de alimentos y bebidas, servicios de catering para eventos y otros servicios de expendio de alimentos, servicio de expendio de bebidas alcohólicas, bares y similares, actividades de alquiler y arrendamiento, actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas, organización de convenciones y eventos comerciales, actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales, y actividades deportivas y actividades recreativas y de esparcimiento.

Las cualificaciones del sector turismo se presentaron en tres niveles organizacionales de jerarquía, en el nivel estratégico se identificaron 5 códigos con ocupaciones relacionadas como vicepresidente, gerente, administrador, en el nivel de supervisión 4 ocupaciones con funciones de coordinador, gestor, organizador, chef y jefe y en el nivel operativo 11 ocupaciones de auxiliar, recepcionista, cocinero, mesero, camarero, maitre, capitán de servicio, sommelier, hostess y barman.

La cadena de valor se diseñó a partir de una construcción colectiva con los actores claves del sector, por lo tanto recoge la integralidad de estas visiones, así como de las actividades que generan valor en la industria. Además, se constituye en uno de los puntos de partida

que permitirá visualizar las dinámicas laborares y los perfiles ocupacionales requeridos para cualificar el recurso humano.

Referencias

ACODRES. (09 de 2020). *Informe del Sector Gastronomico Colombia*. Obtenido de https://www.acodres.com.co/home/intervencion-acodres-en-presidencia-de-la-republica/

Andalucía Lab Centro de Innovación Turística. (s.f.). *2020.* Andalucía, España. Obtenido de https://www.andalucialab.org/blog/beneficios-del-internet-of-things-aplicado-al-turismo/

BOOKING.COM. (enero de 2019). *8 Tendencias del Turismo para 2019.* Obtenido de https://www.reportelobby.com/2018/10/-tendencias-turismo-2019-reporte-lobby.html

Brain Sing. (2020). *Realidad Virtual.* Obtenido de https://www.brainsigns.com/es/science/s2/technologies/virtual-reality

Centro de Informacion Turistica de Colombia-CITUR MINCIT. (2019). *Estadísticas Nacionales - RNT.* BOGOTA: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

CIECAS, & Torres Hernandez, Z. (2014). *Teoría general de la Administración.* Recuperado el 1 de Noviembre de 2020, de https://editorialpatria.com.mx/pdffiles/9786074386196.pdf. https://editorialpatria.com.mx/pdffiles/9786074386196.pdf

Colombia Productiva. (2019). *Plan de Negocios del sector Químicos.*

Confecámaras Red de Cámaras de Comecio. (2020). *Dinámica de la Creación de Empresas en Colombia.* Bogotá: Confecámaras Red de Cámaras de Comecio.

CONFECAMARAS RED DE CAMARAS DE COMERCIO . (Julio – septiembre de 2020). *Dinamica De Creacion Empresas En Colombia.* BOGOTA: CONFECAMARAS RED DE CAMARAS DE COMERCIO .

Confecamaras Red de Camaras de comercio. (Julio – septiembre de 2020). *Dinamica De Creacion De Empresas En Colombia.* BOGOTA: Confecamaras Red de Camaras de comercio.

CONFECAMARAS RED DE CAMARAS DE COMERCIO. (Julio – septiembre de 2020). *DINÁMICA DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN COLOMBIA.* BOGOTA: CONFECAMARAS RED DE CAMARAS DE COMERCIO.

Confecamaras Red de las Camaras de Comercio de Colombia. (12 de 2020). *Dinámica de Creación de Empresas en Colombia.* Bogotá. Obtenido de

https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2019/Cuadernos_Analisis_Economicos/Din%C3%A1mica%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Empresas%20_%20Ene-Dic%202019%20_21012020.pdf

Congreso de la República. (1990). *Ley 32 de 1990.* Bogota. Obtenido de http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1588950

Corporación Biointropic. (2018). *Estudio sobre bioeconomía, como fuente de nuevas industrias basadas en el capital natural de Colombia Fase II.* Medellín.

COTELCO. (06 de 02 de 2020). *Noticias Ocupacion hotelera.* Obtenido de https://www.cotelco.org/noticias/ocupacion2019

D. (2020). *Muestra Trimestral Agencias de Viajes.* Obtenido de https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/muestra-trimestral-de-agencias-de-viajes-mtav

DANE. (2015). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU AC-04*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2020.pdf

DANE. (2017). *Metodología General Cuenta Satélite de Turismo. Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales.*

DANE. (20 de Mayo de 2020). *Boletín Técnico. Cuenta Satélite de Turismo. 2018 provisional y 2019 preliminar.* Obtenido de DANE: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/turismo/Bol_tec_CST_2018prv-2019pre.pdf

DANE. (2020). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. Revisión 4 Adaptada para Colombia CIIU Rev. 4 A.C. (2020) - DANE, Información para todos.*

DANE. (07 de 2020). *EMA - DANE.* Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ema/boletin-EMA-noviembre-2020.pdf

DANE. (2020). *Muestra Trimestral Agencias de Viajes.* Obtenido de https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/muestra-trimestral-de-agencias-de-viajes-mtav

DANE. (2020). *Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.*

DANE. (2020). *Submesa del empleo en el turismo. Informe Técnico. Julio de 2020.* https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/turismo/Informe_tec_CST_empleo_jul_2020.pdf.

Deloitte, 2. (s.f.). The evolution of Work. New realities facing today´s leaders. *2018*.

Departamento Administrativo Nacional de Estadistica - DANE . (2020). *Muestra Trimestral Agencias de Viajes MTA.* Obtenido de https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/muestra-trimestral-de-agencias-de-viajes-mtav

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2015). *Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones Adaptada para Colombia - CIUO A.C.*

Departamento Nacional de Planeación - DPN & Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Proexport. (2010). *Conpes 3640: Política para el Desarrollo del Turismo de Convenciones y Congresos.* Bogotá. Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3640.pdf

Departamento Nacional de Planeación - DPN. (2018). *CONPES 3918 de 2018: Estrategia para la implementación de los ODS en Colombia.* Bogotá. Obtenido de https://assets.ctfassets.net/27p7ivvbl4bs/c15L6fPoswiGYUy64Uy4k/d2d1c2b218757846743c6eb335d5b380/CONPES_3918_Anexos.pdf

Departamento Nacional de Planeación - DPN, M. d. (2016). *CONPES 3866: Política Nacional de Desarrollo Productivo.* Bogotá. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/minindustria/temas-de-interes/politica-de-desarrollo-productivo/documento-conpes-3866.aspx

Departamento Nacional de Planeación & Ministerio de Desarrollo Económico. (2001). *Conpes 3110: Politicas para el desarrollo del Turismo Naútico.* Bogotá. Obtenido de http://asonauticacolombia.com/wp-content/uploads/2015/09/CONPES-3110-de-20011.pdf

Departamento Nacional de Planeación, et al. (2019). *Documento Conpes 3956: Política de Formalización Empresarial.* Bogotá. Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3956.pdf

Departamento Nacional de Planeación, Unidad Administrativa Especial del Sistema de PNN & Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Ambiente. (2004). *Conpes 3296: Lineamientos para la prestación de servicios ecoturísticos en PNN.* Bogotá. Obtenido de https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/11/CONPES-3296-ECOTURISMO-PARQUES.pdf

Dialnet. (2017). La festividad del Señor del Terremoto en Patate (Ecuador). *Methaodos, revista de ciencias sociales*, Vol. 5, 142-154. Recuperado el 24 de 10 de 2018

Digital y Revista APD. (2020). *Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en el Turismo.* Obtenido de https://www.apd.es/inteligencia-artificial-turismo-aplicaciones/

Entorno Turístico. (2020). *Siete Estrategías de marketing digital post Covid-19 para turismo.* Obtenido de https://www.entornoturistico.com/7-estrategias-de-marketing-digital-post-covid-19-para-turismo/

Epler Wood, M. (2017). *Sustainable Tourism on a Finite Planet.* Oxon, UK: Routledge.

Epler Wood, M., Fotiadou, S., Jarrar, Z. & Daouda M. (2019). *Tourism and Environmental Health in a Changing Climate Report.* Tunisia: Cambridge, MA: Harvard International Sustainable Tourism. Obtenido de Retrieved from https://scholar.harvard.edu/sustainabletourism

Epler Wood, M., Fotiadou, S., Jarrar, Z. & Daouda M. (2019). *Tourism and Environmental Health in a Changing Climate Report.* Cambridge, MA: Harvard International Sustainable Tourism Initiative. Obtenido de https://scholar.harvard.edu/sustainabletourism

Epler Wood, M., Milstein, M. and Ahamed-Broadhurst, K. (2019). *Destinations at Risk: The Invisible Burden of Tourism.* Washington, DC.: The Travel Foundation.

FONTUR. (2007). *Que es una norma*. Obtenido de https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2003/NTSH001.pd

Foro Economico Mundial. (2019). *Informe de Competitividad Mundial Viajes y Turismo.* Foro Económico Mundial. Obtenido de https://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/#economy=COL

García, M., Piñeros, A.; Bernal, F. y Ardila, E. (2012). *Variabilidad climática, cambio climático y el recurso hídrico en Colombia* (Vol. 36). Revista de Ingeniería.

Gössling, S. and Peeters, P. (2015). *Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050* (5 ed., Vol. 23). Journal of Sustainable Tourism.

GQSP COLOMBIA. (2020). *Sector químico con enfoque en laboratorios de ensayo, diagnóstico de servicios de infraestructura de la calidad colombiana.*

Grupo Garatu IT Solution. (2018). *Realidad Virtual (VR) y Realidad Aumentada (AR) en las empresas.* Obtenido de https://grupogaratu.com/realidad-virtual-vr-realidad-aumentada-ar-las-empresas-industria-4-0/

Hosteltur. (22 de Diciembre de 2020). *El futuro del turismo: tendencias y restos para 2021.* Obtenido de https://www.hosteltur.com/.

ICONTEC. (s.f.). *icontec.org*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2020, de https://www.icontec.org/eval_conformidad/certificacion-sello-ambiental-colombiano-2/

Iglesias, C. (2005). El liderazgo de la Administración pública en la gestión integral de la calidad en destinos turísticos: Herramienta para la competitividad y el desarrollo sostenible. *VII Jornadas Nacionales y Primer Simposio Internacional de Investigación-Acción en Turismo*.

Jogaratnam, G. (2017). *The effect of market orientation, entrepreneurial orientation and human capital on positional advantage: Evidence from the restaurant industry.* International Journal of Hospitality Management. doi:DOI: 10.1016/j.ijhm.2016.10.002

Lavín, J. M., Martínez Bonilla, C., Medina Guerra, F. N., & Viteri Torres, W. F. (2017). *Diferencias entre el perfil del turista cultural y el turista religioso.* Recuperado el 25 de 10 de 2018

Lee, C., Hallak, R., & Sardeshmukh, S. R. (2016b). *Innovation, entrepreneurship, and restaurant performance: A higher-order structural model. Tourism Management.* doi:DOI: 10.1016/j.tourman.2015.09.017

MEN. (20 de 09 de 2020). *Colombia Aprende*. Obtenido de Marco Nacional de Cualificaciones: http://aprende.colombiaaprende.edu.co/es/mnc

Michael L. Kasavana, M., & Richard, M. B. (2009). *Direccion de las Operaciones en Recepción.* (A. G. Bedout, Ed.) American Hotel Association Lodging.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2009). *Política de Competitividad Turística: Desafío para alcanzar un turismo de clase mundial.* Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MinCIT. (2018). *Colombia Productiva*. Obtenido de https://www.colombiaproductiva.com/

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Artesanias de Colombia. (2009). *Política de Turismo y Artesanías: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano.* Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Cultura. (2007). *Política de Turismo Cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio.* Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). *Política para el Desarrollo del Ecoturismo.* Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). *Decreto 4738 de 2008.* Bogotá. Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=75615

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). *Política de Mercadeo y Promoción Turística: Colombia destino turístico de clase mundial.* Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). *Política de Turismo Social: Hacia un turismo accesible e incluyente para todos los colombianos.* Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *Conpes 3700.* Bogotá. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/ministerio/gestion/gestion-ambiental/cambio-climatico

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *Política de Playas Turísticas: lineamientos sectoriales.* Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia.* Bogota. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/programas-de-turismo-comunitario/lineamientos-de-politica-para-el-desarrollo-del-tu/lineamientos-de-politica-para-el-desarrollo-del-turismo-comunitario-en-colombia.pdf.aspx

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Política de Turismo de Naturaleza.* Bogotá. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza.pdf.aspx

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia.* Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Programa de Turismo Responsable ESCNNA.* Bogota. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/programa-de-turismo-responsable-escnna

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Marzo de 2013). *Proexport.* Obtenido de Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza en Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Plan Sectorial de Turismo 2014-2018 "Turismo para la Construcción de la Paz".* Bogotá, Colombia. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/plan-sectorial-de-turismo-turismo-para-la-construc/plan-sectorial-de-turismo-turismo-para-la-construc/turismo-para-la-construccion-de-la-paz.pd

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Política de Calidad Turística.* Bogotá. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-calidad-turistica/politica-de-calidad-turistica/politica-de-calidad-turistica.pdf.aspx

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2017). *Resolución 823 de 2017.* Bogota. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/getattachment/6144437b-afe0-4cba-8dfd-4959700de4fc/Resolucion-823-quot-Por-la-cual-se-determinan-los.aspx

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022: El propósito que nos une.* Bogotá. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (5 de Marzo de 2020). *Crecimiento Industria Comercio, Hoteles y Restaurantes 2019.* Obtenido de https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/inversion-en-hoteles-y-restaurantes-crecio-85-7

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Decreto 1155 de 2020.* Bogotá. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/getattachment/201fc875-30d0-40d4-a1d7-b7517c4791b2/Decreto-1155-del-20-de-agosto-de-2020-por-el-cual.aspx

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Politica Ambiental.* BOGOTA.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Política de Turismo Sostenible.* Bogotá. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Política de Turismo Sostenible.* BOGOTA: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo MinCIT.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Julio 2020). *El turismo en cifras.* Bogota: Precidencia de la republica.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *Normas Técnicas Sectoriales. Calidad y Desarrollo Sostenible. Calidad Turistica.* Bogotá. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Fontur, Inmark. (2016). *Plan Estratégico y de Negocio del Turismo Cultural de Colombia.* Recuperado el 25 de 10 de 2018

Ministerio de Desarrollo Económico. (1993). *Decreto 2269 de 1993.* Bogotá. Obtenido de https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1428683

Ministerio de Educación Nacional. (2017). *Marco Nacional de Cualificaciones.* Bogota.

Ministerio de Salud. (1997). *Decreto 3075 de 1997.* Bogotá. Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%200060%20DE%202002.pdf

Ministerio de Salud. (2002). *Decreto 60 de 2002.* Bogotá. Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%200060%20DE%202002.pdf

Ministerio de Salud y Protección Social. (2012). *Ley 1562 de 2012.* Bogota.

Ministerio de Tranajo y Protección Social. (1994). *Dectreto 1295 de 1994.* Bogotá. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_1295_1994.html

MInisterio del Medio Ambiente. (2018). *Conpes de Crecimiento Verde.* Obtenido de https://www.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/4005-con-inversiones-por-2-3-billones-se-aprueba-conpes-de-crecimiento-verde

Ministrio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Política Programa de Transformación Productiva (PTP).* Obtenido de https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-sectorial/programa-transformacion-productiva-regional

OMT. (2019). *Panorama del turismo internacional. Edición 2019.*

OMT. (2020). *Barómetro 2019. Infografía 2019. Resultados del turismo. Otro año de crecimiento.* Obtenido de OMT: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/Infografia-ES.pdf

OMT. (27 de Octubre de 2020). Comunicado de Prensa. El turismo internacional cae un 70%.

Organización Mundial de Turismo & CEGOS. (2020). *El Futuro del Trabajo en el Turismo y Desarrollo de Competencias.* España: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421404.

Organización Mundial de Turismo & UNEP. (2012). *Tourism in the Green Economy – Background Report.* Madrid, España. Obtenido de https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284414529

Organización Mundial de Turismo -OMT. (2017). *Tourims Sustainable Developrment in Least Developed Countries.* Geneva. Obtenido de https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418848

Organización Mundial del Turismo - OMT & EU. (2013). *EU Guidebook on Sustainnable Tourims for Development.* Brussels. Obtenido de https://www.unwto.org/es/EU-guidebook-on-sustainable-tourism-for-development

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Notas metodológicas de la base de datos de estadísticas del turismo, edición 2020.* Madrid: OMT, DOI : https://doi.org/10.18111/9789284421473.

Organización Mundial del Turismo. (2020). *Barómetro OMT del Turismo Mundial, mayo 2020 – Con especial enfoque en el impacto de la COVID-19.* Obtenido de https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421954

Organización Mundial del Turismo. (2020). *Directrices globales de la OMT para reiniciar el turismo.* Madrid.

Organización Mundial del Turismo -OMT & ITC & EIF. (2017). *Tourism for SustainableDevelopment in LeastDeveloped Countries.* Obtenido de https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418848

Organizacion Mundial del Turismo -OMT & Programas de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente _PNUMA. (2007). *Guía para responsables políticos: Por un turismo más sostenible.* Obtenido de https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284411894

Organización Mundial del Turismo -OMT. (2015). *Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos - Conceptos, implementación y herramientas para autoridades, instituciones y gestores de destinos.* España. doi:978-92-844-1684-4

Ostelea Tourism Management School. (2020). *Big Data en el Sector Turístico: oportunidades profesionales.* España. Obtenido de https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/big-data-en-el-sector-turistico-oportunidades-profesionales

Presidencia de la Republica. (2020). *Ley 2068 de 2020.* Bogota, Colombia. Recuperado el 04 de Enero de 2021, de https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202068%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf

Procolombia. (12 de 09 de 2018). *Lo que buscan los viajeros extranjeros en un destino de naturaleza.* Recuperado el 24 de 10 de 2018, de http://prensa.procolombia.co/noticias/lo-que-buscan-los-viajeros-extranjeros-en-un-destino-de-naturaleza

Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente - PNUMA. (2017). *Informe Anual del PNUMA.*

Real Academia Española. (1997). *Programa de Gobierno*. Obtenido de https://dpej.rae.es/lema/programa-pol%C3%ADtico-del-gobierno

Real Academia Española. (s.f.). *Definicion de decreto*. Obtenido de https://dle.rae.es/decreto?m=form

Real Academia Española. (s.f.). *Definicion de Ley*. Obtenido de https://dle.rae.es/ley?m=form

Real Academia Española. (s.f.). *Definición de resolución*. Obtenido de https://dle.rae.es/resoluci%C3%B3n

Robins, S. (2005). *Administración.* Pearson Educación.

Saldaña, M. (2013). *Estructura y Aministración de Agencias de Viajes.* Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

Scheel, A. (1986). *Control de Alimentos y Bebidas.* Bogota: Universidad Externado de Colombia.

Torres, Jaime & Procuraduría General de la Nación. (2013). *Introducción a las Politicas Publicas.* IEMP Ediciones. Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/admon/files/empresas/ZW1wcmVzYV83Ng==/imgproductos/1450056996_ce38e6d218235ac89d6c8a14907a5a9c.pdf

Turismo-OMT, O. M. (2015). *Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos - Conceptos, implementación y herramientas para autoridades, instituciones y gestores de destinos.* doi:eISBN: 978-92-844-1684-4

universidad eafit · medellín - colombia · ENERO - JUNIO 2018 · ISSN 1692-0279 · e-ISSN: 2256-4322ALEJANDRO DELGADO CRUZ ELVA ESTHER VARGAS MARTÍNEZFEDERICO RODRÍGUEZ TORRESJUAN MANUEL MONTES HINCAPIÉ.JEL. (AD-minister Nº. 32 enero-junio 2018 pp. 5 - 28 · ISSN 1692-0279 · eISSN 2256-4322). ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, CAPITAL HUMANO Y REDES DE COLABORACIÓN: DETERMINANTES DE LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN RESTAURANTESORGANIZATIONAL STRUCTURE, HUMAN CAPITAL AND COLLABORATION NETWORKS: DETERMINANTS OF INNOVATION CAPABILITY IN RESTAURANTS. *AD-MINISTER*, 6-18.

Universidad Nacional de Colombia. (2012). *Fundamentos de procesos químicos.* Obtenido de http://bdigital.unal.edu.co/51518/7/9789587610321.pdf

UNWTO. (28 de mayo de 2020). *Global Guidelines to Restart Tourism.* Obtenido de www.unwto.org: https://www.unwto.org/news/unwto-launches-global-guidelines-to-reopen-tourism

UNWTO. (2020). *Investment Guidelines.* https://www.unwto.org/investment/unwto-investment-guidelines-SA1.

Vidal, V. (2019). *Turismo y tecnología: ¿cómo la tecnología revoluciona el sector turístico?* Obtenido de https://www.wearemarketing.com/es/blog/turismo-y-tecnologia-como-la-tecnologia-revoluciona-el-sector-turistico.html

Vidal, V. (2020). *Blockchain y turismo:¿qué podemos esperar?* Obtenido de https://www.wearemarketing.com/es/blog/blockchain-y-turismo-que-podemos-esperar.html

Wilsey, C., B. Bateman, L. Taylor, J. X. Wu, G. LeBaron, R. Shepherd, C. Koseff, S. Friedman, R. Stone. (2019). *Supervivencia Dependiente de unos Grados: 389 especies en riesgos de extinsion.* Neuva York: National Audubon Society. Obtenido de https://www.audubon.org/sites/default/files/climatereport-2019-spanish-lowres.pdf