



TURISMO

PALOMA VALENCIA PRESIDENTE 2026 – 2030

PLAN DE GOBIERNO

PALOMA

— 2026 —

LAS GRANDES PROPUESTAS PARA EL PLAN TURISMO

Documento para Estudio · Campaña de Paloma Valencia · Presidencia 2026–2030

LAS GRANDES PROPUESTAS PARA EL PLAN TURISMO 12M

BLOQUE 1

CONECTIVIDAD Y ACCESO

PROPUESTA 1

Expansión estructural de la conectividad aérea internacional y regional

Colombia adoptará una política activa y sostenida de expansión de la conectividad aérea como eje central del crecimiento turístico. Esto implica aumentar de manera significativa el número de frecuencias internacionales, abrir nuevas rutas —especialmente de largo alcance—, atraer nuevas aerolíneas, y habilitar aeropuertos regionales para recibir vuelos internacionales directos.

La política incluirá instrumentos concretos como esquemas de incentivos a aerolíneas, acuerdos de cielos abiertos, reducción temporal de tasas aeroportuarias en rutas estratégicas y una coordinación directa entre promoción internacional y apertura de rutas.

El objetivo es pasar de un sistema concentrado en pocos puntos de entrada a una red de acceso distribuida que permita que el turismo crezca en todo el territorio, y no solo en Bogotá, Cartagena y Medellín.

Integra las siguientes propuestas originales: (10)

(COTELCO 194) Desarrollar una estrategia nacional de conectividad aérea regional que integre destinos secundarios al circuito turístico.

(Paloma Valencia 120) Incrementar de manera sostenida las frecuencias aéreas hacia y desde Colombia.

(MEDEX 270) Fortalecer la conectividad aérea regional como política prioritaria del sector.

(MEDEX 271) Aumentar las frecuencias aéreas hacia destinos turísticos estratégicos.

(MEDEX 272) Internacionalizar aeropuertos regionales para recibir vuelos internacionales directos.

(Juan Carlos Pinzón 102) Integrar la conectividad aérea con la diplomacia turística para abrir mercados.

(Juan Carlos Pinzón 103) Consolidar la conectividad como prioridad estructural del turismo.

(Vicky Dávila 32) Diseñar un plan nacional de rutas aéreas para conectar mejor los destinos del país.

(Rafael Nieto 66) Implementar una política de cielos abiertos para facilitar el ingreso de aerolíneas.

(FEDEC 225) Mejorar la conectividad aérea regional para facilitar acceso a destinos emergentes.

(ACOTUR 147) Crear incentivos y subsidios competitivos para aerolíneas que desplieguen rutas regulares a destinos apartados, con concursos transparentes y condicionalidad por desempeño.

(ODINSA 262) Instalar una instancia de coordinación de alto nivel entre Nación, Aerocivil, Migración Colombia y DIAN para gestionar El Dorado como activo estratégico de competitividad turística, con acciones inmediatas sobre capacidad, entorno y facilitación del viajero.

(Rafael Nieto 80) Se propone adoptar una política de cielos abiertos que facilite la entrada de nuevas aerolíneas, aumente la competencia, mejore la conectividad internacional y contribuya a reducir los costos de acceso al país.

(ACOTUR 164) Crear un mecanismo de incentivos y subsidios competitivos —mediante concursos transparentes con condicionalidad por desempeño— para que aerolíneas desplieguen rutas regulares a destinos con baja oferta aérea. El esquema debe promover múltiples operadores y condicionar el incentivo al cumplimiento de frecuencias y tarifas. El objetivo es reducir el costo de acceso a la Amazonía, la Orinoquía y las costas emergentes, cuyo potencial turístico permanece bloqueado por inaccesibilidad aérea.

Metas verificables al 2030:

- Política Nacional de Cielos Abiertos formulada y adoptada mediante decreto antes de finalizar el primer año de gobierno, con al menos ocho acuerdos bilaterales nuevos de acceso aéreo negociados antes de 2029.
- 850 frecuencias internacionales semanales adicionales distribuidas entre los principales aeropuertos del país —meta necesaria para sustentar la llegada de 12 millones de visitantes—, con seguimiento trimestral de Aerocivil y reporte público.

- Al menos tres aeropuertos distintos de El Dorado habilitados para operar vuelos internacionales directos de largo alcance antes de 2030: Medellín, Cartagena y un tercer nodo a definir según demanda demostrada.
- Mecanismo de incentivos a aerolíneas en destinos con baja oferta aérea creado y operando antes de finalizar 2027, con al menos cinco rutas nuevas a destinos emergentes adjudicadas mediante concurso transparente antes de 2029.
- Instancia de coordinación Nación–Aerocivil–Migración–DIAN para la gestión estratégica de El Dorado instalada y con agenda pública de resultados antes de los primeros 100 días de gobierno.

PROPUESTA 2

Facilitación de entrada al país y eliminación de barreras al visitante

Colombia simplificará de manera decidida los procesos de entrada al país para turistas internacionales. Esto incluye la modernización de los sistemas migratorios y aduaneros, la reducción de tiempos de ingreso, la digitalización de trámites y la revisión de requisitos de visado para mercados estratégicos.

El país debe pasar de un sistema que frena la llegada de visitantes a uno que la facilita activamente, eliminando fricciones innecesarias y haciendo que la experiencia comience positivamente desde el punto de entrada.

Integra: (3)

(MEDEX 273) Revisar requisitos de visado para facilitar el ingreso de turistas internacionales.

(Mauricio Cárdenas 2) Modernizar procesos migratorios y aduaneros para reducir tiempos y barreras de entrada.

(Paloma Valencia 110) Flexibilizar visados para mercados emisores estratégicos.

PROPUESTA 3

Sistema nacional de conectividad turística (integración aire–tierra)

El desarrollo de la conectividad aérea será complementado con una estrategia de conectividad turística integral que no se limite al ingreso al país, sino que garantice que el visitante pueda desplazarse de manera eficiente, segura y competitiva entre regiones, ciudades y destinos con potencial turístico. Colombia no necesita solamente más vuelos: necesita una red real de acceso a sus destinos.

Muchos territorios con alto potencial turístico siguen dependiendo de trayectos largos, fragmentados o poco previsibles, con conexiones débiles entre aeropuertos, terminales terrestres, corredores regionales, transporte fluvial y conectividad digital. Esa desconexión reduce la competitividad de los destinos, encarece la experiencia del visitante y limita la expansión del turismo hacia nuevas regiones.

Esta propuesta implica:

- articular la conectividad aérea con corredores viales y accesos turísticos estratégicos
- priorizar conexiones entre aeropuertos, ciudades intermedias y destinos emergentes
- desarrollar esquemas multimodales de acceso turístico, incluyendo componentes fluviales, férreos y portuarios donde sean viables
- garantizar conectividad digital en destinos apartados como condición de promoción, comercialización y servicio
- estructurar la conectividad como una política turística y no solo como una política general de transporte

El objetivo es que el turista no solo pueda llegar a Colombia, sino recorrerla mejor.

Integra: (7)

- (Mauricio Cárdenas 226) Desarrollar infraestructura vial en corredores estratégicos para facilitar el acceso a territorios con potencial turístico.
- (BID 10) Fortalecer infraestructura vial con enfoque turístico para conectar mejor destinos y mejorar su operabilidad.
- (FEDEC 148) Priorizar infraestructura en territorios emergentes para hacer viable su incorporación a la oferta turística nacional.
- (ANATO 180) Mejorar la infraestructura y conectividad aérea, terrestre y digital para facilitar la movilidad de los turistas hacia y dentro de los destinos.

(ODINSA 260) Destabar y adjudicar el Nuevo Aeropuerto de Cartagena (NAC): primer greenfield en 50 años, inversión privada de COP 6,55 billones, capacidad inicial de 17 Mpax escalable hasta 40 Mpax, adjudicación proyectada 2027–2028 e inicio de operaciones en 2035–2036.

(ODINSA 261) Adjudicar EDMAX: ampliación del Aeropuerto El Dorado a 73 Mpax, duplicación del terminal de pasajeros, 75 puentes de abordaje, COP 12,69 billones de inversión APP privada, adjudicación proyectada segundo semestre 2027 o primer trimestre 2028.

- (Enrique Peñalosa 176) Integrar sistemas de transporte multimodal —vial, férreo, fluvial y portuario— para mejorar la conectividad profunda de los destinos turísticos.
- (Enrique Peñalosa 97) Garantizar conectividad digital de alta calidad en todos los destinos turísticos, incluyendo zonas apartadas y rurales.

(ACOTUR 165) Ampliar infraestructura de telecomunicaciones y formación digital en destinos turísticos emergentes para habilitar reservas, pagos y comercialización, con énfasis en Amazonía, Orinoquía y costas emergentes.

(Enrique Peñalosa 92) Se propone mejorar la conectividad de los destinos turísticos a través de la integración de sistemas de transporte multimodal (vial, férreo, fluvial y portuario), permitiendo una mayor articulación territorial y facilitando el acceso de visitantes nacionales e internacionales.

(ACOTUR 148) Ampliar la infraestructura de telecomunicaciones y la formación digital en destinos para reservas en línea, pagos electrónicos y acceso a canales de comercialización internacionales.

(FEDEC 214) Se propone desarrollar corredores turísticos seguros, entendidos como rutas priorizadas donde se concentren esfuerzos de seguridad, infraestructura, señalización y servicios, para reducir riesgos y mejorar la experiencia del visitante.

Metas verificables al 2030 — organizadas por nivel de intervención:

Nivel A — Grandes proyectos aeroportuarios APP (actor: ANI y Aerocivil; escala: billones de COP):

- EDMAX adjudicado antes de cerrar el cuatrienio, con contrato suscrito y listo para iniciar construcción en 2028.
- NAC Cartagena (CACI Bayunca): Plan Maestro aprobado en los primeros 100 días del gobierno como señal política; adjudicación antes del cuarto trimestre de 2028.

Nivel B — Expansión de frecuencias y habilitación de aeropuertos (actor: MinTransporte y Aerocivil; escala: acuerdos bilaterales y concesiones existentes):

- Al menos tres aeropuertos distintos de El Dorado habilitados para vuelos intercontinentales directos de largo alcance antes de 2030: Medellín, Cartagena y un tercer nodo a definir según demanda demostrada.
- 850 frecuencias internacionales semanales adicionales operando para 2030, con seguimiento trimestral de Aerocivil y reporte público.

Nivel C — Conectividad vial y digital en destinos (actor: MinTIC, MinTransporte y MinCIT; escala: inversión sectorial focalizada):

- Plan Nacional de Conectividad Turística formulado con enfoque multimodal antes de finalizar el primer año de gobierno, con presupuesto cuatrienal asignado.

- Cinco corredores turísticos estratégicos intervenidos con mejoras de accesibilidad verificables antes de 2029: Caribe–Sierra Nevada, Eje Cafetero–Pacífico, Bogotá–Llanos, Amazonía–Sur y Santanderes–Catatumbo.
- Conectividad digital de alta calidad garantizada en al menos 30 destinos turísticos priorizados fuera de las tres ciudades principales, medida como disponibilidad de banda ancha suficiente para reservas y pagos en línea, antes de 2029.
- Reducción del tiempo de desplazamiento promedio entre el aeropuerto más cercano y los destinos turísticos estratégicos en un 20% respecto a la línea base 2026, medida en los cinco corredores priorizados.

Estas propuestas coinciden en que la conectividad turística no puede seguir entendiéndose únicamente como un problema de vuelos o carreteras por separado. Colombia necesita una lógica de acceso integral al territorio, donde infraestructura física, transporte multimodal y conectividad digital funcionen como una sola red habilitante del turismo. La distinción por niveles permite asignar responsabilidad institucional a cada componente y medir el cumplimiento de cada uno sin que el avance o retraso de un proyecto grande oculte los resultados de las intervenciones menores.

BLOQUE 2

SEGURIDAD TURÍSTICA

PROPUESTA 4

Sistema nacional de seguridad turística

Se creará un sistema nacional de seguridad turística con carácter permanente, que articule a la fuerza pública, autoridades locales, entidades del sector y sistemas de información en una sola estructura operativa orientada a prevenir riesgos, proteger al visitante y dar respuesta rápida a incidentes que afecten la percepción y la realidad de seguridad en los destinos.

La seguridad no puede seguir tratándose como un asunto periférico o reactivo. En turismo, la percepción de inseguridad reduce la intención de viaje, deteriora la reputación internacional de los destinos y afecta directamente la inversión, el empleo y la competitividad del país. Colombia necesita pasar de acciones aisladas a una política integral y sostenida de seguridad turística.

Esta propuesta implica:

- establecer esquemas permanentes de prevención, monitoreo y reacción inmediata
- articular sistemas de información, alertas tempranas y gestión de riesgos
- coordinar la acción de la fuerza pública con autoridades territoriales y actores del sector

- desarrollar estrategias diferenciadas para corredores, destinos urbanos, territorios de naturaleza y regiones emergentes
- fortalecer la confianza del visitante mediante presencia institucional efectiva

El objetivo es garantizar condiciones reales de seguridad para el visitante y eliminar la incertidumbre como factor limitante del turismo.

Integra: (12)

- (Juan Carlos Pinzón 101) Crear una Mesa Nacional de Seguridad para el turismo.
- (Vicky Dávila 136) Implementar esquemas de seguridad inteligente aplicados al sector turístico.
- (Rafael Nieto 171) Diseñar una política integral de seguridad para proteger al visitante.
- (FEDEC 213) Crear un sistema articulado de seguridad turística.
- (FEDEC 215) Fortalecer la articulación con fuerza pública y autoridades.
- (FEDEC 4) Incorporar gestión de riesgos en la política turística.
- (Sergio Fajardo 38) Impulsar una estrategia “Colombia Destino Seguro”.
- (COTELCO 197) Recuperar condiciones de seguridad en destinos con alertas internacionales.
- (MEDEX 1) Articular acciones de seguridad territorial para proteger al visitante.
- (ACOPI 55) Fortalecer condiciones de seguridad empresarial para la actividad turística.
- (ANATO 171) Diseñar e implementar una política integral de seguridad turística mediante la articulación de entidades nacionales, territoriales y de seguridad ciudadana, con énfasis en protección del visitante y recuperación de confianza en los destinos.

(Vicky Dávila 31) Se propone desarrollar un esquema de seguridad inteligente para el turismo, apoyado en tecnología, monitoreo, análisis de datos y coordinación operativa, con el fin de anticipar riesgos y proteger mejor al visitante.

(Rafael Nieto 79) Se propone implementar una política integral de seguridad turística que proteja de manera efectiva al visitante y convierta la seguridad en uno de los pilares del posicionamiento del país como destino confiable.

(ACOPI 133) Se propone fortalecer la seguridad empresarial en el sector turístico, de manera que los prestadores cuenten con mejores condiciones para operar, invertir y crecer sin verse afectados por amenazas, extorsión o inestabilidad.

(ACOTUR 136) Implementar programas integrales de seguridad turística coordinados con gobiernos territoriales y fuerzas públicas, con protocolos de atención al turista y fortalecimiento de la Red Integral de Seguridad Turística.

(FEDEC 216) Se propone implementar un sistema de gestión de riesgos turísticos y reputación internacional, orientado a anticipar, mitigar y responder a situaciones que afecten la imagen del país como destino turístico.

(FEDEC 236) Se propone adoptar un enfoque de turismo basado en seguridad, sostenibilidad y confianza, reemplazando narrativas centradas en el pasado por condiciones reales y verificables para el visitante.

Estas propuestas coinciden en que la seguridad turística no se resuelve con anuncios ocasionales ni con respuestas dispersas. Requiere una arquitectura institucional permanente, coordinación territorial y capacidad real de prevención y reacción para convertir la seguridad en una condición habilitante del crecimiento del sector.

PROPUESTA 5

Protocolo nacional de reacción frente a bloqueos y crisis

Se establecerá un protocolo obligatorio, claro y ejecutable para la atención inmediata de bloqueos viales y situaciones que afecten la operación turística.

El país no puede seguir permitiendo que su principal infraestructura de acceso quede paralizada sin respuesta institucional efectiva. Este protocolo definirá responsabilidades, tiempos de reacción y mecanismos de coordinación.

Integra: (3)

(COTELCO 196) Establecer un protocolo de reacción inmediata frente a bloqueos en corredores turísticos.

(MEDEX 268) Crear un protocolo nacional permanente para atender bloqueos que afecten el turismo.

(Vicky Dávila 30) Implementar una política de cero bloqueos en vías estratégicas.

PROPUESTA 6

Recuperación integral de destinos con afectaciones de seguridad

Se desarrollará una estrategia específica para intervenir territorios con alertas de viaje, presencia de economías ilegales, debilidad institucional o condiciones persistentes de inseguridad, combinando seguridad, inversión pública, desarrollo económico, recuperación del espacio territorial y fortalecimiento de capacidades locales.

El objetivo no es únicamente contener el riesgo, sino convertir territorios hoy restringidos o deteriorados en nuevos polos de desarrollo turístico. En muchos casos, el problema no es que el destino carezca de valor, sino que la inseguridad, la ausencia del Estado o el control de actores criminales impiden su operación y lo excluyen del mapa turístico nacional e internacional.

Esta propuesta implica:

- priorizar territorios con afectaciones severas de seguridad y alto potencial turístico
- combinar presencia institucional, inversión habilitante y activación económica
- desarrollar planes específicos de recuperación de reputación y confianza
- integrar la política turística con esfuerzos de seguridad territorial y control del crimen
- usar el turismo como instrumento de reactivación económica en regiones golpeadas por violencia o abandono estatal

La seguridad, en estos territorios, no es un complemento del turismo: es su condición de posibilidad.

Integra: (5)

- (COTELCO 197) Recuperar condiciones de seguridad en destinos con alertas internacionales.
- (MEDEX 1) Articular acciones de seguridad territorial para proteger al visitante.
- (Mauricio Cárdenas 1) Fortalecer la seguridad territorial como base del turismo.
- (De la Espriella 16) Posicionar la seguridad como fundamento del turismo de clase mundial.
- (Claudia López 178) Fortalecer la seguridad territorial mediante el control del crimen organizado y la recuperación de la presencia institucional del Estado como condición fundamental para la actividad económica, incluido el turismo.

(MEDEX 269) Se propone recuperar las condiciones de seguridad en los destinos turísticos mediante una acción articulada entre autoridades nacionales y territoriales, con medidas concretas que protejan al visitante y restauren la confianza en aquellas regiones que hoy presentan alertas o riesgos.

Estas propuestas coinciden en que hay regiones cuyo potencial turístico no podrá desarrollarse mientras persistan vacíos de autoridad, economías ilegales o restricciones severas de seguridad. La recuperación de esos destinos exige una intervención integral del Estado y no solamente medidas puntuales de vigilancia.

PROPUESTA 6B

Diplomacia turística activa: actualización de las alertas de viaje en mercados emisores clave

Seis de los principales mercados emisores del mundo —Estados Unidos, España, Países Bajos, Reino Unido, Canadá y Singapur— mantienen alertas de viaje activas sobre regiones colombianas específicas. Esas alertas tienen un efecto real y cuantificable sobre la intención de viaje de los segmentos de mayor gasto: el turista de Europa central o del Asia-Pacífico que consulta la alerta del Departamento de Estado estadounidense o del Foreign Commonwealth & Development Office del Reino Unido antes de elegir destino encuentra un mensaje que no distingue entre las zonas de conflicto que motivan la advertencia y los circuitos turísticos consolidados de Bogotá, Medellín o el Eje Cafetero. Esa ausencia de distinción tiene un costo de mercado que la política turística puede reducir.

El instrumento no es la seguridad misma —eso lo desarrollan las Propuestas 4, 5 y 6— sino la gestión diplomática de la comunicación que traduce las condiciones de seguridad reales en una actualización de las alertas que esos seis gobiernos publican para sus ciudadanos.

Esta propuesta establece tres mecanismos permanentes. Primero, una mesa de trabajo conjunta entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Comercio y Turismo y ProColombia, con agenda específica de interlocución con las embajadas y cancillerías de los seis mercados emisores que mantienen alertas. Segundo, un programa anual de visitas guiadas a circuitos turísticos consolidados para funcionarios de los sistemas de alerta de cada gobierno, con información verificable y actualizada sobre condiciones reales de seguridad en los destinos diferenciada de las zonas de conflicto que motivan las advertencias. Tercero, un informe semestral de condiciones de seguridad turística —desagregado por circuito y por ciudad, con datos de incidentes contra turistas y tiempos de respuesta institucional— producido por el sistema de monitoreo de la Propuesta 4, validado por Migración Colombia y puesto a disposición de los sistemas de alerta de los seis mercados.

Integra:

- (ANATO 171) Política integral de seguridad turística con articulación de entidades nacionales y fortalecimiento de la confianza en los destinos.
- (Abelardo de la Espriella 19) Uso de embajadas y consulados como instrumentos activos de promoción del turismo colombiano.
- (Rafael Nieto 86) Convertir embajadas y consulados en plataformas activas de promoción turística y canal de información a mercados emisores.
- (FEDEC 216) Sistema de gestión de riesgos turísticos y reputación internacional orientado a anticipar y responder a situaciones que afecten la imagen del país.

Metas verificables al 2030:

- Mesa MinRE–MinCIT–ProColombia instalada y con agenda pública de trabajo en el primer año de gobierno.
- Al menos cuatro de los seis mercados emisores con alertas han recibido información documentada y actualizada sobre condiciones diferenciadas de seguridad por circuito turístico, antes del final de 2027.
- Al menos dos de los seis mercados emisores han revisado a la baja el nivel de alerta para los circuitos turísticos consolidados antes de 2029.
- Informe semestral de condiciones de seguridad turística por circuito publicado y en circulación antes de finalizar el primer año de gobierno.

La seguridad real y la percepción de seguridad se gestionan con instrumentos distintos. El plan necesita los dos: los que mejoran las condiciones en el territorio y los que actualizan lo que los mercados emisores saben sobre esas condiciones. Sin el segundo instrumento, las mejoras del primero tardan años en traducirse en más visitantes de mercados de alto gasto.

BLOQUE 3

FORMALIZACIÓN Y REGULACIÓN

PROPUESTA 7

Transformación del Registro Nacional de Turismo en un sistema real de control, formalización y calidad (RNT 2.0)

El Registro Nacional de Turismo dejará de ser un requisito formal y pasará a convertirse en el sistema central de operación del sector. Se transformará en una plataforma digital interoperable con la DIAN, cámaras de comercio, autoridades territoriales y demás sistemas relevantes, de forma que permita verificar, controlar, depurar y elevar la calidad real de la oferta turística.

Hoy, una parte importante del problema de informalidad no se explica solo por falta de normas, sino por la debilidad operativa del sistema de registro y seguimiento. Colombia necesita que el RNT funcione como un instrumento de trazabilidad, control y habilitación real de la actividad, y no como una obligación administrativa desconectada de la operación efectiva del sector.

Esta propuesta implica:

- convertir el RNT en una plataforma interoperable y verificable
- condicionar la operación a un registro activo y trazable
- fortalecer controles para impedir informalidad y operación irregular
- depurar registros inactivos o inconsistentes

- vincular el sistema a criterios de calidad y cumplimiento

El Registro Nacional de Turismo debe convertirse en una herramienta central para ordenar el sector, elevar estándares y combatir la informalidad de manera efectiva.

Integra: (6)

- (COTELCO 204) Fortalecer controles y depuración del Registro Nacional de Turismo.
- (Vicky Dávila 29) Implementar un modelo digital de RNT 2.0.
- (MEDEX 265) Exigir formalidad obligatoria en plataformas y prestadores.
- (Juan Manuel Galán 137) Desarrollar programas de formalización para mipymes del sector.
- (FEDEC 51) Endurecer requisitos para elevar calidad y trazabilidad.
- (ANATO 193) Fortalecer el Registro Nacional de Turismo como herramienta central de verificación, control y seguimiento técnico de los prestadores para reducir la informalidad.

(José Manuel Restrepo 112) Se propone implementar una Tarjeta de Guía de Turismo totalmente digital, ágil y accesible, con el fin de formalizar y facilitar el ejercicio de esta actividad dentro del sector.

(ANATO 174) Reducir la informalidad en el sector turístico mediante el fortalecimiento del Registro Nacional de Turismo, mejorando los mecanismos de verificación, control y seguimiento de los prestadores de servicios.

(CONFETUR 204) Poner en marcha el Sistema de Verificación y Control del Registro Nacional de Turismo (SVCRNT), administrado por las Cámaras de Comercio, con interoperabilidad en tiempo real con DIAN, Migración Colombia y entidades territoriales. Condicionar el acceso de prestadores a plataformas digitales de comercialización a la tenencia de RNT activo, con franquicia especial para el estrato microempresarial. El decreto preparado con respaldo de Anato, Cotelco y Confetur provee el marco técnico; falta la voluntad ejecutiva de implementarlo.

(FEDEC 224) Se propone fortalecer los mecanismos de control contra la ilegalidad en el sector turístico, para proteger al consumidor, garantizar condiciones equitativas de competencia y mejorar la reputación del destino.

Estas propuestas coinciden en que el RNT no puede seguir siendo una formalidad de papel. Debe transformarse en el eje de control, trazabilidad y calidad del sistema turístico colombiano, articulando formalización y supervisión real sobre la operación del sector.

La transformación del RNT en sistema de control activo tiene dos caras complementarias que este plan distingue con precisión. Contra el rentismo urbano de gran escala —decenas de apartamentos en

plataformas sin RNT ni tributación adecuada— el instrumento es la autoridad fiscal, no nueva regulación: la interoperabilidad del SVCRNT con la DIAN identifica y grava esas transacciones. Para el pequeño prestador que hoy opera informalmente por barreras regulatorias, el instrumento es la formalización progresiva que desarrolla la Propuesta 9: rutas escalonadas, monotributo y acompañamiento técnico. Los dos instrumentos actúan sobre el mismo ecosistema con lógicas distintas. El control no excluye al pequeño operador que quiere formalizarse; la formalización progresiva no ampara al gran rentista que evade su obligación tributaria.

PROPUESTA 8

Regulación integral de plataformas digitales de alojamiento

Se establecerá un marco regulatorio claro, exigible y tecnológicamente viable para todas las plataformas digitales de alojamiento, de manera que operen bajo las mismas condiciones de formalidad, tributación y estándares del sector turístico.

Esto incluye la obligatoriedad de registro en el RNT, mecanismos automáticos de retención de impuestos y sistemas de intercambio de información con el Estado.

El objetivo es corregir una distorsión estructural del mercado que hoy premia la informalidad.

Integra: (4)

(COTELCO 190) Regular viviendas turísticas en plataformas con RNT obligatorio y tributación.

(ACOLAP 127) Establecer silencio administrativo positivo para el Registro Especial de Parques y trámites habilitantes del sector de atracciones, con ventanilla única digital para eliminar la discrecionalidad territorial.

(Confetur 209) Implementar el monotributo turístico para micro y pequeñas empresas del sector —hasta 20 trabajadores— que integre IVA, Renta e impuestos en pago único anual, como vía de formalización progresiva sin tramitomanía.

(Confetur 112) Implementar el SVCRNT con interoperabilidad DIAN-Migración-entidades territoriales, condicionando el acceso a plataformas digitales al RNT activo, con franquicia especial para el estrato microempresarial.

(MEDEX 265) Exigir condiciones de formalidad y retención automática en plataformas digitales.

(Vicky Dávila 28) Establecer controles efectivos sobre alojamientos no regulados.

(Rafael Nieto 78) Regular plataformas digitales para garantizar competencia justa.

(CONFETUR 203) Ejercer autoridad tributaria sobre personas o empresas con decenas o centenares de microapartamentos en plataformas de renta corta sin control fiscal, mediante la interoperabilidad del SVCRNT con las bases de datos de la DIAN para identificar y gravar sus transacciones. La falsa informalidad del rentismo urbano a gran escala opera como competencia desleal que amenaza la viabilidad de la hotelería formal y las pequeñas empresas turísticas. La autoridad democrática —no nueva regulación— es el instrumento requerido.

PROPUESTA 9

Sistema progresivo de formalización con incentivos

Se implementará un esquema de formalización gradual que permita a los prestadores informales integrarse al sistema mediante etapas, acompañamiento técnico e incentivos tributarios temporales. La formalización dejará de ser un requisito excluyente inmediato y se convertirá en un proceso acompañado por el Estado, especialmente para pequeños prestadores, zonas rurales y economías locales de baja escala.

Una parte importante de la informalidad turística no responde a rechazo de la legalidad, sino a barreras regulatorias, costos iniciales y exigencias que pequeños operadores no pueden asumir de manera inmediata. El objetivo es facilitar el tránsito hacia la formalidad sin destruir la viabilidad económica de quienes hoy operan en condiciones precarias o incompletas.

Esta propuesta implica:

- diseñar rutas escalonadas de entrada a la formalidad
- reducir temporalmente cargas tributarias y regulatorias en etapas iniciales
- ofrecer acompañamiento técnico y simplificación para pequeños prestadores
- adaptar reglas a realidades territoriales y actividades diferenciadas
- convertir la formalización en una ruta de inclusión productiva y no en una barrera de exclusión

Formalizar no debe significar asfixiar. Debe significar integrar.

Integra: (6)

- (MEDEX 222) Implementar una “ley escalera” de formalización progresiva.
- (ACOPI 129) Establecer tarifa 0% de tributación para nuevos emprendimientos turísticos.
- (David Luna 61) Formalizar guías, transporte y hospedaje rural con reglas simples.

- (Juan Manuel Galán 45) Reducir informalidad laboral con menores barreras y acompañamiento.
- (FEDEC 222) Crear incentivos para la formalización de prestadores turísticos.
- (Enrique Peñalosa 136) Implementar esquemas de formalización progresiva con menores cargas tributarias y regulatorias durante las etapas iniciales de los negocios turísticos.

(Abelardo de la Espriella 17) Se propone formalizar el sector turístico, especialmente en sus segmentos más informales, para que el crecimiento del turismo no se sostenga sobre actividades precarias o por fuera de la regulación.

(Juan Manuel Galán 44) Se propone crear un programa nacional de formalización turística dirigido especialmente a mipymes y pequeños prestadores, de manera que puedan cumplir la normatividad, acceder a beneficios y operar en condiciones de legalidad y competitividad.

(Enrique Peñalosa 95) Se propone facilitar la formalización de los actores del sector turístico mediante esquemas progresivos que reduzcan cargas tributarias y regulatorias en las etapas iniciales, permitiendo la incorporación gradual de empresas al mercado formal.

(Paloma Valencia 121) Impulsar la formalización del sector turístico a través de herramientas digitales que simplifiquen procesos, al tiempo que se posiciona el segmento MICE como uno de los principales motores de turismo de alto valor.

(ACOTUR 137) Combatir la informalidad del sector mediante incentivos y programas de formalización — registro, capacitación, acceso a crédito y certificaciones — vinculados como condición para acceder a fondos públicos de promoción y desarrollo.

(CONFETUR 202) Implementar un tributo único anual para empresas turísticas de hasta 20 trabajadores con activos bajo el umbral que defina la DIAN, que integre IVA, Renta e impuestos indirectos en un pago único siguiendo el modelo brasileño. El monotributo elimina la tramitomanía fiscal y convierte la regularización en un proceso gradual: favorece a la cabaña familiar, al hotel boutique en municipio intermedio y al prestador comunitario —actores que son aliados del ecosistema turístico formal, no competidores desleales.

(FEDEC 237) Se propone promover la formalización, la calidad, la transparencia y la articulación institucional como pilares para generar confianza en el destino Colombia, entendiendo que el turista toma decisiones basadas en certezas y no en promesas.

Estas propuestas coinciden en que la formalización no se logrará únicamente con sanciones o exigencias uniformes. Se requiere un modelo progresivo, territorialmente sensible y económicamente viable para incorporar de manera real a miles de prestadores al sistema formal.

Simplificación estructural del sistema de trámites turísticos para facilitar la formalidad y la inversión

El Estado rediseñará integralmente el sistema de trámites que hoy regula la actividad turística en Colombia, con el objetivo de eliminar barreras innecesarias, reducir tiempos, simplificar requisitos y facilitar tanto la formalización de pequeños prestadores como la ejecución de proyectos de inversión.

Hoy, un operador turístico —especialmente pequeño o rural— enfrenta múltiples registros, requisitos duplicados, procesos no coordinados entre entidades y cargas administrativas que terminan incentivando la informalidad. Al mismo tiempo, los proyectos de inversión turística enfrentan procesos largos, inciertos y fragmentados que desincentivan el desarrollo del sector.

Esta propuesta implica:

- unificación de trámites en ventanillas únicas digitales
- interoperabilidad entre entidades (RNT, DIAN, cámaras de comercio, autoridades locales)
- eliminación de requisitos redundantes
- reducción de tiempos de aprobación
- creación de rutas diferenciadas para pequeños prestadores y grandes inversionistas
- digitalización completa del ciclo de registro, operación y control

El principio es simple: operar formalmente debe ser más fácil, más rápido y más barato que operar por fuera del sistema.

Integra: (5)

- (José Manuel Restrepo 119) Simplificar los trámites turísticos para reducir la carga burocrática que hoy dificulta la formalización y la ejecución de proyectos.
- (David Luna 73) Crear un programa nacional de formalización turística con enfoque territorial, que adapte las reglas a la realidad de cada región en lugar de imponer un único modelo rígido.
- (Abelardo de la Espriella 95) Facilitar la formalización del sector turístico eliminando obstáculos regulatorios que hoy excluyen a muchos prestadores.
- (ASOBARES 186) Crear una ventanilla única digital para centralizar trámites, permisos y requisitos operativos de bares, restaurantes y entretenimiento, reduciendo dispersión institucional y tiempos de respuesta.

- (Enrique Peñalosa 94) Simplificar trámites y procesos regulatorios mediante ventanillas únicas y automatización administrativa para facilitar la inversión turística y reducir cargas burocráticas.

(Enrique Peñalosa 94) Se propone simplificar los trámites y procesos regulatorios para el desarrollo de proyectos turísticos, mediante la implementación de ventanillas únicas, automatización de procesos y reducción de cargas administrativas, facilitando la inversión y la formalización del sector.

Estas propuestas coinciden en que el problema no es solo la existencia de reglas, sino la fragmentación y complejidad del sistema actual, que termina expulsando a quienes quieren operar dentro de la legalidad y retrasando decisiones de inversión que el país necesita destrabar.

BLOQUE 4

COMPETITIVIDAD Y COSTOS

PROPUESTA 11

Reducción estructural de la carga tributaria al turismo para mejorar competitividad internacional

Colombia reducirá de manera estructural la carga tributaria sobre los servicios turísticos estratégicos, en particular el alojamiento y otras actividades intensivas en consumo turístico, con el objetivo de corregir una desventaja competitiva frente a otros destinos internacionales.

Hoy, el nivel de impuestos —especialmente el IVA— encarece el producto turístico colombiano, reduce demanda, afecta la ocupación y limita la capacidad del país para competir en precio y valor frente a destinos comparables. El sistema tributario actual no refleja la naturaleza exportadora del turismo ni su capacidad de generar empleo, divisas y actividad económica distribuida en el territorio.

Esta medida permitirá:

- reducir el precio final para el visitante
- aumentar la demanda y mejorar la ocupación
- fortalecer la formalidad en servicios estratégicos
- hacer más viable la inversión en nuevos proyectos
- corregir una distorsión que afecta la competitividad internacional del sector

El turismo no puede seguir compitiendo con una estructura tributaria que lo penaliza frente a otros países.

El argumento fiscal: por qué la reducción del IVA amplía el recaudo y no lo sacrifica

La objeción más previsible a esta medida es la pérdida de ingresos tributarios. Merece una respuesta con números, no con retórica.

Colombia recauda actualmente alrededor de COP 515.000 millones anuales por concepto de IVA en alojamiento turístico con una tarifa del 19%. Un estudio de Cotelco proyecta que una reducción al 5% elevaría ese recaudo a COP 626.000 millones anuales —un aumento del 21,5%— por el efecto combinado de dos variables: mayor ocupación en el sector formal y migración de consumo que hoy se realiza en alojamiento informal o en viviendas turísticas sin tributación proporcional hacia el sector con IVA declarado. La lógica es directa: una tarifa del 19% encarece el precio final y traslada demanda hacia la informalidad, que no declara impuestos. Una tarifa del 5% baja el precio al visitante, aumenta la ocupación formal, amplía la base tributaria al incorporar prestadores que hoy no pueden competir en precio con el sector legal, y genera impuestos adicionales en el resto de la cadena —gastronomía, transporte, entretenimiento— que el mayor flujo de visitantes al sistema formal activa (Cotelco, Congreso Nacional de la Hotelería, octubre 2023).

La evidencia internacional respalda este mecanismo. Nueve países europeos aplican tarifas diferenciales de IVA en alojamiento turístico con una reducción promedio de 12 puntos porcentuales respecto a su tarifa general. Alemania redujo del 19% al 7% entre 2016 y 2022 y generó 46.683 empleos adicionales en el sector. Portugal aplica el 6% frente a su IVA general del 23%. Uruguay exonera el IVA a turistas no residentes en temporada alta y aplica IVA cero en alojamiento para residentes en temporada baja, con el objetivo explícito de desestacionalizar la demanda y mejorar la competitividad frente a Argentina y Brasil (Decreto N.º 220/2025, Ministerio de Turismo de Uruguay). Rumania y Hungría aplican el 5% en alojamiento.

En la cadena aérea colombiana el efecto de la tarifa alta también está documentado con precisión. La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) calculó que el retorno al IVA del 19% en tiquetes en enero de 2023 produjo una pérdida de 7 millones de pasajeros durante ese año: 4,6 millones domésticos y 2,25 millones internacionales (IATA Colombia, mayo de 2024). El gobierno vigente rechazó en mayo de 2026 la solicitud de reducción al 5% argumentando una pérdida fiscal de COP 2,2 billones en 2027 y COP 2,4 billones en 2028. Ese cálculo asume que el volumen de tiquetes y de ocupación hotelera se mantiene igual con o sin el cambio de tarifa, lo que contradice la experiencia del período 2021–2022, cuando la tarifa del 5% estuvo vigente y la demanda creció de forma sostenida. Un cálculo dinámico —que incorpore el efecto del mayor volumen, el mayor consumo en destino y la mayor formalización de operadores— arroja un resultado fiscal diferente al que el cálculo estático proyecta.

El plan propone adoptar la tarifa diferencial del 5% para el alojamiento turístico formal con una condición operativa: el beneficio aplica exclusivamente a prestadores con RNT activo y declaración correcta del impuesto. Ese mecanismo convierte la reducción de tarifa en un incentivo directo a la formalización. El recaudo final esperado es mayor al actual porque opera sobre una base tributaria más amplia y más transparente.

Fuentes: Cotelco — Propuesta IVA diferencial 5% para alojamiento turístico (Congreso Nacional de la Hotelería, octubre 2023); IATA Colombia — Impacto del IVA del 19% en tiquetes aéreos: pérdida estimada de pasajeros 2023 (mayo 2024); MinHacienda Colombia — Respuesta oficial a solicitud IATA, Subdirección

de Política Fiscal (mayo 12 de 2026, citado en El Heraldó, 22 de mayo de 2026); Ministerio de Turismo de Uruguay — Decreto N.º 220/2025, beneficios fiscales verano 2026; Federación Europea de la Industria Hotelera (citada en Cotelco 2023) — Impacto IVA reducido, caso Alemania 2016–2022.

Integra: (5)

- (COTELCO 188) Reducir la tarifa del IVA del 19% al 5% en alojamiento turístico.
- (MEDEX 65) Reducir la carga tributaria del sector, identificando el IVA como uno de los principales factores que afectan competitividad.
- (Vicky Dávila 163) Reducir el IVA en servicios turísticos estratégicos.
- (ASOBARES 187) Establecer un esquema tributario diferencial para gastronomía, bares y entretenimiento, incluyendo la evaluación de tarifas diferenciadas de IVA para mejorar competitividad e incentivar formalización.

(ACOTUR 163) Reducir o modular el IVA en tiquetes aéreos y servicios de alojamiento mediante mecanismo focalizado por segmento, con incentivos tributarios condicionados a modernización, formalización y sostenibilidad.

(Vicky Dávila 26) Se propone reducir al 5% la tarifa del IVA aplicable a servicios turísticos estratégicos, especialmente hotelería y agencias, con el fin de bajar costos, estimular la demanda y mejorar la competitividad del sector frente a otros destinos.

(Enrique Peñalosa 96) Se propone mejorar las condiciones de competitividad de los destinos turísticos mediante la reducción de costos estructurales, en particular los asociados a la energía y la operación empresarial, con el fin de hacer más eficiente la prestación de servicios turísticos.

(ACOLAP 124) Retomar las condiciones de la Ley 2068 de 2020 aplicando la tarifa preferencial del 9% de impuesto sobre la renta a nuevos proyectos, ampliaciones y remodelaciones del sector. El sector registra cerca de 20 millones de visitantes anuales y genera entre 30.000 y 40.000 empleos directos; el incentivo tributario direcciona utilidades hacia reinversión, sostenibilidad e innovación en lugar de incrementar la carga al fisco en condiciones que desincentivan el crecimiento.

(ACOLAP 125) Tres medidas complementarias sobre la estructura de costos del sector: (i) IVA reducido en la adquisición de atracciones y equipos para facilitar la renovación permanente de la oferta; (ii) arancel cero para importación de tecnología y dispositivos sin producción nacional equivalente; (iii) reclasificación de las atracciones como bienes de capital para optimizar la depreciación de activos y mejorar el acceso al crédito. Las tres medidas actúan de forma articulada sobre la competitividad estructural del sector.

(ACOTUR 143) Reducir o modular el IVA en tiquetes aéreos y servicios de alojamiento mediante un mecanismo focalizado y temporal o por segmento, con el fin de bajar precios al viajero y estimular la demanda.

(COTELCO 201) Revisar el esquema de cobro de derechos de autor en el sector hotelero, con el fin de ajustarlo a la realidad operativa de los establecimientos y evitar cargas desproporcionadas.

Estas propuestas coinciden en un punto estructural: el sistema tributario actual está desalineado con la realidad del turismo como industria exportadora, intensiva en empleo y altamente sensible al precio final que enfrenta el visitante.

PROPUESTA 12

Corrección de distorsiones en costos energéticos y operativos del sector turístico

Se eliminarán las distorsiones en los costos de energía y servicios públicos que afectan al sector turístico, mediante la eliminación de sobretasas, la reclasificación del turismo como actividad productiva y la revisión del esquema tarifario aplicable a establecimientos y servicios turísticos.

El turismo no puede seguir pagando costos operativos como si no fuera un sector estratégico de la economía. Hoteles, restaurantes, operadores y otros prestadores enfrentan sobrecostos que reducen márgenes, dificultan la formalidad y limitan la capacidad de reinvertir en calidad, empleo y mejora del servicio.

Esta medida permitirá:

- reducir costos operativos estructurales
- mejorar la viabilidad de los establecimientos formales
- liberar recursos para inversión en calidad y servicio
- corregir distorsiones tarifarias que desestimulan la competitividad
- alinear el tratamiento del turismo con su carácter de actividad productiva

Competir mejor también implica corregir los costos que hoy el propio Estado le impone al sector.

Integra: (5)

- (COTELCO 189) Eliminar la sobretasa a la energía que actualmente asumen los prestadores turísticos.
- (MEDEX 127) Corregir los sobrecostos energéticos que afectan la rentabilidad del sector.
- (Vicky Dávila 27) Clasificar el turismo como actividad industrial para efectos tarifarios, reduciendo los costos asociados a energía.

- (Enrique Peñalosa 148) Reducir costos estructurales operativos, especialmente en energía, para mejorar la competitividad de los destinos y la rentabilidad de la operación turística.

(ACOLAP 189) Eliminar la sobretasa a la energía para el sector de parques, atracciones y centros de entretenimiento familiar, reconociendo su carácter intensivo en consumo energético y su función como motor del turismo doméstico.

(ACOLAP 123) Suprimir la sobretasa energética que recae sobre parques de diversiones, parques acuáticos, bioparques y centros de entretenimiento familiar. La medida responde al carácter intensivo en consumo de energía de estas operaciones, reduce la presión sobre márgenes en un sector que ya enfrenta desaceleración del consumo, permite mantener precios competitivos para el turismo doméstico y evita que la carga se traslade al usuario final. Marco legal de soporte: Ley 1558 de 2012 (turismo como industria estratégica) y artículo 52 de la Constitución Política (derecho al sano esparcimiento).

(MEDEX 264) Eliminar los sobrecostos asociados al consumo de energía en el sector turístico (sobre tasa) corrigiendo distorsiones que afectan la rentabilidad de los prestadores.

Estas propuestas convergen en un diagnóstico claro: el turismo está pagando costos como si no fuera un sector productivo estratégico, y esa distorsión reduce su capacidad de crecer, formalizarse e invertir en mejores servicios.

PROPUESTA 13

Sistema de incentivos a la inversión turística y al empleo formal

Se diseñará un esquema integral de incentivos que promueva la inversión en infraestructura turística, la expansión de la oferta y la generación de empleo formal. Este sistema deberá combinar instrumentos tributarios, facilidades regulatorias y estímulos focalizados para proyectos con impacto real sobre el desarrollo territorial y la creación de puestos de trabajo formales.

El turismo requiere una política activa que oriente la inversión hacia donde el país necesita expandir capacidad, diversificar destinos y elevar calidad. No basta con esperar que el mercado reaccione solo: el Estado debe crear condiciones para que invertir y contratar formalmente en turismo sea más atractivo.

Este sistema incluirá:

- incentivos tributarios condicionados a inversión efectiva
- beneficios para empresas que generen empleo formal
- estímulos para proyectos en regiones estratégicas o emergentes
- instrumentos para atraer capital privado nacional e internacional

- incentivos alineados con productividad, expansión de oferta y desarrollo regional

La política económica puede y debe convertirse en un motor activo del desarrollo turístico.

Integra: (6)

- (David Luna 63) Crear incentivos tributarios para empresas que generen empleo formal en el sector turístico.
- (FEDEC 246) Establecer incentivos tributarios focalizados para atraer inversión en turismo.
- (José Manuel Restrepo 118) Fortalecer los proyectos turísticos especiales (PTE) como mecanismo para facilitar grandes inversiones.
- (Claudia López 54) Promover la productividad regional facilitando condiciones para la inversión privada y el desarrollo empresarial en sectores intensivos en generación de empleo directo.

(ACOLAP 124) Restablecer la tarifa especial de renta del 9% para nuevos proyectos, ampliaciones y remodelaciones del sector de parques temáticos, acuáticos y centros de entretenimiento, conforme a la Ley 2068 de 2020.

(ACOLAP 187) Implementar IVA diferencial para atracciones y equipos de entretenimiento, arancel cero para tecnología importada sin producción nacional equivalente, y reclasificar las atracciones como bienes de capital.

(Abelardo de la Espriella 20) Se propone crear zonas económicas especiales orientadas al desarrollo turístico, con incentivos y condiciones que atraigan inversión en territorios con alto potencial pero baja capacidad actual de desarrollo.

(ACOTUR 144) Crear medidas fiscales para impulsar inversiones en modernización, formalización y sostenibilidad del sector, incluyendo créditos blandos y exenciones progresivas vinculadas al cumplimiento de estándares.

(FEDEC 228) Se propone implementar incentivos tributarios focalizados para el sector turismo, orientados a atraer inversión y mejorar la competitividad de los destinos.

En conjunto, estas propuestas buscan utilizar la política económica como motor activo del desarrollo turístico, premiando la inversión real, la expansión territorial y la generación de empleo formal en lugar de mantener una lógica pasiva frente al crecimiento del sector.

PROPUESTA 14

Ampliación del acceso al turismo mediante instrumentos financieros para la demanda interna

Se implementarán mecanismos que permitan a más colombianos acceder al turismo formal, a través de esquemas de financiación, crédito, subsidios focalizados y articulación con instrumentos existentes como las cajas de compensación.

El turismo interno es un complemento del turismo internacional y además un estabilizador del sector en momentos de desaceleración y una herramienta de cohesión territorial.

Esta política permitirá:

ampliar la base de consumidores turísticos

reducir la estacionalidad del sector

fortalecer la sostenibilidad económica de los prestadores

Integra: (3)

(COTELCO 191) Permitir la compra de servicios turísticos mediante financiación en cuotas sin interés.

Las tres propuestas apuntan a un mismo objetivo: hacer del turismo una actividad accesible para la mayoría.

INFRAESTRUCTURA Y CAPACIDAD

BLOQUE 5

INFRAESTRUCTURA Y CAPACIDAD

PROPUESTA 15

Plan nacional de infraestructura turística orientado a habilitar destinos y no solo a mejorar vías

Colombia implementará un plan nacional de infraestructura turística que no se limite a obras generales de transporte, sino que esté diseñado específicamente para habilitar, estructurar y hacer operables los destinos turísticos del país.

Muchos territorios con alto potencial carecen de condiciones mínimas para operar: accesos adecuados, señalización, servicios públicos, equipamientos básicos, conectividad y entornos urbanos o territoriales aptos para recibir visitantes. El país necesita pasar de una visión genérica de infraestructura a una visión

de infraestructura directamente orientada a la experiencia turística y a la capacidad real de funcionamiento de los destinos.

Esta propuesta implica:

- priorizar corredores turísticos estratégicos
- invertir en accesos a destinos emergentes y territorios con alto potencial
- desarrollar servicios básicos como agua, saneamiento, energía y conectividad
- implementar señalización estandarizada y equipamientos mínimos
- articular infraestructura vial, aeroportuaria, portuaria y renovación urbana con objetivos turísticos
- coordinar Nación y territorios para evitar dispersión de inversiones

No se trata solo de construir obras. Se trata de hacer operables los destinos.

Integra: (5)

- (FEDEC 226) Invertir en infraestructura para territorios emergentes.
- (MEDEX 279) Desarrollar pactos de competitividad regional con componente de infraestructura.
- (BID 253) Fortalecer infraestructura vial con enfoque turístico.
- (David Luna 69) Aumentar inversión pública orientada al turismo.
- (Enrique Peñalosa 87) Priorizar proyectos viales, aeroportuarios, portuarios y de renovación urbana enfocados específicamente en mejorar la accesibilidad turística de los destinos regionales.

(Enrique Peñalosa 87) Priorizar proyectos portuarios, aeroportuarios y viales con impacto directo en la competitividad del turismo regional, mediante modelos de Asociación Público-Privada y concesiones que atraigan inversión privada sin carga al presupuesto nacional. Incluye la modernización de aeropuertos en destinos secundarios, el desarrollo de puertos fluviales intermedios como nodos de conectividad turística y la reducción de costos logísticos en corredores estratégicos que hoy limitan el acceso de visitantes a territorios con alto potencial.

(Enrique Peñalosa 91) Se propone fortalecer la infraestructura turística del país mediante la priorización de proyectos viales, aeroportuarios, portuarios y de renovación urbana, con el fin de mejorar la accesibilidad a los destinos, reducir los costos de desplazamiento y facilitar el desarrollo del turismo en las regiones.

(ACOTUR 146) Modernizar aeropuertos regionales y mejorar corredores viales hacia destinos emergentes, reduciendo costos de acceso e integrando regiones como la Amazonía, la Orinoquía y las costas del Pacífico al circuito turístico.

Todas estas propuestas parten de un mismo problema: en Colombia muchos destinos no están limitados por falta de atractivo, sino por la ausencia de condiciones físicas mínimas para operar bien, crecer y competir.

PROPUESTA 16

Expansión planificada de la capacidad de alojamiento turístico en el territorio

Se impulsará una política activa de expansión de la capacidad de alojamiento turístico, con foco en destinos emergentes y regiones donde la demanda ya supera la oferta disponible.

Actualmente, existen destinos en los que la ocupación en temporada alta supera el 90%, lo que indica que el crecimiento del turismo ya está limitado por la falta de camas disponibles. Esto no solo frena el crecimiento en número de visitantes, sino que también eleva precios y reduce competitividad.

La política incluirá:

incentivos específicos para inversión hotelera en regiones distintas al triángulo Bogotá–Cartagena–Medellín

identificación de destinos con brechas críticas de capacidad

promoción activa de proyectos ante inversionistas nacionales e internacionales

articulación con el sistema financiero para facilitar inversión en alojamiento

fortalecimiento de modelos diversos de alojamiento formal (hoteles, eco-lodges, turismo rural estructurado)

El crecimiento del turismo requiere capacidad instalada.

El ideal es invertir en turismo que genere alojamientos fuera de las grandes ciudades. Glamping, por ejemplo.

Integra: (3)

(Pablo Nieto 286) Ampliar la capacidad hotelera en destinos emergentes donde la ocupación ya supera niveles críticos.

(Pablo Nieto 287) Crear incentivos para la inversión hotelera fuera de los principales destinos tradicionales.

(Mauricio Cárdenas 8) Estructurar un portafolio nacional de proyectos turísticos para facilitar la inversión.

Estas propuestas coinciden en un punto fundamental: el turismo en Colombia ya enfrenta restricciones físicas de capacidad.

PROPUESTA 17

Sistema ágil de desarrollo de proyectos turísticos de gran escala

Se creará un sistema que permita desarrollar proyectos turísticos de gran escala de manera más ágil, predecible y viable, reduciendo la incertidumbre y los tiempos asociados a su estructuración y aprobación.

Hoy, muchos proyectos turísticos no se ejecutan no por falta de interés o capital, sino por la complejidad institucional, la fragmentación de trámites, la falta de claridad normativa y la ausencia de rutas claras para inversionistas.

Este sistema incluirá:

fortalecimiento y simplificación de los Proyectos Turísticos Especiales (PTE)

uso estructurado de alianzas público-privadas (APP)

ventanillas únicas para grandes proyectos

definición de territorios priorizados para inversión turística

acompañamiento institucional a inversionistas

El objetivo es pasar de un modelo en el que invertir en turismo es incierto, a uno en el que es claro, estructurado y viable.

Integra: (4)

(Juan Manuel Galán 48) Utilizar alianzas público-privadas como herramienta para desarrollar infraestructura turística.

(Juan Manuel Galán 51) Abrir convocatorias específicas de APP en destinos estratégicos.

(José Manuel Restrepo 118) Fortalecer la figura de Proyectos Turísticos Especiales para agilizar inversiones.

(MEDEX 280) Movilizar capital privado hacia proyectos de infraestructura turística.

Estas propuestas buscan solucionar un problema que además de la falta de inversión potencial hay serias dificultades para materializarlas.

PRODUCTO TURÍSTICO Y GENERACIÓN DE VALOR

BLOQUE 6

PRODUCTO TURÍSTICO Y GENERACIÓN DE VALOR

PROPUESTA 18

Transición del modelo turístico hacia generación de valor por visitante

Colombia redefinirá su modelo turístico para dejar de depender exclusivamente del número de visitantes y enfocarse en aumentar el valor económico generado por cada uno de ellos.

Hoy, una parte importante del turismo que llega al país tiene bajo nivel de gasto, lo que limita el impacto real del sector en términos de divisas, empleo y desarrollo territorial.

La política turística se orientará a:

atraer visitantes con mayor capacidad de gasto

aumentar la permanencia promedio

estructurar experiencias de mayor valor

mejorar la calidad de la oferta

El éxito del turismo dejará de medirse solo en número de llegadas y pasará a medirse también en ingreso por visitante.

Integra: (4)

(David Luna 156) Reorientar el turismo hacia segmentos de mayor valor como naturaleza, cultura y gastronomía.

(MEDEX 278) Pasar de un modelo de turismo de volumen a uno de turismo de valor.

(ACOTUR 134) Expedir una Ley Marco de Turismo como Política de Estado con plan decenal, presupuesto plurianual blindado y Consejo Técnico Permanente con equipo técnico no removible por cambio de gobierno.

(ACOTUR 140) Adoptar indicadores de impacto territorial como métricas oficiales: ingresos locales por turista, empleo formal en la cadena, empresas y destinos certificados y divisas generadas, por encima del conteo de viajeros.

(Documento Turismo y Medio Ambiente 255) Priorizar un modelo de turismo no masivo que genere más ingreso con menor presión territorial.

(Pablo Nieto 281) Desarrollar productos turísticos de alto valor en segmentos específicos como naturaleza, bienestar y cultura.

(David Luna 59) Se propone fijar como meta de política pública un aumento del gasto promedio por turista del 25%, de manera que el éxito del sector no se mida solo por el número de llegadas, sino también por el ingreso real que cada visitante deja en el país y en los territorios.

(Juan Carlos Pinzón 107) Se propone fijar una meta de 20 millones de visitantes internacionales como objetivo de mediano plazo, con una estrategia de crecimiento respaldada en conectividad, promoción, seguridad y oferta.

(José Manuel Restrepo 117) Se propone fijar una meta base de crecimiento en visitantes como punto de partida de una política turística más ambiciosa y medible.

Todas estas propuestas apuntan a un mismo cambio estructural: el problema no es solo cuántos turistas llegan, sino cuánto valor dejan.

PROPUESTA 19

Desarrollo estructurado de segmentos turísticos estratégicos

Se desarrollarán de manera organizada y prioritaria aquellos segmentos turísticos que tienen mayor capacidad de generación de ingreso, diferenciación internacional y posicionamiento competitivo para Colombia, con el fin de pasar de una oferta dispersa y generalista a un portafolio más estructurado, reconocible y rentable.

Colombia tiene muchos atractivos, pero no siempre productos estructurados. El reto no es enumerar todo lo que el país tiene, sino priorizar segmentos en los que realmente puede construir ventaja

competitiva, elevar gasto por visitante, diversificar mercados y fortalecer la reputación internacional del destino.

Esta propuesta implica priorizar y estructurar, entre otros:

- turismo de naturaleza
- turismo cultural y patrimonial
- turismo gastronómico
- turismo de salud y bienestar
- turismo MICE (reuniones, incentivos, congresos y eventos)
- turismo deportivo y de experiencias especializadas

El país no crecerá por tener más lista de atractivos, sino por tener mejores productos.

Integra: (7)

- (MEDEX 275) Convertir a Colombia en líder en turismo MICE.
- (Juan Carlos Pinzón 100) Desarrollar el turismo de salud.
- (David Luna 55) Fortalecer la industria gastronómica como activo turístico.
- (José Manuel Restrepo 105) Impulsar el turismo cultural como segmento competitivo.
- (Sergio Fajardo 41) Desarrollar turismo de bienestar y aventura.
- (Abelardo de la Espriella 75) Potenciar infraestructura y actividades asociadas al turismo deportivo.
- (ANATO 104) Fortalecer el turismo cultural como segmento estratégico nacional, integrando patrimonio e identidad territorial dentro de la oferta turística.

(Mauricio Cárdenas 6) Se propone desarrollar una política de “hospitalidad de retiro” dirigida a extranjeros que busquen residir o pasar largas temporadas en Colombia, mediante una oferta integrada de vivienda, salud, bienestar y servicios, capaz de atraer población de alto poder adquisitivo.

El segmento de retiro internacional merece un instrumento específico dentro de esta propuesta, porque su impacto económico es de un orden de magnitud distinto al del turismo vacacional convencional. Un adulto mayor extranjero que pasa 90 días en Colombia consumiendo servicios de salud, alojamiento,

gastronomía, transporte y ocio de forma continuada genera un impacto local equivalente al de entre 50 y 70 visitas turísticas convencionales. Los precedentes internacionales son verificables: Portugal creó el Visado D7 para nómadas digitales y rentistas con ingresos pasivos; Panamá tiene el programa Pensionado con exenciones fiscales para adultos mayores extranjeros; Costa Rica tiene el régimen Rentista; México consolida comunidades de retiro en Ajijic y Chapala. Colombia reúne las condiciones objetivas para competir en este segmento —clima diverso en múltiples pisos altitudinales, costo de vida competitivo, infraestructura médica de primer nivel en Bogotá y Medellín, gastronomía, conectividad aérea creciente— pero carece de un marco regulatorio específico, una estrategia de posicionamiento y los incentivos fiscales que los países competidores ya tienen en operación.

El gobierno formulará en el primer año un régimen de residencia temporal para adultos mayores con ingresos externos —pensiones, rentas pasivas, rendimientos de capital— que quieran pasar entre 90 y 180 días anuales en Colombia, con un proceso de solicitud simplificado, requisitos de ingreso mínimo verificable y acceso a servicios de salud en condiciones preestablecidas. El diseño tomará como referencia los modelos panameño y portugués, adaptándolos al marco migratorio colombiano vigente.

(Mauricio Cárdenas 7) Se propone articular la estrategia de nearshoring con la política turística, de manera que la llegada de empresas, ejecutivos, inversionistas y talento internacional también impulse la demanda de alojamiento, movilidad y servicios asociados al turismo.

(Abelardo de la Espriella 21) Se propone desarrollar infraestructura deportiva que funcione también como atractivo turístico, de manera que el país pueda captar más visitantes por eventos, competencias y actividades asociadas al deporte.

(David Luna 68) Se propone convertir el turismo gastronómico en una industria estratégica, estructurando la oferta culinaria regional como producto turístico diferenciado y aprovechando la diversidad alimentaria del país como un activo de alto valor.

(David Luna 71) Se propone desarrollar el turismo deportivo como un segmento estratégico, aprovechando eventos, competencias, infraestructura y actividades de alto interés para atraer visitantes y diversificar la oferta del país.

(David Luna 76) Se propone desarrollar productos, servicios y experiencias orientados a la economía plateada, es decir, a la población mayor activa, con el fin de captar un segmento con alto potencial de consumo y creciente relevancia en el mercado turístico.

(Juan Carlos Pinzón 104) Se propone fortalecer el turismo cultural aprovechando como ejes de atracción la biodiversidad, la música, la gastronomía y otros activos distintivos de la identidad colombiana.

Estas propuestas coinciden en que Colombia no necesita promoverlo todo al mismo tiempo ni de la misma manera. Necesita estructurar segmentos claros, con oferta organizada, estándares definidos y capacidad real de posicionamiento nacional e internacional.

PROPUESTA 20

Desarrollo del turismo de naturaleza con enfoque en conservación y participación local

Se estructurará el turismo de naturaleza como una de las principales apuestas del país, garantizando que su desarrollo sea compatible con la conservación ambiental y la participación directa de las comunidades locales.

Esto implica:

definir territorios con vocación de turismo de naturaleza

establecer reglas claras de uso y capacidad de carga

formar a comunidades como prestadores de servicios

integrar el turismo con la bioeconomía

garantizar que el valor económico permanezca en los territorios

El turismo de naturaleza debe ser sostenible y generador de desarrollo local.

Integra: (5)

(BID 168) Desarrollar turismo sostenible que genere empleos verdes.

(BID 250) Impulsar el turismo en la Amazonía como alternativa económica sostenible.

(Iván Cepeda 11) Impulsar el turismo sostenible como eje de desarrollo territorial.

(Sergio Fajardo 36) Desarrollar turismo de naturaleza en la Amazonía con criterios de conservación.

(David Luna 64) Desarrollar turismo de naturaleza en el Pacífico con encadenamientos locales.

(Mauricio Cárdenas 4) Se propone convertir la biodiversidad en un activo estratégico de la política turística nacional, estructurando una oferta basada en naturaleza, paisajes y conservación, de modo que la riqueza ambiental del país se traduzca en atracción de visitantes y generación de valor económico.

(Rafael Nieto 82) Se propone desarrollar el turismo de naturaleza bajo criterios de sostenibilidad, de forma que la riqueza ambiental del país se convierta en motor económico sin comprometer su conservación.

(Enrique Peñalosa 88) Desarrollar zonas turísticas en territorios de alta biodiversidad y vocación natural —Altillanura, Costa Pacífica, Amazonía y zonas de frontera— aprovechando sus activos ambientales como diferenciador competitivo de la oferta colombiana. El modelo replica la lógica de desarrollo regional aplicada en la Altillanura para agroindustria: habilitación de suelo, acceso a insumos competitivos, capital

humano pertinente e infraestructura básica, adaptada al turismo de naturaleza, ecoturismo y bioeconomía. Incluye seguridad jurídica para proyectos privados en zonas de conservación y gobernanza multinivel entre nación, departamentos, municipios y comunidades.

Estas propuestas coinciden en un principio clave: la naturaleza es uno de los principales activos del país, pero debe ser gestionada con responsabilidad.

DESARROLLO TERRITORIAL Y EXPANSIÓN DEL TURISMO

BLOQUE 7

DESARROLLO TERRITORIAL Y EXPANSIÓN DEL TURISMO

PROPUESTA 21

Desarrollo planificado de destinos emergentes para desconcentrar el turismo

Colombia implementará una política activa para desarrollar destinos turísticos emergentes, con el objetivo de desconcentrar la actividad turística que hoy está altamente focalizada en pocos territorios y expandir sus beneficios económicos a nuevas regiones.

Actualmente, una parte importante del turismo internacional y nacional se concentra en Bogotá, Cartagena y Medellín. Esto genera saturación en algunos destinos, mientras que otros territorios con alto potencial permanecen subdesarrollados por falta de inversión, promoción o condiciones habilitantes.

Esta propuesta implica:

identificar y priorizar territorios con alto potencial turístico que hoy no están consolidados

concentrar inversión pública y promoción en esos destinos

articular infraestructura, seguridad, conectividad y producto turístico en esos territorios

evitar la dispersión de recursos en múltiples destinos sin impacto

El desarrollo del turismo no puede seguir siendo espontáneo. Debe ser dirigido.

Integra: (3)

(Juan Manuel Galán 46) Impulsar destinos emergentes que hoy tienen potencial, pero no se han consolidado por falta de inversión y promoción.

(FEDEC 227) Crear una red de destinos turísticos priorizados donde se concentren inversiones y esfuerzos institucionales.

(Abelardo de la Espriella 18) Abrir nuevas regiones turísticas en zonas subaprovechadas, incluyendo territorios afectados por el conflicto.

(Abelardo de la Espriella 24) Desarrollar destinos turísticos en territorios vulnerables como estrategia de desarrollo económico.

(Confetur 208) Articular la promoción turística institucional con los procesos de normalización y reinserción, con asistencia técnica y diseño de productos de turismo comunitario que permitan a las poblaciones locales liderar la oferta exportable de los destinos de paz.

(Abelardo de la Espriella 22) Se propone activar el turismo en zonas de posconflicto, aprovechando la recuperación de la seguridad para llevar inversión, visitantes y oportunidades económicas a territorios históricamente excluidos.

(David Luna 65) Se propone consolidar el Eje Cafetero como uno de los principales nodos turísticos del país, fortaleciendo su oferta, su conectividad, su posicionamiento y su capacidad para atraer visitantes con mayor gasto.

(José Manuel Restrepo 114) Se propone fortalecer la Red de Pueblos Patrimonio para convertirla en un eje de desarrollo turístico territorial, mejorando infraestructura, promoción y articulación con economías locales.

(José Manuel Restrepo 115) Se propone consolidar el turismo cafetero como un producto estratégico del país, articulándolo con la cadena de valor del café, el paisaje cultural y experiencias de alto valor para el visitante.

Estas propuestas coinciden en que el turismo en Colombia no debe crecer solo en los destinos tradicionales, sino expandirse de manera estructurada.

PROPUESTA 22

Integración del turismo como motor de desarrollo económico territorial

El turismo será utilizado como una herramienta explícita de desarrollo económico en regiones que requieren diversificación productiva, generación de empleo, fortalecimiento de economías locales y construcción de nuevas oportunidades de crecimiento basadas en la vocación territorial.

En muchas regiones del país, el turismo puede funcionar como alternativa o complemento a actividades tradicionales, extractivas o de baja capacidad de inclusión productiva. Su valor no está solamente en atraer visitantes, sino en activar cadenas locales, formalizar empleo, dinamizar servicios, fortalecer identidad territorial y contribuir a estrategias más amplias de cohesión social y desarrollo regional.

Esta propuesta implica:

- integrar el turismo con economías locales como agro, cultura, gastronomía, bioeconomía y servicios
- usarlo como alternativa en territorios de transición económica o baja diversificación
- articularlo con políticas de desarrollo regional y descentralización
- fortalecer infraestructura productiva y condiciones para el empleo formal territorial
- permitir que cada región desarrolle su potencial turístico conforme a su vocación y realidad local

El turismo no debe verse como una actividad adicional, sino como una herramienta estructural de desarrollo territorial.

Integra: (7)

- (Iván Cepeda 13) Integrar el turismo con economías locales como agroecología, cultura y bioeconomía.
- (BID 251) Promover el turismo en regiones de transición productiva como alternativa al extractivismo.
- (Abelardo de la Espriella 23) Utilizar el turismo como estrategia de desarrollo económico y reducción de violencia en territorios.
- (Sergio Fajardo 43) Reconocer el turismo como política de cohesión social y desarrollo territorial.
- (Claudia López 54) Impulsar el desarrollo económico regional mediante infraestructura productiva y fomento de empresas formales vinculadas al turismo.
- (Claudia López 57) Avanzar en la descentralización para que los territorios decidan sobre su desarrollo económico según su vocación productiva.
- (Enrique Peñalosa 90) Desarrollar el turismo como sector estratégico dentro de una política de crecimiento regional basada en biodiversidad, diferenciación territorial y aprovechamiento de capacidades locales.

(Iván Cepeda 14) Promover el turismo como parte de la transformación productiva de regiones históricamente excluidas, en particular en el Pacífico, con el objetivo de generar empleo, arraigo territorial y alternativas económicas sostenibles.

(Juan Manuel Galán 52) Se propone financiar programas de valorización cultural y territorial, con el fin de convertir la identidad, el patrimonio, la gastronomía y los paisajes locales en activos turísticos de alto valor y sostenibles en el tiempo.

(Claudia López 56) Promover la productividad regional mediante el apoyo a sectores económicos intensivos en empleo, facilitando condiciones para la inversión, el desarrollo empresarial y la generación de ingresos en los territorios.

Estas propuestas coinciden en que el turismo puede ser una herramienta estructural de desarrollo, no solo una actividad económica adicional. Bien orientado, permite activar territorios, diversificar economías regionales y construir crecimiento más distribuido, coherente con la vocación de cada región.

PROPUESTA 23

Desarrollo del turismo comunitario, étnico y rural con participación real de las comunidades

Se desarrollará una política de turismo comunitario y étnico que garantice la participación activa y vinculante de las comunidades en la prestación de servicios turísticos y en la captura del valor económico generado.

Hoy, en muchos territorios, las comunidades son parte del entorno turístico, pero no participan de manera significativa en los beneficios económicos.

Esta propuesta implica:

formación de comunidades como prestadores de servicios turísticos

desarrollo de modelos de turismo comunitario estructurados

inclusión de comunidades indígenas, afrodescendientes y rurales en la cadena de valor

mecanismos para garantizar que el ingreso permanezca en el territorio

Integra: (5)

(Juan Manuel Galán 49) Desarrollar turismo étnico con participación activa de comunidades.

(Juan Manuel Galán 50) Fortalecer modelos de turismo comunitario con articulación local.

(Iván Cepeda 12) Fortalecer economías locales mediante turismo comunitario.

(Documento Turismo y Medio Ambiente 257) Formar a comunidades locales como prestadores turísticos.

(FEDEC 233) Focalizar el desarrollo turístico en comunidades rurales e indígenas.

(Iván Cepeda 12) Fortalecer las economías locales a través del turismo comunitario, promoviendo la participación directa de comunidades afrodescendientes, indígenas y campesinas en la prestación de servicios turísticos y en la captura del valor económico generado.

El turismo tiene que desarrollarse con las comunidades.

ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS Y ECONOMÍA LOCAL

BLOQUE 8

ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS Y ECONOMÍA LOCAL

PROPUESTA 24

Integración del turismo con las economías locales y cadenas productivas

Se desarrollará una política de encadenamientos productivos que conecte el turismo con otros sectores de la economía local, de manera que el gasto del visitante se distribuya en múltiples actividades y permanezca en el territorio.

Hoy, una parte importante del gasto turístico se concentra en pocos actores, sin generar efectos amplios en la economía regional.

Esta política buscará integrar el turismo con:

gastronomía local

comercio

artesanías

agroindustria

servicios culturales

Integra: (3)

(David Luna 66) Implementar encadenamientos productivos entre turismo y sectores como gastronomía, comercio y cultura.

(Juan Manuel Galán 47) Crear un marco normativo para encadenamientos productivos en turismo.

(Iván Cepeda 15) Articular el turismo con la economía popular y servicios locales.

(Mauricio Cárdenas 5) Se propone crear zonas francas especializadas en salud y cuidado orientadas a atraer visitantes internacionales que viajen a Colombia por servicios médicos, odontológicos, estéticos o de bienestar, fortaleciendo así el turismo de salud como segmento de alto gasto.

(Iván Cepeda 13) Integrar el turismo dentro de una estrategia más amplia de economías de vida, articulándolo con sectores como la agroecología, la cultura y la bioeconomía regional para diversificar las fuentes de ingreso en los territorios.

(ACOTUR 151) Estimular a empresas que integren proveedores locales en su cadena de valor, ofertando productos que promuevan la sostenibilidad territorial y permitan llegar a nuevos mercados.

Estas propuestas coinciden en que el turismo debe ser un multiplicador económico y polo de desarrollo.

PROPUESTA 25

Fortalecimiento de mipymes y economía popular dentro del turismo

Se implementará una política específica para fortalecer a las pequeñas y medianas empresas del sector turístico, así como a la economía popular, facilitando su acceso a financiamiento, formación, mercados y procesos de formalización.

El crecimiento del turismo no puede depender únicamente de grandes operadores. Debe incluir a miles de pequeños actores que hoy enfrentan barreras para participar plenamente del sector.

Integra: (3)

(ACOPI 131) Apoyar la internacionalización de mipymes turísticas.

(ACOPI 132) Crear líneas de microcrédito subsidiado para emprendimientos turísticos.

(David Luna 67) Desarrollar programas empresariales para economía popular en turismo.

(Iván Cepeda 15) Impulsar el turismo articulado a la economía popular, incluyendo actividades como gastronomía, servicios locales y emprendimientos comunitarios, como mecanismo de generación de ingresos en territorios marginados.

(ACOTUR 150) Reducir cargas temporales y ampliar el acceso a capacitación y créditos para micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, estimulando su formalización y crecimiento.

Estas propuestas coinciden en que el turismo debe ser incluyente en su estructura económica.

TALENTO HUMANO Y EMPLEO

BLOQUE 9

TALENTO HUMANO Y EMPLEO

PROPUESTA 26

Sistema nacional de formación en turismo orientado a calidad y servicio

Se implementará un sistema integral de formación del talento humano en turismo, alineado con las necesidades reales del sector y enfocado en calidad del servicio, operación, gestión, especialización, bilingüismo, sostenibilidad y capacidades digitales.

El turismo es una industria intensiva en servicio. Sin talento humano bien formado, no hay experiencia de calidad, ni reputación sostenible, ni competitividad internacional. El país necesita cerrar brechas entre la oferta educativa y las necesidades reales del mercado turístico, con mayor pertinencia regional y mejor articulación con la vocación productiva de los territorios.

Esta propuesta implica:

- fortalecer programas de formación técnica y tecnológica para el sector
- articular SENA, instituciones de educación superior y empresas turísticas
- desarrollar capacidades en servicio, operación, bilingüismo, digitalización y sostenibilidad
- adaptar la formación a las necesidades regionales y a los segmentos priorizados
- convertir la capacitación en una política estructural de calidad turística

La calidad del servicio no se improvisa: se forma.

Integra: (6)

- (COTELCO 175) Fortalecer formación en bilingüismo y servicio.

- (David Luna 70) Crear un plan nacional de formación del talento humano en turismo.
- (David Luna 12) Fortalecer formación regional a través del SENA.
- (Rafael Nieto 174) Reforzar el papel del SENA en capacitación sectorial.

(ACOLAP 33) Crear incentivos al primer empleo en el sector de parques y entretenimiento, reconociendo que el 70% de su fuerza laboral son jóvenes entre 18 y 25 años, con alivio de la carga prestacional.

(ACOTUR 166) Crear subsidios a la contratación regional formal en territorios priorizados e incentivos a MIPYMES turísticas que integren proveedores locales y generen encadenamientos productivos.

(Confetur 205) Impulsar bilingüismo técnico sectorial con modelo dual, señalización bilingüe, guianza certificada en inglés y herramientas de IA para formación situacional escalable, coordinado con el SENA e instituciones de educación superior.

(Confetur 206) Escalar el modelo de formación dual en turismo para cerrar la brecha entre oferta educativa y competencias requeridas: gestión de datos, experiencias regenerativas, estándares internacionales y microcertificaciones digitales.

- (ANATO 175) Fortalecer la formación del talento humano con programas enfocados en bilingüismo, habilidades digitales, sostenibilidad y atención al cliente, alineados con las demandas del mercado turístico global.
- (Enrique Peñalosa 99) Capacitar el capital humano mediante programas técnicos y tecnológicos específicos para cada región, ajustados a sus vocaciones productivas y necesidades sectoriales.

(David Luna 72) Se propone fortalecer la formación rural en turismo de naturaleza, de modo que las comunidades ubicadas en territorios con riqueza ambiental puedan participar de manera directa y calificada en la prestación de servicios turísticos.

(David Luna 74) Se propone desarrollar programas de formación turística con el SENA en las regiones, acercando la capacitación técnica a los territorios con vocación turística y facilitando la creación de capacidades locales permanentes.

(David Luna 75) Se propone incorporar el turismo y el emprendimiento local al currículo de la educación rural, para que en los territorios con vocación turística esta actividad sea vista desde temprano como una opción real de desarrollo económico y proyecto de vida.

(Rafael Nieto 81) Se propone fortalecer la formación del SENA en áreas relacionadas con turismo, hospitalidad, servicios y operación, para alinear la preparación del talento humano con las necesidades reales del sector.

(Enrique Peñalosa 99) Se propone fortalecer el capital humano del sector turístico mediante programas de formación técnica y tecnológica alineados con las necesidades de los destinos y las vocaciones productivas regionales.

(CONFETUR 206) Escalar la formación dual en turismo —vínculo teórico-práctico operado por Uniempresarial, Confetur y alianzas universitarias— para cerrar la brecha entre oferta educativa y competencias requeridas: gestión de datos, diseño de experiencias regenerativas, estándares internacionales de hospitalidad y administración de negocios con criterios de sostenibilidad. Incluye microcertificaciones sobre soporte tecnológico para microestadias, motores de búsqueda y comercialización digital.

(FEDEC 229) Se propone fortalecer la formación del talento humano en turismo, con énfasis en idiomas, servicio al cliente y turismo especializado, para mejorar la calidad de la experiencia del visitante.

Estas propuestas coinciden en que la calidad del servicio es uno de los principales diferenciales del turismo y que Colombia no podrá competir de manera sostenida sin una política seria, regionalizada y permanente de formación del talento humano.

PROPUESTA 27

Política de bilingüismo y capacidades para atención internacional

Se implementará una política específica de bilingüismo en el sector turístico, orientada a mejorar la capacidad del país para atender visitantes internacionales.

Esto incluye:

formación en idiomas en programas técnicos y tecnológicos

fortalecimiento del inglés en regiones turísticas

certificación de competencias

Integra: (2)

(Mauricio Cárdenas 3) Hacer obligatorio el bilingüismo en programas de formación vinculados al turismo.

(COTELCO 175) Formación en bilingüismo para mejorar la experiencia del visitante.

(COTELCO 198) Implementar programas estructurados de formación en bilingüismo y servicio, orientados a mejorar la experiencia del visitante y elevar los estándares del talento humano del sector.

(CONFETUR 205) Impulsar un programa de bilingüismo técnico para el sector turístico con señalización bilingüe en destinos, guianza local certificada en inglés y herramientas de inteligencia artificial para formación situacional escalable —referenciando el modelo de la plataforma india LIQVID, que simula roles específicos de hospitalidad. La propuesta se coordina con el SENA e instituciones de educación superior bajo esquema de formación dual, priorizando el inglés situacional y técnico.

PROPUESTA 28

Generación de empleo formal e inclusivo en el sector turístico

Se promoverá el turismo como una fuente de empleo formal, con especial énfasis en la inclusión de jóvenes, mujeres y poblaciones vulnerables.

Integra: (3)

(COTELCO 199) Política de empleo inclusivo en turismo.

(MEDEX 42) Sistema de inserción laboral juvenil en turismo.

(David Luna 62) Meta de aumento de empleo formal en el sector.

(Vicky Dávila 33) Se propone crear una bolsa nacional de empleo turístico que articule oferta y demanda laboral en el sector, facilitando la contratación y mejorando la conexión entre empresas y talento disponible.

(ACOLAP 128) Crear un incentivo que reconozca la vocación del sector como principal puerta de entrada al mercado laboral formal: el 70% de sus trabajadores son jóvenes entre 18 y 25 años y el 50% son mujeres. Articulado con la política nacional de primer empleo, el incentivo debe aliviar la carga prestacional y estimular la contratación formal en un segmento compuesto mayoritariamente por micro y pequeñas empresas con limitada capacidad de absorción de costos laborales fijos.

(ACOTUR 149) Crear incentivos a empresas que contraten formalmente en territorios turísticos priorizados, con el fin de consolidar el empleo formal y los encadenamientos productivos locales.

PROMOCIÓN INTERNACIONAL, POSICIONAMIENTO Y APERTURA DE MERCADOS

BLOQUE 10

PROMOCIÓN INTERNACIONAL, POSICIONAMIENTO Y APERTURA DE MERCADOS

PROPUESTA 29

Transformación de la promoción turística internacional: de campañas generales a estrategias diferenciadas por mercado, perfil de visitante y tipo de producto

Colombia reorganizará por completo su estrategia de promoción turística internacional para dejar atrás las campañas genéricas dirigidas a “todo el mundo” y pasar a una política de promoción diferenciada, focalizada y orientada a resultados.

El enfoque actual de mensajes amplios y poco segmentados es insuficiente para atraer visitantes de mayor valor, consolidar segmentos estratégicos y construir reputación en mercados prioritarios. La promoción turística debe dejar de operar como una vitrina generalista y convertirse en una estrategia precisa de atracción de demanda calificada.

Esta propuesta implica:

- definir mercados emisores prioritarios
- construir campañas diferenciadas según perfil de visitante y tipo de producto
- promover segmentos de alto valor como naturaleza, cultura, experiencias, salud y MICE
- articular promoción con conectividad, seguridad y estructuración de producto
- orientar la inversión promocional a resultados medibles

Colombia no debe seguir promocionándose igual para todos ni buscando cualquier visitante de cualquier manera.

Integra: (5)

- (Juan Carlos Pinzón 284) Desarrollar campañas diferenciadas por mercado.
- (Pablo Nieto Loaiza 286) Enfocar promoción en segmentos específicos.
- (David Luna 282) Reorientar la promoción hacia visitantes y productos de mayor valor.
- (MEDEX 6) Pasar de una lógica de volumen a una lógica de valor.
- (ANATO 172) Fortalecer la promoción internacional priorizando mercados estratégicos y segmentos de alto valor como naturaleza, cultura, experiencias y MICE, mediante alianzas público-privadas y una presencia institucional más activa en escenarios globales.

(Confetur 207) Priorizar la estrategia de turismo multidesino articulando con el Gran Caribe, la comunidad hispana de Norteamérica y países suramericanos, con circuitos temáticos de alto impacto como la Ruta del Realismo Mágico y la Ruta de La Vorágine.

(ACOTUR 138) Desarrollar una estrategia de promoción internacional segmentada por nichos de alto valor: ecoturismo, turismo cultural y turismo comunitario, alineada con metas de impacto y no solo de volumen.

(Pablo Nieto Loaiza 288) Se propone incrementar la participación de extranjeros puros del 67% al 75% del total de llegadas internacionales, con el fin de mejorar el rendimiento económico del turismo sin depender únicamente del crecimiento en volumen.

Estas propuestas coinciden en una misma idea de fondo: la promoción internacional de Colombia debe dejar de ser genérica y convertirse en una estrategia diferenciada por mercado, visitante y producto, capaz de atraer mejor demanda y no solo más visibilidad.

PROPUESTA 29B

Reorientación del perfil de demanda: de turismo de volumen a turismo de valor

Llegar a 12 millones de visitantes con la misma composición de demanda de hoy generaría divisas muy por debajo de las proyectadas. El 28% de los visitantes actuales son colombianos residentes en el exterior que visitan familia —turismo VFR— con un gasto promedio de USD 80–90 diarios, frente a los USD 150–280 de un turista extranjero especializado en naturaleza o bienestar (DANE-EGIT / MinCIT, 2024). A escala de millones de llegadas, esa diferencia de composición vale miles de millones en divisas no capturadas. El plan debe producir no solo más visitantes, sino visitantes con mayor gasto promedio.

Esta propuesta desarrolla tres instrumentos específicos que operan en paralelo con la meta de volumen:

Primero, un programa nacional de producto turístico de alto valor en naturaleza, bienestar y turismo científico, con estándares de certificación, rutas comercializables y presupuesto diferenciado de ProColombia para esos tres segmentos. El objetivo es que el gasto promedio del extranjero puro pase de los USD 150–180 actuales al rango de USD 200–250 que alcanzan los mismos segmentos en Costa Rica y Perú.

Segundo, una estrategia de apertura de mercados emisores de largo recorrido —Europa occidental, Asia del Este y Oceanía— que hoy no tienen conexión directa frecuente con Colombia y cuyo gasto promedio por viaje es sistemáticamente superior al de los mercados regionales latinoamericanos, por el efecto de estadías más largas y mayor inversión en experiencias. Esta estrategia se articula con la política de cielos abiertos de la Propuesta 1 y con los acuerdos bilaterales de conectividad.

Tercero, un mecanismo trimestral de seguimiento de la composición de la demanda —porcentaje de participación del segmento VFR frente al extranjero puro— con meta de reducir el peso relativo del VFR del 28% al 25% del total de llegadas en 2030 sin disminuir el volumen absoluto de esa diáspora, que seguirá creciendo. La reducción del peso relativo se logra haciendo crecer los otros segmentos más rápido, no desestimulando la llegada de colombianos residentes en el exterior.

Integra:

- (Pablo Nieto Loaiza Plan 12M 286) Desarrollar productos de alto valor en naturaleza, bienestar y turismo cultural para elevar el gasto promedio por visitante.
- (Pablo Nieto Loaiza Plan 12M 287) Reorientar la composición de la demanda hacia visitantes de mayor valor, reduciendo el peso relativo del segmento VFR.
- (Pablo Nieto Loaiza Plan 12M 288) Incrementar la participación de extranjeros puros del 67% al 70–75% del total de llegadas.
- (Pablo Nieto Loaiza Plan 12M 289) Diseñar campañas diferenciadas por segmento dirigidas a mercados emisores estratégicos.
- (Pablo Nieto Loaiza Plan 12M 290) Desarrollar instrumentos de inversión que prioricen la oferta turística de alto valor.
- (MEDEX 278) Reorientar la política turística desde turismo de volumen hacia turismo de valor.
- (ANATO 172) Fortalecer la promoción internacional priorizando segmentos de alto valor.
- (Mauricio Cárdenas 9) Fortalecer a ProColombia como plataforma de atracción de visitantes de alto valor.

Metas verificables al 2030:

- Participación del segmento de extranjeros puros en el total de VNR: 70% (base 2024: 67%).
- Participación del segmento VFR en el total de VNR: 25% o menos (base 2024: 28%).
- Gasto promedio por visitante: USD 1.750–1.950 (base 2024: USD 1.527).
- Al menos tres productos turísticos de alto valor con certificación y distribución internacional activa en naturaleza, bienestar y turismo científico, antes de 2028.
- Al menos cinco nuevos acuerdos de conectividad con mercados emisores de largo recorrido sin conexión directa actual, antes de 2029.

La reorientación de la demanda es la condición que hace creíble la proyección de divisas del Plan Turismo 12M. Sin ella, doce millones de visitantes con el mix actual generan un resultado fiscal y económico muy diferente al proyectado. Con ella, el turismo puede superar al petróleo como primera fuente de divisas del país antes de que termine la década.

PROPUESTA 30

Conversión de ProColombia en una plataforma de promoción turística más precisa, más inteligente y más orientada a resultados

Se fortalecerá y modernizará a ProColombia para que deje de operar únicamente como una agencia de promoción general y se convierta en una verdadera plataforma de inteligencia, segmentación y apertura de mercados para el turismo colombiano.

Esto significa dotarla de mejores capacidades para identificar oportunidades, analizar comportamiento de mercados emisores, anticipar tendencias, coordinar campañas específicas y medir con mayor rigor qué acciones de promoción realmente producen visitantes, gasto e interés de inversión.

La transformación incluirá:

uso intensivo de datos e inteligencia de mercados para orientar promoción

incorporación de herramientas avanzadas de segmentación, incluyendo inteligencia artificial donde agregue valor real

articulación de promoción turística con apertura de rutas, diplomacia económica y estrategia de inversión

medición de resultados por mercado, producto turístico y perfil de visitante

fortalecimiento de la capacidad institucional de ProColombia para trabajar el turismo como exportación de servicios

La promoción internacional no puede seguir basándose únicamente en intuición, presencia institucional o campañas estéticas. Debe operar con criterio de mercado.

Integra: (4)

(Juan Carlos Pinzón 109) Modernizar ProColombia mediante herramientas de inteligencia artificial y análisis avanzado de información, para hacer más precisa y segmentada la promoción del país como destino.

(Mauricio Cárdenas 9) Fortalecer a ProColombia como la principal plataforma de promoción internacional del turismo colombiano, dotándola de más capacidad para posicionar el país en mercados estratégicos y atraer visitantes de alto valor.

(Mauricio Cárdenas 8) Estructurar un portafolio nacional de proyectos turísticos listo para presentar ante inversionistas, lo cual requiere una institución capaz de promocionar no solo destinos, sino oportunidades concretas de desarrollo turístico.

(MEDEX 266) Acelerar la transformación digital del sector turístico y su acceso a canales de comercialización más amplios, lo cual se conecta con una promoción internacional más moderna y mejor orientada.

(Sergio Fajardo 39) Crear una plataforma nacional de inteligencia turística que integre datos sobre visitantes, gasto, ocupación y comportamiento del mercado para fundamentar las decisiones de política pública y promoción.

Estas propuestas coinciden en que Colombia necesita una institución promotora más moderna, más técnica y menos dependiente de la lógica tradicional de promoción generalista.

Diplomacia turística activa: convertir la red diplomática colombiana en una herramienta real de atracción de turistas, reputación e inversión

Colombia pondrá al servicio del turismo su red de embajadas, consulados y oficinas diplomáticas, integrando la diplomacia con la promoción turística, la apertura de mercados y la atracción de inversión vinculada al sector.

Hasta ahora, la política exterior y la política turística han operado muchas veces como mundos paralelos. Sin embargo, para un país que quiere crecer rápidamente en turismo internacional, la red diplomática puede y debe cumplir una función más activa: promover el país, facilitar vínculos con operadores y aerolíneas, apoyar eventos de posicionamiento, abrir espacios de reputación y acompañar estrategias de atracción de inversión.

Esta propuesta implica:

dar a embajadas y consulados un mandato explícito en promoción turística

articular diplomacia con mercados prioritarios, ferias, eventos y campañas

usar la red exterior para abrir oportunidades de conectividad, promoción y negocios

coordinar acción diplomática con ProColombia, Cancillería y sector turístico

La diplomacia dejará de ser solo representación y pasará a ser también un instrumento de apertura económica del turismo.

Integra: (4)

(Rafael Nieto Loaiza 86) Convertir embajadas y consulados en plataformas activas de promoción turística, de modo que la diplomacia colombiana contribuya directamente a atraer visitantes e inversión.

(Abelardo de la Espriella 19) Utilizar embajadas y consulados como instrumentos activos de promoción internacional del turismo colombiano.

(Juan Carlos Pinzón 102) Integrar la política de conectividad aérea con una estrategia de diplomacia turística, para que la apertura de rutas y la promoción internacional avancen en la misma dirección.

(Juan Carlos Pinzón 284) Diseñar campañas diferenciadas por mercados, lo que exige una red internacional más activa y mejor coordinada.

*Estas propuestas coinciden en que la promoción internacional del turismo no puede descansar solo en campañas pagas o ferias **especializadas** sino que debe estar respaldada por una acción diplomática coherente y permanente.*

PROPUESTA 32

Vinculación estratégica de la diáspora colombiana como red de recomendación, reputación y atracción turística

Colombia desarrollará una estrategia específica para vincular a la diáspora colombiana como aliada en la promoción del turismo, aprovechando su presencia en distintos países como una red natural de reputación, recomendación y conexión con potenciales visitantes.

Los colombianos en el exterior no solo mantienen vínculos familiares y afectivos con el país, sino que tienen capacidad real de influir en decisiones de viaje, posicionar narrativas positivas, atraer visitantes y facilitar redes económicas y sociales. Esa capacidad no debe quedar al azar.

La estrategia incluirá:

campañas dirigidas a comunidades colombianas en el exterior

activación de redes de recomendación y referencia

vinculación de la diáspora a esfuerzos de posicionamiento cultural y turístico

articulación con embajadas, consulados y promoción internacional

La diáspora no debe ser vista solamente como un público nostálgico o familiar, sino como una palanca real de expansión del turismo.

Integra: (3)

(Juan Carlos Pinzón 111) Vincular a la diáspora colombiana como promotora activa del turismo nacional, aprovechando su presencia internacional como canal de reputación, recomendación y atracción de visitantes.

(Sergio Fajardo 1) Fortalecer la identidad territorial y el orgullo nacional como activos turísticos, lo que también se proyecta hacia los colombianos que viven fuera del país.

(Sergio Fajardo 43) Reconocer el turismo como una herramienta de cohesión e identidad, incluyendo la forma en que el país se narra hacia adentro y hacia afuera.

Estas propuestas coinciden en que la identidad colombiana en el exterior puede convertirse en una ventaja competitiva si se organiza de forma intencional.

GOBERNANZA, INSTITUCIONALIDAD Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DEL SECTOR

BLOQUE 11

GOBERNANZA, INSTITUCIONALIDAD Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DEL SECTOR

PROPUESTA 33

Creación de una dirección estratégica única para el turismo colombiano, con metas, seguimiento y capacidad real de coordinación

Colombia adoptará una arquitectura de dirección estratégica para el turismo que le dé al sector una hoja de ruta única, metas medibles, mecanismos de seguimiento y capacidad real de coordinación entre entidades nacionales, territoriales y privadas.

Uno de los problemas estructurales del turismo colombiano es que muchas decisiones existen, pero no forman parte de una sola estrategia. Hay promoción sin conectividad suficiente, inversión sin articulación territorial, formación sin inserción laboral clara, y múltiples iniciativas dispersas sin una dirección común. El resultado es que el sector avanza, pero no siempre de manera acumulativa.

Esta propuesta implica:

construir una hoja de ruta única del sector

definir metas verificables de crecimiento, gasto, formalidad, empleo y desarrollo territorial

establecer instancias permanentes de seguimiento

unificar criterios de acción entre entidades públicas y territorios

evitar que cada programa o institución opere de forma aislada

El turismo dejará de gestionarse como suma de iniciativas y pasará a gestionarse como una política con dirección.

Integra: (5)

(David Luna 60) Construir una hoja de ruta única del sector turístico con indicadores verificables, metas claras y mecanismos de seguimiento periódico.

(David Luna 77) Implementar un sistema de evaluación de la política turística basado en resultados medibles como formalización, empleo, gasto por visitante y desarrollo territorial.

(FEDEC 212) Crear un Sistema Nacional de Turismo Seguro, Competitivo y Sostenible, entendido como una estructura integral de política pública que articule seguridad, gobernanza, competitividad, calidad, talento humano y desarrollo territorial.

(FEDEC 219) Establecer mecanismos efectivos de coordinación entre Nación, territorios y sector privado para alinear estrategias, inversiones y acciones.

(FEDEC 220) Crear sistemas de seguimiento e indicadores del sector turístico para medir desempeño y orientar decisiones.

Estas propuestas coinciden en que Colombia no necesita más acciones aisladas, sino una conducción estratégica que convierta al turismo en una política acumulativa y evaluable.

PROPUESTA 34

Construcción de una política de turismo de largo plazo que sobreviva a los cambios de gobierno

Se formulará una política turística de largo plazo, con horizonte de 20 a 30 años, que permita dar continuidad al desarrollo del sector más allá de los ciclos políticos y evitar que cada gobierno reinicie prioridades, cambie metas o altere el rumbo estratégico de la actividad turística nacional.

El turismo requiere tiempo para madurar destinos, consolidar reputación, desarrollar infraestructura, formar talento humano y construir confianza internacional. No puede seguir operando bajo una lógica de corto plazo, sometido a giros coyunturales o a la ausencia de continuidad institucional.

Esta propuesta implica:

- definir objetivos estratégicos compartidos de largo plazo
- blindar metas estructurales frente a cambios de gobierno
- establecer mecanismos de continuidad institucional y seguimiento
- diferenciar metas de cuatrienio y transformaciones de largo aliento
- consolidar el turismo como política de Estado

El país necesita una hoja de ruta duradera y no una suma de apuestas temporales.

Integra: (5)

- (Rafael Nieto Loaiza 85) Construir una visión turística con horizonte de 25 a 30 años.
- (FEDEC 217) Formular una política turística con horizonte de 20 años.
- (David Luna 60) Crear una hoja de ruta única de largo plazo para el sector.
- (Juan Carlos Pinzón 145) Definir metas nacionales ambiciosas y sostenidas para el turismo.
- (ANATO 170) Consolidar el turismo como una política de Estado de largo plazo para asegurar continuidad estratégica, generación de empleo, divisas y desarrollo territorial.

Estas propuestas coinciden en que la volatilidad institucional es una de las debilidades del sector y que el turismo necesita una lógica de política de Estado, con continuidad suficiente para madurar resultados y sostener una visión nacional en el tiempo.

PROPUESTA 35

Fortalecimiento de la institucionalidad turística nacional, incluyendo la discusión sobre un Ministerio de Turismo

Colombia fortalecerá la institucionalidad pública encargada de dirigir el turismo, evaluando si el diseño actual tiene la capacidad técnica, operativa, presupuestal y política suficiente para liderar una agenda sectorial de la escala que el país necesita.

El crecimiento del turismo como sector estratégico exige una entidad rectora más fuerte, con capacidad de coordinación intersectorial, formulación técnica, ejecución efectiva y presencia real dentro de la arquitectura del Estado. Esto incluye revisar si el modelo actual debe fortalecerse dentro de su estructura vigente o si el país debe avanzar hacia una institucionalidad de mayor jerarquía y autonomía.

Esta propuesta implica:

- fortalecer capacidades técnicas y operativas del Viceministerio o entidad líder
- revisar la suficiencia del diseño institucional actual
- dotar al sector de mayor presupuesto y capacidad de ejecución
- garantizar coordinación real con otras carteras y niveles de gobierno
- abrir la discusión sobre una estructura institucional más robusta, incluyendo la opción de un Ministerio de Turismo

La pregunta no es solo si la institucionalidad actual existe, sino si tiene la fuerza necesaria para conducir de verdad el sector.

Integra: (4)

- (Rafael Nieto Loaiza 84) Crear un Ministerio de Turismo independiente.
- (FEDEC 218) Fortalecer el Viceministerio de Turismo.
- (Juan Carlos Pinzón 75) Dar mayor estructura de dirección al turismo nacional.
- (ANATO 173) Reestructurar el Viceministerio de Turismo para dotarlo de mayores capacidades operativas, técnicas y de coordinación administrativa.

Estas propuestas no son idénticas, pero sí convergen en una misma pregunta estratégica: cómo darle al turismo una capacidad de dirección y coordinación más robusta que la actual, acorde con su importancia económica y territorial.

PROPUESTA 36

Creación de un sistema permanente de gobernanza público-privada del turismo

Se creará una instancia permanente de gobernanza público-privada para el turismo colombiano, con participación del Gobierno nacional, autoridades territoriales, gremios, academia y actores relevantes del sector.

El turismo no puede diseñarse de espaldas al sector privado, pero tampoco puede quedar capturado por intereses fragmentados o coyunturales. Lo que se necesita es una mesa estable de coordinación donde se puedan alinear prioridades, identificar cuellos de botella, hacer seguimiento a la ejecución y construir acuerdos sobre inversión, promoción, talento humano y desarrollo territorial.

Esta instancia permitirá:

- mejorar la coordinación entre actores
- hacer seguimiento a la ejecución de la política turística
- corregir problemas de manera más rápida
- incorporar conocimiento técnico y territorial a la toma de decisiones
- alinear inversiones y acciones entre Nación, territorios y sector privado

La gobernanza turística debe ser compartida, pero con dirección clara.

Integra: (4)

- (Juan Carlos Pinzón 108) Crear un consejo público-privado de turismo que articule al Estado, gremios, academia y territorios.
- (FEDEC 219) Establecer mecanismos efectivos de coordinación entre Nación, territorios y sector privado.
- (Sergio Fajardo 35) Articular los distintos destinos turísticos del país dentro de una estrategia nacional coherente.
- (ANATO 181) Fortalecer la coordinación entre el Gobierno Nacional, las entidades territoriales y el sector privado mediante espacios permanentes de articulación estratégica para alinear inversiones y acciones conjuntas.

Estas propuestas coinciden en que la dispersión institucional y territorial del turismo colombiano no se resuelve con órdenes unilaterales, sino con estructuras permanentes de coordinación, concertación y seguimiento compartido.

BLOQUE 12

FINANCIAMIENTO DEL SECTOR Y MOVILIZACIÓN DE RECURSOS

PROPUESTA 37

Creación de un sistema de financiación estructurado y permanente para el turismo colombiano

Colombia establecerá un sistema de financiación del turismo que permita asegurar recursos estables, previsibles y estratégicamente orientados para el desarrollo del sector, superando la actual dispersión de fuentes, la baja capacidad de ejecución y la dependencia de asignaciones presupuestales no siempre consistentes.

Hoy, el turismo enfrenta un problema estructural: existen recursos (públicos y privados), pero no están organizados bajo una lógica clara de priorización, impacto y continuidad. Esto se traduce en inversiones fragmentadas, proyectos inconclusos y ausencia de masa crítica en los territorios.

Esta propuesta implica:

reorganizar y fortalecer las fuentes existentes de financiación (incluyendo FONTUR) para que operen bajo criterios de impacto y priorización territorial

crear mecanismos que aseguren flujo constante de recursos para promoción, infraestructura, formación y calidad

evitar la dispersión de inversiones en múltiples frentes sin escala suficiente

alineal el uso de recursos con las prioridades del plan turístico nacional

El objetivo es aumentar recursos y asegurar que los recursos existentes se utilicen de manera estratégica y sostenida.

Integra: (3)

(COTELCO 192) Crear un Fondo Parafiscal de la Hotelería que concentre recursos para promoción, modernización, formación e infraestructura del sector, con financiación estable y sostenida en el tiempo. Esta propuesta parte de la necesidad de tener recursos propios del sector que no dependan exclusivamente del presupuesto nacional.

(FEDEC 234) Posicionar el turismo como una industria estratégica nacional que requiere inversión constante en competitividad, capacitación e innovación, lo que implica estructurar fuentes de financiación acordes con esa importancia.

(ACOLAP 126) Crear líneas de crédito especializadas con tasas compensadas vía Bancóldex y Findeter, diseñadas para los ciclos de retorno de la industria de parques y atracciones.

(Confetur 209) Establecer alianzas Banca-FNG-Confetur y MinCIT-Bancóldex-economía solidaria para crédito con garantías específicas, tasas compensadas y plazos de gracia para MIPYMES turísticas en regiones de difícil acceso.

(FEDEC 235) Fortalecer la competitividad del sector mediante inversión sostenida en infraestructura, talento humano y tecnología, lo que exige mecanismos financieros que no sean episódicos.

(Confetur 211) Ejercer autoridad democrática efectiva contra el mercantilismo sexual, la trata de personas y los paquetes internacionales con contenido delictivo, mediante protocolos específicos con aerolíneas, consulados y plataformas digitales, con policía turística de perfil preventivo coordinada con la fuerza pública.

(Sergio Fajardo 40) Se propone poner en marcha un plan de modernización de la oferta turística, financiado a través de FONTUR, para renovar instalaciones, mejorar estándares de calidad y fortalecer destinos que hoy no cumplen plenamente con las expectativas del turismo de mayor valor.

(COTELCO 195) Aumentar de manera significativa los recursos del Presupuesto General de la Nación destinados al turismo, reconociendo al sector como generador de divisas, empleo y desarrollo territorial.

Estas propuestas coinciden en que es importante que en el turismo haya dinero hay que se sepa cómo se organiza y se sostiene en el tiempo.

PROPUESTA 38

Mobilización activa de inversión privada nacional e internacional hacia el turismo

El Estado desarrollará una política explícita para atraer y movilizar inversión privada hacia el sector turístico, creando condiciones que hagan viable, rentable y predecible la inversión en destinos, infraestructura, alojamiento, servicios y proyectos de alto impacto territorial.

Colombia tiene potencial para atraer inversión turística, pero enfrenta obstáculos como incertidumbre regulatoria, baja estructuración de proyectos, dificultades en trámites, falta de información para inversionistas y ausencia de portafolios claros de oportunidad. El turismo no crecerá únicamente con recursos públicos: necesita capital privado que encuentre condiciones claras para invertir.

Esta propuesta implica:

- estructurar y mantener actualizado un portafolio nacional de proyectos turísticos
- generar condiciones regulatorias que reduzcan incertidumbre
- promover activamente oportunidades en mercados internacionales
- vincular inversión con desarrollo regional, conectividad y empleo
- facilitar la llegada de capital de largo plazo para proyectos estratégicos

La inversión privada debe dejar de llegar de manera accidental y empezar a atraerse de manera deliberada.

Integra: (4)

- (MEDEX 280) Movilizar capital privado hacia proyectos turísticos.
- (Mauricio Cárdenas 8) Estructurar un portafolio nacional de proyectos de inversión turística.
- (Juan Manuel Galán 5 y 48) Utilizar mecanismos como APP para infraestructura y desarrollo turístico.
- (Enrique Peñalosa 98) Fortalecer la atracción de inversión extranjera directa hacia el turismo mediante estrategias activas de promoción país y facilitación de capital internacional para proyectos de gran escala.

(Enrique Peñalosa 89) Posicionar a Colombia como destino preferido para inversión turística internacional en el contexto del nearshoring latinoamericano, creando la estructura de incentivos más competitiva de la región para proyectos hoteleros, de entretenimiento y de turismo de alto valor. Incluye zonas francas turísticas extendidas, incentivos fiscales para alianzas público-privadas orientadas a la exportación de servicios turísticos y un programa de promoción de inversión liderado desde la Presidencia en mercados emisores estratégicos.

(Pablo Nieto Loaiza 290) Se propone desarrollar instrumentos de inversión que prioricen la oferta turística de alto valor en destinos estratégicos, alineando la financiación con los segmentos que más divisas y gasto pueden generar.

El turismo no crecerá únicamente con recursos públicos. Necesita una política explícita de movilización de inversión privada, nacional e internacional, basada en proyectos estructurados, reglas claras y visión territorial.

PROPUESTA 39

Integración del turismo dentro de la política económica nacional como sector exportador estratégico

El turismo será reconocido y tratado explícitamente como un sector exportador de servicios dentro de la política económica del país, lo que implica ajustar instrumentos fiscales, financieros y de promoción para reflejar su capacidad de generación de divisas.

Actualmente, el turismo compite por recursos y atención dentro de múltiples agendas, sin siempre ser reconocido en igualdad de condiciones frente a otros sectores exportadores. Esto limita su desarrollo, su acceso a instrumentos de apoyo y su posicionamiento dentro de la política económica.

Esta propuesta implica:

incorporar el turismo dentro de la estrategia de exportaciones del país

ajustar instrumentos económicos para reflejar su papel como generador de divisas

fortalecer su tratamiento dentro de la política fiscal, comercial y de inversión

El turismo es una fuente de ingresos para el país y si se lleva a cabo este plan, puede ser la principal fuente de ingresos para el país.

Integra: (3)

(MEDEX 277) Reconocer formalmente el turismo como un sector estratégico exportador dentro de la política económica nacional, para que reciba un tratamiento acorde con su capacidad de generación de divisas.

(BID 4 y 254) Fortalecer la exportación de servicios turísticos como línea estratégica de desarrollo económico, articulando promoción, conectividad y competitividad para aumentar el ingreso de divisas.

(Juan Carlos Pinzón 106) Llevar el turismo a representar al menos el 5% del PIB, lo que implica reconocerlo como uno de los principales sectores económicos del país.

(BID 252) Se propone reconocer la exportación de servicios turísticos como una línea estratégica de desarrollo económico, fortaleciendo la capacidad del país para generar divisas a partir de la llegada de visitantes y del consumo de servicios dentro del territorio.

(BID 254) Se propone fortalecer la exportación de servicios turísticos como política económica, articulando promoción, conectividad y competitividad para aumentar el ingreso de divisas por turismo.

Estas propuestas coinciden en que el turismo debe dejar de ser tratado como un sector secundario y pasar a ser una pieza central de la economía.

TURISMO DOMÉSTICO, INCLUSIÓN Y ACCESO

BLOQUE 13

TURISMO DOMÉSTICO, INCLUSIÓN Y ACCESO

PROPUESTA 40

Desarrollo de una política nacional de turismo interno como base de estabilidad del sector

Colombia fortalecerá el turismo interno como un componente estructural del sector, no solo como complemento del turismo internacional.

El turismo doméstico cumple funciones clave: estabiliza la demanda en momentos de caída del turismo internacional, reduce la estacionalidad, permite el desarrollo de destinos emergentes y democratiza el acceso al turismo.

Esta propuesta implica:

diseñar programas específicos para incentivar el turismo interno

facilitar el acceso de los colombianos a servicios turísticos formales

integrar el turismo interno con desarrollo regional

fortalecer la oferta para el mercado nacional

El turismo no puede depender exclusivamente del visitante extranjero.

Integra: (3)

(Juan Manuel Galán 53) Impulsar el turismo doméstico como herramienta de cohesión territorial y distribución del gasto entre regiones.

(Vicky Dávila 34) Desarrollar una estrategia de reactivación del turismo doméstico para sostener la demanda del sector.

(Rafael Nieto 83) Utilizar las cajas de compensación como instrumento para ampliar el acceso de los colombianos al turismo formal.

Estas propuestas coinciden en que el turismo interno es un pilar de estabilidad económica del sector. Su potencial de estabilización, sin embargo, solo se realiza si los instrumentos de política abordan el problema de la concentración temporal, que hoy convierte el turismo doméstico en un amplificador de la estacionalidad en lugar de un amortiguador.

La desestacionalización del turismo doméstico es un problema financiero con consecuencias directas sobre la viabilidad de los prestadores. Un hotel en Cartagena o el Eje Cafetero que opera al 85–90% en tres semanas al año y al 30–40% el resto del tiempo tiene costos fijos similares a uno que opera al 60% de forma constante, pero márgenes radicalmente distintos. Esa diferencia destruye rentabilidad, reduce el capital disponible para reinversión y desalienta la entrada de nuevos operadores en los mismos destinos. Los datos del SIH Cotelco (enero de 2026) lo confirman: Salento cayó de 84,06% a 69,24% de ocupación en 2025 por sobreturismo acumulado; Girardot subió de 53,48% a 72,30% por acceso mejorado. Esas oscilaciones de 15 y 19 puntos porcentuales entre años no reflejan un mercado sano: reflejan concentración extrema de demanda en ventanas estrechas que el sistema no puede gestionar ni distribuir.

Esta propuesta incorpora tres instrumentos de desestacionalización activa, complementarios a la estrategia de acceso y democratización que ya desarrolla el texto principal:

Primero, un programa nacional de tarifas dinámicas en destinos de alta concentración temporal, coordinado con cajas de compensación familiar y plataformas digitales de alojamiento, que incentive el viaje en temporada baja mediante precios diferenciados y beneficios adicionales para quienes elijan semanas de menor demanda.

Segundo, una campaña permanente de turismo de temporada baja con énfasis en destinos con ocupación inferior al 50% fuera de los picos —Tunja, Popayán, Neiva, Bucaramanga— apoyada en presupuesto específico de ProColombia y en articulación con operadores de turismo doméstico, cajas de compensación y aerolíneas con rutas domésticas.

Tercero, un incentivo a la oferta en destinos que desarrollen paquetes de semana completa frente al turismo de fin de semana puro, priorizando en la asignación de fondos públicos de promoción a los operadores que demuestren capacidad de generar demanda en días de semana y en temporadas bajas.

PROPUESTA 41

Uso del turismo como herramienta de inclusión social y generación de oportunidades

Se implementará una política que utilice el turismo como instrumento de inclusión social, generación de empleo y acceso a oportunidades económicas para poblaciones vulnerables.

El turismo tiene la capacidad de generar empleo en distintos niveles de cualificación, dinamizar economías locales y ofrecer alternativas productivas en territorios con limitaciones.

Esta política incluirá:

programas de inclusión laboral en turismo

desarrollo de turismo en territorios vulnerables

integración de jóvenes y poblaciones excluidas al sector

uso del turismo como alternativa económica en regiones con pocas opciones

El turismo debe generar riqueza, pero además tiene el deber de distribuirla.

Integra: (4)

(COTELCO 199) Desarrollar una política de empleo inclusivo en turismo priorizando jóvenes, mujeres y poblaciones vulnerables.

(MEDEX 274) Crear un sistema de inserción laboral juvenil en el sector turístico.

(Abelardo de la Espriella 25) Desarrollar programas de turismo juvenil y comunitario para generar oportunidades en regiones con brechas.

(Sergio Fajardo 42) Desarrollar programas de turismo juvenil en territorios vulnerables como herramienta de formación e integración social.

(FEDEC 232) Se propone utilizar el turismo como herramienta de inclusión social y reconversión económica, especialmente en territorios que requieren alternativas productivas sostenibles.

Estas propuestas coinciden en que el turismo puede ser una herramienta concreta de inclusión si se diseña de manera intencional.

PROPUESTA 42

Democratización del acceso al turismo como derecho de bienestar y desarrollo social

Se desarrollarán programas que permitan ampliar el acceso al turismo a poblaciones de menores ingresos, no solo como actividad económica sino como componente de bienestar, recreación y desarrollo humano.

Esto implica:

programas subsidiados o cofinanciados de turismo social

acceso a servicios turísticos formales para poblaciones que hoy no participan del sector

uso del turismo como herramienta de integración social

El turismo no debe ser un privilegio sino una posibilidad.

Integra: (2)

(ACOPI 130) Ofrecer servicios recreativos gratuitos o subsidiados para población de menores ingresos, ampliando el acceso al turismo.

(Sergio Fajardo 43) Reconocer el turismo como política de cohesión social e integración territorial.

Estas propuestas coinciden en que el turismo también cumple una función social, no solo económica.

SOSTENIBILIDAD, ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y CONTROL DEL CRECIMIENTO TURÍSTICO

BLOQUE 14

SOSTENIBILIDAD, ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y CONTROL DEL CRECIMIENTO TURÍSTICO

PROPUESTA 43

Adopción de un modelo de turismo sostenible, de alto valor y no basado en saturación de destinos

Colombia adoptará como criterio rector de su política turística un modelo de crecimiento sostenible, orientado a generar más ingreso, más empleo formal y más valor territorial, sin depender de la saturación de destinos ni del aumento indiscriminado del número de visitantes.

El país no debe reproducir un modelo turístico basado en presión masiva sobre territorios frágiles, baja captura de valor y deterioro ambiental o urbano. La meta no es simplemente recibir más turistas, sino atraer mejor demanda, desarrollar productos más estructurados y convertir la sostenibilidad en un factor de competitividad.

Esta propuesta implica:

- priorizar visitantes y productos de mayor valor
- evitar medir el éxito únicamente por número de llegadas
- orientar inversión hacia experiencias mejor estructuradas
- incorporar criterios de calidad y sostenibilidad como condición de crecimiento
- usar certificaciones y estándares para elevar el nivel de la oferta

La meta es convertir el turismo en una industria sólida, rentable y territorialmente responsable.

Integra: (6)

- (Turismo y Medio Ambiente 255) Adoptar un modelo de turismo de alto valor y no masivo.
- (MEDEX 138) Reemplazar una lógica de volumen por una lógica de valor.
- (David Luna 58) Reorientar la política hacia naturaleza, cultura y gastronomía de mayor valor.
- (Pablo Nieto 281) Estructurar productos turísticos de alto valor.
- (BID 291) Impulsar turismo sostenible y empleos verdes.
- (ANATO 176) Mejorar la calidad y sostenibilidad de la oferta mediante sistemas de certificación, estándares de servicio y herramientas de monitoreo del impacto ambiental, social y económico.

(Juan Carlos Pinzón 100) Se propone desarrollar el turismo bajo un enfoque de sostenibilidad integral, de manera que el crecimiento del sector sea compatible con la protección ambiental, la generación de empleo y el desarrollo económico de los territorios.

(ACOTUR 139) Dar prioridad en fondos, promoción y programas públicos a empresas y destinos que cumplan la política de turismo sostenible y cuenten con certificaciones y sellos oficiales.

El país debe crecer en turismo sin caer en la lógica de “más visitantes a cualquier costo”. La sostenibilidad no debe ser un discurso complementario, sino el criterio que ordene la competitividad futura del sector.

PROPUESTA 44

Ordenamiento territorial del turismo con reglas claras de uso, crecimiento y capacidad de carga

Se implementará una política nacional de ordenamiento territorial del turismo que defina con claridad dónde puede crecer la actividad, bajo qué condiciones, con qué límites y con qué exigencias de manejo.

Uno de los riesgos más serios del crecimiento turístico es que el aumento de visitantes se concentre en territorios sin capacidad física, ambiental o social para absorberlo. Colombia necesita pasar de una expansión espontánea a un modelo ordenado territorialmente, con reglas claras que protejan destinos, comunidades y ecosistemas, y al mismo tiempo den certeza a la inversión.

Esta propuesta implica:

- identificar y clasificar territorios según vocación y capacidad de carga
- definir límites para ecosistemas sensibles, centros históricos y zonas urbanas presionadas
- articular la política turística con la planeación territorial y ambiental
- impedir desarrollos donde no existan condiciones mínimas
- incorporar estudios de capacidad de carga como base obligatoria de decisión

El crecimiento turístico no puede seguir siendo una suma de iniciativas sueltas. Debe ser una actividad ordenada territorialmente.

Integra: (5)

- (Turismo y Medio Ambiente 221) Ordenar el turismo según capacidad de carga de los territorios.
- (José Manuel Restrepo 2) Regular procesos de turistificación y presión sobre destinos.

- (FEDEC 178) Fortalecer el ordenamiento desde condiciones de seguridad y confianza.
- (FEDEC 144) Impulsar reglas claras de formalización y transparencia territorial.

(ACOTUR 167) Crear subsidios para certificaciones de sostenibilidad (GSTC, NTS-TS, Sello de Calidad Turística de Colombia), condicionando fondos públicos y la inclusión en la plataforma de promoción oficial al cumplimiento de estándares verificables.

(Confetur 210) Crear ventanillas de asistencia técnica turístico-ambiental en las CAR con el trípode CAR-gremios-educación superior para impulsar economía circular, turismo de naturaleza y turismo comunitario sostenible.

- (ANATO 177) Crear un sistema nacional de sostenibilidad y capacidad de carga turística para planificar el crecimiento ordenado del sector y controlar impactos negativos sobre activos naturales y culturales.

(Turismo y Medio Ambiente 256) Se propone implementar un ordenamiento territorial del turismo que defina con claridad dónde sí puede crecer la actividad, en qué condiciones y con qué límites, teniendo en cuenta la capacidad de carga de cada ecosistema.

Estas propuestas coinciden en que el turismo no puede crecer sin reglas de uso, límites y capacidad de carga. Ordenar el territorio es proteger los destinos, las comunidades y la viabilidad de largo plazo del sector.

PROPUESTA 45

Protección de comunidades y territorios frente a procesos de desplazamiento, presión inmobiliaria y crecimiento turístico desordenado

El país adoptará medidas para prevenir que el crecimiento turístico genere efectos negativos sobre las comunidades residentes, especialmente en territorios donde ya comienzan a observarse procesos de turistificación, presión sobre el mercado inmobiliario, desplazamiento de población local o transformación excesiva de la vida cotidiana en función exclusiva del visitante.

El turismo puede generar empleo, inversión y dinamismo económico, pero también puede producir distorsiones si crece sin reglas: alza de arriendos, sustitución de vivienda por alojamiento turístico, pérdida de comercio local, alteración del tejido comunitario y desplazamiento progresivo de residentes.

Esta propuesta implica:

establecer criterios para regular el crecimiento de la vivienda turística en zonas sensibles

proteger el equilibrio entre uso residencial y uso turístico en determinados territorios

incorporar a las comunidades locales en la toma de decisiones sobre expansión turística

prevenir que el crecimiento turístico termine afectando la calidad de vida de quienes habitan los destinos

asegurar que el turismo beneficie a las comunidades y no las reemplace

El país no puede construir una política turística exitosa para el visitante a costa del deterioro de la vida de quienes habitan los territorios.

Integra: (4)

(José Manuel Restrepo 116) Regular la turistificación de ciertos territorios o destinos para evitar que el crecimiento turístico desordene la vida local, encarezca el suelo o desplace comunidades residentes. Esta es la propuesta más explícita en este frente y plantea una preocupación que el país debe empezar a enfrentar con mayor seriedad.

(COTELCO 190) Regular de manera efectiva las viviendas turísticas ofertadas en plataformas digitales, obligando su registro y sometiéndolas a reglas claras. Aunque esta propuesta nace desde la competencia formal, también tiene una dimensión territorial evidente: la expansión descontrolada de vivienda turística afecta barrios, centros urbanos y usos residenciales.

(Vicky Dávila 28) Establecer controles efectivos sobre los alojamientos no regulados para impedir el crecimiento de una oferta informal que opera sin las mismas reglas del sector formal. Además de corregir competencia desleal, esta propuesta ayuda a evitar la expansión desordenada de la oferta turística en zonas no preparadas para ello.

(Documento colectivo Turismo y Medio Ambiente 232) Ordenar territorialmente el turismo según condiciones, límites y capacidad de carga. Esta propuesta aporta el marco más amplio dentro del cual puede protegerse a las comunidades frente al crecimiento descontrolado.

(Turismo y Medio Ambiente 258) Se propone revisar y reformar el esquema actual de consultas previas en aquellos casos en que se haya convertido en un obstáculo estructural para proyectos turísticos viables, buscando un equilibrio entre derechos, participación y desarrollo.

Estas propuestas convergen en que el turismo debe desarrollarse sin ignorar sus efectos sobre el territorio habitado. Regular el crecimiento del turismo es hacerlo viable socialmente.

PROPUESTA 46

Integración de la sostenibilidad ambiental como condición obligatoria del desarrollo turístico

La sostenibilidad ambiental dejará de ser un principio declarativo del turismo colombiano y pasará a ser una condición obligatoria para el diseño, aprobación y operación de proyectos, destinos y productos turísticos.

Esto significa que el crecimiento turístico deberá incorporar criterios concretos de manejo ambiental, conservación, uso responsable del agua y la energía, manejo de residuos, preservación del paisaje y compatibilidad con la biodiversidad y los ecosistemas estratégicos.

Esta propuesta implica:

incorporar estándares ambientales en la estructuración de proyectos turísticos

promover inversiones y operaciones con menor huella ecológica

vincular turismo con objetivos de conservación y regeneración territorial

exigir que el desarrollo de nuevos destinos no degrade los activos naturales que les dan valor

orientar parte del crecimiento turístico hacia actividades compatibles con restauración, bioeconomía y empleos verdes

En Colombia, la naturaleza es uno de sus principales activos competitivos que tenemos, hay que explotarla, al mismo tiempo que debe protegerse y hacerse sostenible.

Integra: (6)

(BID 249) Desarrollar un modelo de turismo sostenible que proteja el entorno y contribuya a la generación de empleos verdes. Esta propuesta vincula sostenibilidad ambiental y transformación económica.

(BID 250) Impulsar el turismo en la Amazonía como una actividad económica compatible con la conservación. Esta propuesta aterriza la sostenibilidad en uno de los ecosistemas más sensibles y estratégicos del país.

(Sergio Fajardo 37) Integrar el turismo de naturaleza con la bioeconomía, de forma que la biodiversidad se convierta en base de actividades económicas sostenibles. Esta propuesta conecta turismo, conservación y valor agregado territorial.

(Iván Cepeda 11) Impulsar el turismo sostenible como eje de desarrollo territorial, orientado a modelos productivos alternativos al extractivismo. Esta propuesta refuerza la idea de que sostenibilidad no es solo protección ambiental, sino también transformación económica.

(COTELCO 200) Convertir cuerpos de agua —ríos, lagos, embalses— en activos turísticos organizados mediante infraestructura adecuada, regulación clara y proyectos sostenibles. Esta propuesta añade la dimensión de uso responsable de ecosistemas hídricos como parte de la oferta turística.

(Paloma Valencia 122) Desarrollar una política de economía azul para transformar zonas costeras y marítimas en polos turísticos competitivos. Esa competitividad solo es sostenible si se basa en reglas ambientales y de ordenamiento claras.

Estas propuestas coinciden en que la sostenibilidad debe ser una condición material del crecimiento turístico.

PROPUESTA 47

Desarrollo de una política de aprovechamiento turístico responsable de ecosistemas hídricos, zonas costeras y economía azul

Colombia desarrollará una política específica para ordenar y aprovechar turísticamente sus cuerpos de agua, ecosistemas costeros, zonas marítimas y territorios asociados a la llamada economía azul, transformando ese potencial en una oferta real, organizada y ambientalmente responsable.

El país posee ríos, lagos, embalses, costas y corredores hídricos con enorme potencial turístico, pero gran parte de ese potencial está subutilizado, mal regulado o desconectado de una política de producto y desarrollo local. El reto es estructurar estos activos sin repetir lógicas extractivas ni deteriorar ecosistemas sensibles.

Esta propuesta implica:

- estructurar oferta organizada en cuerpos de agua y zonas costeras
- desarrollar infraestructura liviana y servicios adecuados para uso turístico
- regular actividades náuticas, fluviales y ribereñas
- articular aprovechamiento turístico con conservación y desarrollo local
- desarrollar nuevos corredores turísticos fluviales donde exista viabilidad territorial, ambiental y económica

El país no puede seguir viendo sus ecosistemas hídricos como un potencial abstracto. Debe convertirlos en activos turísticos reales, pero manejados responsablemente.

Integra: (4)

- (COTELCO 200) Convertir cuerpos de agua en activos turísticos.
- (Paloma Valencia 122) Desarrollar una política de economía azul con componente turístico.
- (MEDEX 178) Estructurar el potencial náutico y costero del país.

- (Enrique Peñalosa 93) Desarrollar el sistema fluvial nacional como eje estratégico de conectividad y creación de nuevos corredores turísticos que integren regiones apartadas y dinamicen economías locales ribereñas.

(MEDEX 276) Se propone desarrollar una política de economía azul orientada a convertir el potencial náutico, costero, marino y fluvial del país en una oferta turística estructurada, sostenible y económicamente rentable.

Estas propuestas coinciden en que el aprovechamiento turístico del agua y de las zonas costeras exige una política propia, con reglas, infraestructura, visión territorial y equilibrio entre uso económico, conservación y conectividad regional.

PROPUESTA 48

Construcción de información técnica sobre turismo de naturaleza y territorios sensibles para orientar mejor la política pública

El país desarrollará una base técnica más robusta sobre turismo de naturaleza, territorios sensibles, ecosistemas estratégicos, comportamiento de la demanda, capacidades de gestión y potencial de uso turístico, con el fin de evitar que la política pública se tome sobre intuiciones generales o información fragmentada.

La expansión del turismo en zonas de naturaleza, destinos emergentes y territorios frágiles no puede basarse únicamente en la idea de que un lugar “tiene potencial”. Se necesita información precisa sobre restricciones ambientales, capacidad de carga, tipos de actividad posibles, infraestructura requerida, comunidades involucradas, riesgos asociados y comportamiento real de los flujos turísticos. Además, el país debe fortalecer capacidades de inteligencia turística y digitalización para gestionar destinos con mayor precisión.

Esta propuesta implica:

- caracterizar de manera integral el turismo de naturaleza y los territorios sensibles
- identificar con precisión oportunidades, restricciones y prioridades por territorio
- construir información útil para orientar inversión pública y privada
- fortalecer sistemas de estadísticas, observatorios e inteligencia turística
- incorporar herramientas de análisis de datos y capacidades de gestión de destinos inteligentes

La calidad de la política turística dependerá también de la calidad de la información que la soporta.

Integra: (6)

- (Documento colectivo Turismo y Medio Ambiente 259) Realizar una caracterización integral del turismo de naturaleza en Colombia, identificando territorios, potencialidades, restricciones y oportunidades.

(ACOTUR 156) Posicionar a Colombia como líder en turismo científico articulando universidades, institutos de investigación y sector privado para atraer visitantes especializados, con estaciones biológicas en reservas de alta biodiversidad.

(ACOTUR 169) Promover alianzas público-privadas para la conservación donde las actividades de protección ambiental generen empleos verdes formales para comunidades locales, cerrando la brecha entre conservación y desarrollo económico territorial.

- (Sergio Fajardo 39) Crear una plataforma nacional de inteligencia turística que integre datos sobre visitantes, gasto, movilidad y comportamiento del mercado.
- (FEDEC 230) Crear un Sistema Nacional de Información Turística que centralice, analice y difunda datos del sector.
- (FEDEC 231) Crear observatorios regionales de turismo para generar información local y apoyar la planificación territorial.
- (ANATO 178) Fortalecer el sistema de estadísticas del turismo para garantizar información continua, oportuna y de alta calidad técnica para la toma de decisiones públicas y privadas.
- (ANATO 179) Impulsar la adopción tecnológica, la digitalización integral del sector, el uso de análisis de datos y el desarrollo de destinos turísticos inteligentes como base de una mejor gestión del destino y de la experiencia del visitante.

Estas propuestas coinciden en que el turismo colombiano no puede seguir planificándose con información incompleta, genérica o desconectada de la gestión real de los destinos. La política pública necesita evidencia técnica, inteligencia turística y herramientas digitales para decidir mejor, especialmente en territorios sensibles o con alto potencial de crecimiento.

BLOQUE 15

DESARROLLO URBANO, ECONOMÍA NOCTURNA Y CIUDADES 24 HORAS

PROPUESTA 49

Desarrollo de una política nacional de economía nocturna y ciudades 24 horas como eje urbano del turismo, la cultura y el empleo

Colombia desarrollará una política nacional de economía nocturna y ciudades 24 horas orientada a transformar sus principales centros urbanos en ecosistemas activos durante todo el día, capaces de generar empleo, dinamizar la economía, fortalecer la cultura y atraer visitantes mediante una oferta continua de servicios, experiencias y actividades.

Las ciudades concentran una parte creciente del consumo, la gastronomía, la cultura, el entretenimiento y los servicios turísticos del país, pero hoy operan de manera fragmentada y subutilizada en horarios nocturnos. Convertirlas en destinos 24 horas no significa únicamente ampliar horarios: significa ordenar territorialmente la actividad nocturna, garantizar condiciones de seguridad y movilidad, fortalecer la convivencia, promover la formalización empresarial y reconocer la noche como un espacio legítimo de producción cultural, económica y turística.

Esta propuesta implica:

- desarrollar el concepto de ciudades y destinos 24 horas como componente estratégico del turismo urbano
- crear una instancia nacional especializada para coordinar la política de economía nocturna
- establecer esquemas permanentes de gobernanza nocturna con participación de autoridades, sector privado y actores culturales
- diseñar sistemas especializados de seguridad, convivencia y gestión del espacio público en la noche
- garantizar esquemas de movilidad continua y acceso seguro durante horarios extendidos
- integrar programación cultural, gastronomía, entretenimiento y servicios en una oferta nocturna estructurada
- reducir barreras de formalización y operación para negocios vinculados a la economía nocturna
- reconocer la economía nocturna como componente del desarrollo cultural y creativo del país

La noche no debe seguir tratándose como un problema que administrar, sino como una oportunidad que organizar.

Integra: (7)

- (ASOBARES 182) Desarrollar el concepto de ciudades y destinos 24 horas, integrando oferta gastronómica, cultural y de entretenimiento con condiciones adecuadas de seguridad, movilidad, regulación y convivencia.

- (ASOBARES 183) Crear una Dirección de Economía Nocturna y Ciudades 24 Horas dentro del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para coordinar la política pública del sector.
- (ASOBARES 184) Crear un Comité Nacional de Convivencia y Seguridad 24 Horas con participación de autoridades y gremios para coordinar la gestión nocturna.
- (ASOBARES 185) Implementar mesas de gobernanza nocturna en las principales ciudades para alinear decisiones de seguridad, turismo, movilidad y regulación.
- (ASOBARES 277) Reconocer formalmente la economía nocturna como un componente del desarrollo cultural y creativo del país.
- (ASOBARES 6) Desarrollar una política de cultura ciudadana para promover convivencia, uso responsable del espacio público y apropiación ordenada de la noche.
- (Colombia 24 Horas) Estructurar un programa nacional que convierta a las ciudades en plataformas económicas activas durante 24 horas, articulando ordenamiento territorial, seguridad urbana especializada, movilidad continua, activación cultural de la noche y formalización empresarial como eje urbano del desarrollo económico, cultural y turístico.

(ASOBARES 298) Colombia 24 Horas — Eje Urbano del Desarrollo Económico, Cultural y Turístico

Estas propuestas coinciden en que Colombia no puede seguir entendiendo el turismo urbano únicamente desde la oferta diurna o desde una visión fragmentada de la noche. La economía nocturna, bien regulada y bien gestionada, puede convertirse en un motor real de empleo, cultura, competitividad urbana y atracción de visitantes, siempre que se estructure con seguridad, movilidad, gobernanza y reglas claras.

BLOQUE 16

TURISMO CIENTÍFICO, BIODIVERSIDAD Y CONSERVACIÓN

PROPUESTA 50

Turismo científico y posicionamiento de Colombia como destino de conocimiento y biodiversidad

Colombia posee la mayor diversidad biológica por unidad de superficie del planeta. Esa riqueza ha sido durante décadas un activo subutilizado como producto turístico de alto valor. El turismo científico y de naturaleza especializado —avistamiento de aves, expediciones biológicas, investigación de campo, turismo de ecosistemas— es uno de los segmentos de mayor crecimiento global y mayor gasto por visitante.

Esta propuesta plantea construir una política de Estado que convierta la biodiversidad colombiana en una industria formal, rentable y de largo plazo. Eso implica articular el sector académico, las

comunidades locales, el sector privado y las entidades públicas en torno a un modelo que genera conocimiento, empleo calificado, conservación activa y visitantes especializados.

La propuesta implica:

- crear estaciones biológicas y centros de monitoreo en reservas y destinos estratégicos
- desarrollar reservas naturales privadas con marco jurídico e incentivos fiscales para propietarios conservacionistas
- vincular universidades, institutos de investigación y ONGs en la oferta de turismo científico
- generar empleo verde y formal ligado a la conservación ambiental en comunidades locales
- promover alianzas público-privadas con metas medibles de conservación y desarrollo
- posicionar a Colombia como el primer destino de turismo científico de América Latina

Colombia tiene todas las condiciones para liderar ese segmento. Solo falta la política que lo haga posible.

Integra: (5)

- (ACOTUR 156) Impulsar el turismo científico como categoría estratégica de alto valor articulando universidades, institutos de investigación, ONGs, sector privado y entidades públicas para atraer visitantes especializados, inversión y cooperación internacional.
- (ACOTUR 157) Convertir la biodiversidad en oportunidad económica liderada por comunidades, mediante negocios formales de turismo ecológico con estándares de calidad, competitividad y rentabilidad.
- (ACOTUR 158) Fomentar la creación de reservas naturales privadas con seguridad jurídica e incentivos fiscales y técnicos para propietarios que conserven y gestionen sus territorios como activos del turismo de naturaleza.
- (ACOTUR 159) Integrar conservación y ciencia mediante estaciones biológicas y centros de monitoreo en reservas y destinos para generar conocimiento, manejo adaptativo y turismo científico especializado.
- (ACOTUR 160) Generar empleo verde y formal vinculando actividades de protección ambiental con oportunidades reales de ingreso para comunidades locales, y promover alianzas público-privadas para la conservación con el Estado como facilitador y el sector productivo como ejecutor con resultados medibles.

(ACOTUR 168) Desarrollar una estrategia nacional de turismo científico que articule universidades, institutos de investigación, ONGs, sector privado y entidades públicas para atraer visitantes

especializados, inversión científica y cooperación internacional. Incluye estaciones biológicas y centros de monitoreo en reservas de alta biodiversidad, y fomento de reservas naturales privadas con seguridad jurídica e incentivos fiscales. Colombia es el segundo país del mundo en biodiversidad; el turismo científico de alto valor es una ventaja competitiva sin explotar.

Estas propuestas coinciden en que Colombia tiene un activo único en su biodiversidad que debe dejar de ser un eslogan y convertirse en una industria estructurada, rentable y conservacionista. Un turista científico gasta más, permanece más tiempo y promueve destinos que la mayoría del mundo todavía no conoce.

PROPUESTA 51

Sistema de certificación, calidad y medición del impacto territorial del turismo

El turismo colombiano carece de un sistema robusto de medición de su impacto real. Se mide el número de llegadas, pero pocas veces el ingreso que se queda en el territorio, el porcentaje de empleo formal que genera, la huella ambiental que deja o la calidad de la experiencia que ofrece. Esa ausencia hace que la política pública se tome con datos incompletos y que el sector no tenga evidencia para exigir recursos o demostrar su contribución real.

Esta propuesta plantea construir un sistema nacional de certificación y calidad que sirva simultáneamente como herramienta de mejora sectorial y como fuente de información estratégica para la política pública. La certificación no será un trámite más: será la condición de acceso a fondos de promoción, programas de desarrollo e instrumentos de financiación pública.

La propuesta implica:

- un sistema de certificaciones de sostenibilidad subsidiadas para operadores —GSTC, NTS-TS, Sello de Calidad— con financiación de diagnósticos y auditorías
- indicadores de impacto territorial que sustituyan el conteo de viajeros como única métrica del éxito: ingresos locales por turista, porcentaje de empleo formal, divisas generadas, indicadores de conservación
- fondos concursables para proyectos de destinos sostenibles con evaluación técnica independiente
- líneas de crédito y subsidios para digitalización, gestión de flujo de visitantes y diseño de experiencias de alto valor

Un destino que no puede demostrar su impacto no puede exigir inversión. Un sector que solo mide visitantes nunca podrá justificarse como política de Estado.

Integra: (5)

- (ACOTUR 140) Medir el desempeño del turismo con indicadores de impacto territorial —ingresos locales por turista, porcentaje de empleo formal, número de destinos certificados, divisas generadas e indicadores de conservación— y no únicamente con el conteo de viajeros.
- (ACOTUR 153) Subsidiar diagnósticos, auditorías y certificaciones de sostenibilidad (GSTC, NTS-TS, Sello de Calidad Turística de Colombia) y visibilizar activamente a las empresas certificadas en plataformas de promoción oficial.
- (ACOTUR 154) Crear fondos concursables para proyectos de destinos sostenibles que demuestren impacto social y ambiental medible, con evaluación técnica independiente.
- (ACOTUR 152) Crear líneas de crédito y subsidios para digitalización, gestión de flujo de visitantes y diseño de experiencias de alto valor en destinos turísticos.
- (ACOTUR 155) Desarrollar ruedas de negocio, ferias de nicho y plataformas para conectar la oferta turística colombiana con operadores internacionales y abrir canales de distribución de mayor valor.

(ACOTUR 162) Sustituir el conteo de viajeros como métrica central por indicadores de impacto real: ingresos locales por turista, porcentaje de empleo formal en la cadena, número de empresas y destinos certificados, divisas generadas, indicadores de conservación y percepción de seguridad en destino. Esta reorientación alinea la medición colombiana con los estándares de ONU Turismo y el GSTC, y obliga al sector a demostrar valor económico territorial antes que volumen.

(FEDEC 223) Se propone establecer certificaciones de calidad obligatorias para los prestadores turísticos, con el objetivo de elevar los estándares del servicio y generar confianza en los visitantes.

Estas propuestas coinciden en que el turismo sostenible no se declara: se mide, se certifica y se financia en función de resultados reales. Sin ese sistema, el país seguirá creciendo en turismo sin saber exactamente cuánto valor se queda en los territorios.

PROPUESTA 52

Política de Estado para el turismo: Ley Marco, continuidad institucional y gobernanza de largo plazo

El mayor problema estructural del turismo colombiano no es la falta de ideas: es que cada gobierno rehace lo que construyó el anterior. Las políticas turísticas mueren con el cambio de ministro, los equipos técnicos se disuelven, los proyectos quedan inconclusos y el sector reinicia desde cero cada cuatro años. Ese ciclo destruye valor acumulado, desalienta la inversión de largo plazo y le impide al turismo consolidarse como una industria madura.

Esta propuesta plantea construir una arquitectura institucional de largo plazo que blinde la política turística de los ciclos electorales. No se trata de congelar decisiones: se trata de garantizar que lo esencial —metas, equipos técnicos, presupuestos, mecanismos de gobernanza— sobreviva a los cambios de gobierno y permita que el sector acumule en lugar de reiniciar.

La propuesta implica:

- una Ley Marco de Turismo como Política de Estado con plan de diez años, metas de impacto territorial y presupuesto plurianual garantizado
- un equipo técnico permanente inamovible ante los cambios de gobierno, responsable del seguimiento de metas con indicadores públicos y verificables
- un Consejo Técnico Permanente a nivel nacional con representación pública, privada y comunitaria
- Consejos de Destino territoriales cuya existencia sea condición de acceso a fondos y programas del nivel nacional
- reorientación y aumento de FONTUR articulado con BANCOLDEX, cooperación internacional y fondos concursables
- blindaje del presupuesto de promoción internacional y programas de fortalecimiento empresarial con asignación plurianual

El turismo no puede seguir administrándose con horizonte de cuatro años si aspira a convertirse en la primera fuente de divisas del país.

Integra: (5)

- (ACOTUR 134) Declarar el turismo como política de Estado mediante una Ley Marco con plan de diez años, metas de impacto territorial, presupuesto plurianual y un Consejo Técnico Permanente con autonomía operativa.
- (ACOTUR 135) Garantizar la continuidad técnica del sector mediante un equipo profesional inamovible ante los cambios de gobierno, responsable del seguimiento de metas con indicadores de gestión públicos y verificables.
- (ACOTUR 141) Crear un Consejo Técnico Permanente a nivel nacional y Consejos de Destino territoriales con representación pública, privada y comunitaria, condicionando el acceso a fondos a la existencia de esquemas de gobernanza locales operativos.
- (ACOTUR 142) Reorientar y aumentar los recursos de FONTUR articulándolo con BANCOLDEX, cooperación internacional y fondos concursables para subsidios a rutas, certificación y contratación regional.
- (ACOTUR 145) Blindar y aumentar el presupuesto para promoción internacional, FONTUR y programas de fortalecimiento empresarial con asignación plurianual.

(ACOTUR 161) Expedir una Ley Marco que eleve el turismo a política de Estado con un plan de diez años enfocado en impacto territorial, presupuesto plurianual blindado y un Consejo Técnico Permanente

con autonomía operativa y equipo técnico no removible por cambio de gobierno. El principal obstáculo estructural del sector es la fragmentación institucional y la volatilidad de ciclo político: sin continuidad técnica las metas de largo plazo no superan un período de gobierno.

Estas propuestas coinciden en que la continuidad institucional no es un detalle administrativo: es la condición sin la cual todas las demás propuestas se vuelven promesas de cuatro años. Sin política de Estado, no hay industria turística de largo plazo.

BLOQUE 17

AVIACIÓN SOSTENIBLE, COMPETITIVIDAD AÉREA Y COMBUSTIBLES SAF

PROPUESTA 53

Reforma tributaria a la aviación como palanca de competitividad turística y acceso democrático al transporte aéreo

Hoy el 30% del precio de un ticket doméstico en Colombia corresponde a tasas e impuestos. En un ticket internacional esa cifra sube al 51,2%. El IVA sobre los tickets aéreos pasó del 5% al 19% en enero de 2023, y el IVA sobre el combustible de aviación pasó del 5% al 19% en enero de 2022. El resultado es un sector aéreo que opera con una de las estructuras tributarias más pesadas de la región, en un país donde el 75% de los usuarios del transporte aéreo pertenecen a los estratos 2 y 3.

Esta situación tiene consecuencias directas para el turismo: encarece los destinos colombianos frente a la competencia regional, reduce la demanda doméstica, desestimula la apertura de rutas hacia destinos emergentes y le resta competitividad al país en mercados internacionales. Las estimaciones de IATA proyectan que la reducción del IVA al 5% en tickets y combustible generaría US\$2.800 millones anuales adicionales para la economía colombiana.

La propuesta implica:

- reducir el IVA en tickets aéreos del 19% al 5%, revirtiendo el incremento de enero de 2023
- reducir el IVA sobre el combustible de aviación (Jet A-1) del 19% al 5%, revirtiendo el incremento de enero de 2022
- revisar el esquema completo de tasas e impuestos en tickets domésticos e internacionales para mejorar la competitividad estructural del país como destino
- estructurar el ajuste tributario como política de acceso democrático al transporte aéreo, no solo como beneficio sectorial

Una reforma tributaria a la aviación no es un privilegio para aerolíneas: es una política de acceso, competitividad y desarrollo turístico que beneficia directamente a los viajeros de todos los estratos.

Integra: (3)

- (IATA 238) Reducir el IVA aplicable a los tiquetes aéreos del 19% al 5%, revirtiendo el incremento de enero de 2023. El 75% de los usuarios pertenecen a estratos 2 y 3. Impacto estimado: US\$2.800 millones anuales adicionales para la economía colombiana.
- (IATA 239) Reducir el IVA sobre el combustible de aviación (Jet A-1) del 19% al 5%, para aliviar la estructura de costos operativos de las aerolíneas —donde el combustible representa hoy el 35% del total— y trasladar esa reducción al precio del tiquete.
- (IATA 240) Revisar el esquema completo de tasas en tiquetes domésticos —hoy el 30% del precio final— e internacionales —hoy el 51,2%— para democratizar el acceso al transporte aéreo y mejorar la competitividad de Colombia frente a otros destinos regionales.

Estas tres propuestas de IATA coinciden en un diagnóstico preciso: Colombia tiene una de las estructuras tributarias más onerosas sobre el transporte aéreo en América Latina, y esa carga se traslada directamente al precio del tiquete, reduciendo la demanda, la conectividad y la competitividad del país como destino.

PROPUESTA 54

Modernización de la infraestructura aeroportuaria como condición de competitividad internacional

Colombia tiene una red aeroportuaria que creció sin una visión de sistema. Las decisiones de inversión respondieron durante décadas a necesidades puntuales de cada terminal, sin definir roles dentro de una red ni priorizar con criterio de impacto nacional. El resultado es un hub principal que opera cerca de sus límites, aeropuertos troncales que no tienen claro su papel regional, y aeropuertos secundarios donde más del 50% presenta restricciones operacionales —horarios restringidos, iluminación insuficiente, condición de pistas— que restan eficiencia al sistema en su conjunto.

La propuesta parte de un enfoque de red con roles explícitos. Bogotá opera como hub principal de conectividad global y de carga. Medellín, Cartagena, Barranquilla y Cali funcionan como centros de distribución secundarios, especializados según su zona de servicio económico y turístico. Los aeropuertos regionales son instrumentos de integración territorial, no terminales aisladas. Ese marco ordena las prioridades de inversión y permite que cada decisión sume al sistema, no solo al aeropuerto que la recibe.

Sobre El Dorado, la acción se divide en dos horizontes. En el corto plazo, sin esperar la adjudicación del proyecto EDMAX, hay medidas técnicas activables sobre la infraestructura existente: implementación del ILS (sistema de aterrizaje por instrumentos), puesta en funcionamiento del radar de superficie (SMR) y operación efectiva de las pistas paralelas independientes. Estas tres intervenciones —señaladas en el estudio de capacidad IATA 2022 como punto mínimo de partida— pueden mejorar la eficiencia operacional entre un 10% y un 20%. A ellas se suma la implementación de un sistema de monitoreo de slots bajo la metodología WASG (World Airport Slot Guidelines), que permita verificar el cumplimiento de la regla 80/20, recuperar franjas ociosas y abrir espacio a nuevos operadores sin nueva

infraestructura. En el mediano plazo, la adjudicación de EDMAX es una prioridad estratégica nacional. El proyecto amplía El Dorado de 45,8 Mpax actuales a 73 Mpax en 2050, duplica el área de la terminal (489.000 m²), amplía los puentes de abordaje de 39 a 75 y extiende la pista norte 800 metros. La inversión total es de COP 12,69 billones bajo el esquema de APP de origen privado, sin aportes públicos. El cronograma actualizado de la ANI (mayo 2026) proyecta la evaluación independiente concluida a finales de 2026, apertura del proceso de concesión en 2027 y adjudicación en el segundo semestre de 2027 o primer trimestre de 2028.

Para los aeropuertos troncales secundarios, las acciones son diferenciadas: en Medellín, ejecutar las obras previstas para aumentar la capacidad un 20% en el corto plazo; en Cali, retornar al modelo de concesión; en Barranquilla, resolver de manera inmediata la situación de la terminal de carga y avanzar hacia la concesión; en Cartagena, mantener la presión política sobre la adjudicación del Nuevo Aeropuerto de Bayunca (CACI), cuya inversión total asciende a COP 6,55 billones bajo APP privada y cuya evaluación independiente tramita actualmente una prórroga de seis meses ante la ANI.

Para los aeropuertos regionales, la lógica es de alta relación costo-beneficio: mejoras operacionales específicas —iluminación, mantenimiento de pistas, ampliación de horarios, control aviar— generan impactos directos en conectividad y turismo con inversiones relativamente bajas. Las intervenciones prioritarias identificadas cubren Santa Marta, Bucaramanga, Montería, Pasto, Cúcuta, Ibagué, Leticia, Neiva y San Andrés.

La condición transversal es que ninguna inversión en infraestructura aeroportuaria se financie con incrementos desproporcionados de tasas aeroportuarias que destruyan la competitividad que la obra busca crear.

Integra: (9)

- (IATA 241) Implementar las recomendaciones del Estudio de Capacidad del Aeropuerto El Dorado de IATA 2023, ampliando y modernizando su infraestructura sin incrementos desproporcionados en las tasas aeroportuarias.
- (IATA 242) Mejorar la prestación de servicios en aeropuertos con vocación internacional — Medellín, Cali, Cartagena, Barranquilla— con inversión condicionada a no destruir la competitividad con tasas excesivas.
- (IATA 243) Desarrollar aeropuertos regionales como palanca de conectividad nacional para habilitar destinos emergentes y reducir las brechas territoriales en el desarrollo turístico.
- (IATA 244) Garantizar mediante regulación robusta que las condiciones para prestar servicios aéreos con calidad y oportunidad estén aseguradas en la mayoría de los aeropuertos del país.
- (ODINSA 260) Ciudadela Aeroportuaria Cartagena de Indias (CACI): nuevo aeropuerto en Bayunca, COP 6,55 billones de inversión privada, capacidad inicial de 17 Mpax escalable hasta 40 Mpax. Evaluación ANI en curso; adjudicación proyectada 2027–2028; inicio de operaciones estimado 2035–2036.

- (ODINSA 261) EDMAX — El Dorado Máximo Desarrollo: ampliación a 73 Mpax, 489.000 m² de terminal, 75 puentes de abordaje, extensión de pista norte 800 m. COP 12,69 billones de APP privada en 104 intervenciones, 78 meses de ejecución (2028–2035). Adjudicación proyectada segundo semestre 2027 o primer trimestre 2028.
- (LATAM 264) Implementar en el corto plazo ILS, SMR y operación efectiva de pistas paralelas en El Dorado, con mejora operacional del 10%–20% sobre la infraestructura existente.
- (LATAM 265) Implementar sistema de monitoreo de slots WASG en El Dorado con gobernanza interna en Aerocivil y cumplimiento de la regla 80/20.
- (LATAM 267) Plan de mejoras operacionales de alta relación costo-beneficio en aeropuertos regionales: Santa Marta, Bucaramanga, Montería, Pasto, Cúcuta, Ibagué, Leticia, Neiva y San Andrés.

Metas verificables al 2030:

- ILS, SMR y operación efectiva de pistas paralelas independientes en El Dorado implementados antes del 31 de diciembre de 2027, con auditoría de Aerocivil que certifique ganancia operacional de al menos el 10% en eficiencia de franjas horarias.
- Sistema de monitoreo de slots WASG instalado y en funcionamiento en El Dorado antes de finalizar el primer año de gobierno, con primer informe semestral de cumplimiento de la regla 80/20 publicado antes de cerrar 2027.
- EDMAX: contrato de concesión suscrito con Odinsa Aeropuertos antes del segundo trimestre de 2028; fase de preconstrucción iniciada dentro del cuatrienio.
- CACI Bayunca: proceso de adjudicación concluido y contrato de concesión suscrito antes de finalizar 2028.
- Medellín: obras de ampliación de capacidad del 20% contratadas y en ejecución antes del cierre de 2027.
- Cali y Barranquilla: modelos de concesión restituidos o en proceso formal de licitación antes del segundo semestre de 2027.
- Nueve aeropuertos regionales priorizados —Santa Marta, Bucaramanga, Montería, Pasto, Cúcuta, Ibagué, Leticia, Neiva y San Andrés— con al menos una intervención operacional ejecutada y verificada antes de finalizar 2028.
- Concentración del tráfico internacional en El Dorado reducida del 78% actual al 72% o menos en 2030, como resultado de la habilitación progresiva de Medellín, Cartagena y Cali para recibir frecuencias directas.

La infraestructura aeroportuaria no es un asunto de operación logística: es la condición habilitante del turismo. Sin aeropuertos competitivos, Colombia tiene un techo que ninguna campaña de promoción puede superar.

PROPUESTA 55

Política de aviación sostenible y producción de combustibles SAF: Colombia como líder latinoamericano en descarbonización del transporte aéreo

El sector aéreo tiene como meta global la neutralidad en carbono para 2050. Los combustibles sostenibles de aviación (SAF) son el principal instrumento para lograrlo: permiten reducciones de hasta el 80% en emisiones de CO2 frente al combustible fósil convencional. Colombia tiene una ventaja competitiva real para convertirse en líder latinoamericano en la producción de SAF: abundancia de materias primas, experiencia acumulada en biodiésel y etanol, y un sector energético con capacidad de reconversión.

Esa ventaja, sin embargo, requiere una política pública activa. Sin marco regulatorio claro, sin incentivos tributarios específicos y sin una apuesta explícita del Estado, la oportunidad se perderá frente a países que ya están avanzando en esa dirección.

La propuesta implica:

- desarrollar un marco regulatorio para acelerar la producción y adopción comercial de SAF en Colombia
- crear incentivos tributarios y de inversión para productores y usuarios de SAF
- revisar las cargas fiscales sobre SAF que hoy desincentivan su adopción por parte de las aerolíneas
- posicionar a Colombia como hub latinoamericano de producción de SAF, generando empleo verde calificado y atrayendo inversión extranjera
- articular la política de SAF con la meta global del sector aéreo de neutralidad en carbono para 2050

Con decisión política, Colombia puede convertir una obligación ambiental global en una ventaja competitiva nacional —y hacer que la transición verde del sector aéreo genere empleo, divisas e inversión en el país.

Integra: (4)

- (IATA 245) Desarrollar un marco regulatorio y una política pública específica para acelerar la producción y adopción comercial de SAF en Colombia, aprovechando la ventaja en materias primas y experiencia en biocombustibles.

- (IATA 246) Crear incentivos tributarios y de inversión para la producción y uso de SAF, posicionando a Colombia como líder latinoamericano, generando empleo verde calificado y atrayendo inversión extranjera.
- (IATA 247) Revisar las cargas tributarias sobre los SAF para incentivar su adopción por parte de las aerolíneas y acelerar la transición hacia operaciones más sostenibles.
- (IATA 248) Articular una política nacional de sostenibilidad aeronáutica que contribuya a la meta global del sector aéreo de neutralidad en carbono para 2050, incluyendo SAF, nuevas tecnologías de propulsión y mecanismos de compensación de emisiones.

Estas cuatro propuestas de IATA coinciden en que Colombia tiene una oportunidad única que el mundo del transporte aéreo ya no puede ignorar. Los SAF no son tecnología del futuro: son la transición que el sector está ejecutando ahora. El país que lidere su producción en la región generará una industria de alto valor, empleo calificado y liderazgo ambiental. Colombia tiene todo para serlo.

BLOQUE 18

PROYECTOS ANCLA URBANOS: RENOVACIÓN DEL TERRITORIO TURÍSTICO

PROPUESTA 56

Malecón Metropolitano del Río Bogotá: descontaminación, espacio público y activación turística en 40 km de corredor urbano

El río Bogotá atraviesa 72 kilómetros dentro del perímetro urbano de la ciudad más grande del país y es, al mismo tiempo, uno de los ríos más contaminados de América del Sur. No por falta de diagnóstico. El IDEAM, la CAR, la EAAB y el Consejo de Estado llevan décadas documentando el problema y desde 2014 existe una sentencia con fuerza de cosa juzgada que obliga a la Nación, al Distrito, a la CAR y a 33 municipios de la sabana a descontaminarlo. Esa sentencia no se ha cumplido. Este proyecto la ejecuta.

La propuesta parte de un principio técnico no negociable: la descontaminación va antes que la construcción del corredor. El orden correcto es eliminar los vertimientos, garantizar el tratamiento de aguas residuales —con la finalización de la PTAR Canoas como hito central— y construir el corredor de espacio público sobre un río en proceso verificable de recuperación. El horizonte de ejecución es diez años, con cuatro fases escalonadas que arrancan desde el primer mes del gobierno.

La propuesta implica:

- Constitución en los primeros 100 días de la Empresa Malecón Río Bogotá (EMRB), entidad pública de carácter mixto con participación de la Nación, el Distrito, la CAR y los municipios ribereños, que

actúa como gerencia única del proyecto y resuelve la fragmentación institucional que ha bloqueado la solución durante décadas.

- Decreto presidencial de control de vertimientos en los primeros 100 días: plazo máximo de 90 días para el cierre de los 1.200 vertimientos ilegales identificados en el tramo urbano, con sanciones efectivas y proporcionales para quienes incumplan.
- Apertura inmediata de la licitación internacional para la finalización de la PTAR Canoas, que debe tratar el 70% de las aguas residuales de Bogotá y lleva 20 años sin terminar. Sin Canoas operando, la descontaminación del río es estructuralmente imposible.
- Construcción de 40 km de corredor continuo de espacio público sobre la ronda hidráulica del río, con cicloruta de alto rendimiento, sistema de transporte fluvial metropolitano (12 muelles multimodales), nodos gastronómicos y culturales cada 3 a 5 km, y centros de interpretación ecológica y ambiental.
- Programa de reasentamiento de 3.500 familias actualmente ubicadas en zonas de riesgo hidráulico alto, con soluciones habitacionales dignas definidas previamente como condición para iniciar la construcción de cada tramo.
- Estrategia de financiación de siete fuentes que totaliza aproximadamente 10 billones de pesos en diez años: tasas retributivas por contaminación (Ley 99/1993), vigencias futuras Nación-Distrito, concesiones de tramos por APPs, contribución de valorización y plusvalía urbana, cooperación internacional (CAF, BID, Banco Mundial, fondos de adaptación climática), bonos de carbono por restauración ecológica, y cesión de edificabilidad ribereña. El objetivo es que la financiación pública directa no supere el 45% del total.
- Programa de restauración ecológica de 500 hectáreas de ronda hidráulica con especies nativas y corredores de avifauna, compatible con el posicionamiento de Bogotá en el segmento de turismo de naturaleza urbana.

El río Bogotá no es un problema de ingeniería. Es un problema de voluntad política. La tecnología para descontaminarlo existe. Lo que ha faltado en décadas es un gobierno que ponga la fecha, el presupuesto y la sanción. Este proyecto lo hace.

Impacto sobre la meta 12M:

Bogotá concentra el 38% de la entrada de visitantes internacionales al país. Un corredor de 40 km con transporte fluvial, gastronomía, ecoturismo y activación cultural añade un producto turístico que hoy no existe en ninguna capital suramericana a esta escala. La proyección conservadora estima 800.000 visitantes anuales al corredor en 2030 y 1,5 millones en 2036 —un incremento del 22% sobre el flujo actual de visitantes internacionales a Bogotá—, con generación de 50.000 empleos formales y valorización inmobiliaria en la franja de influencia de entre el 30% y el 55% en el mismo período.

Metas verificables al 2030:

- 22 km de corredor construido y en operación (40 km en 2036).

- PTAR Canoas en operación primaria —hito crítico del proyecto—.
- Oxígeno disuelto en el tramo sur superior a 3 mg/L (línea base: 0–1 mg/L).
- 3.500 familias reasentadas de zonas de riesgo hidráulico.
- 500 hectáreas de ronda hidráulica recuperada.
- 800.000 visitantes anuales al corredor.
- 25.000 empleos formales generados en el corredor y actividades asociadas.

Integra los proyectos ancla del Plan 12M:

(Proyectos Ancla 293) Malecón Metropolitano del Río Bogotá — Sistema Integral de Descontaminación, Espacio Público y Activación Turística

- *Plan Maestro — Proyecto Malecón Metropolitano del Río Bogotá (Campaña Paloma Valencia, 2026)*
- *Propuesta 49 del Plan 12M — Economía nocturna y ciudades 24 horas*
- *Propuesta 15 del Plan 12M — Infraestructura turística de calidad como condición de competitividad*
- *Sentencia Consejo de Estado — Río Bogotá, 2014 (cosa juzgada: obliga a Nación, Distrito, CAR y 33 municipios)*
- *IDEAM Estudio Nacional del Agua 2022 / CAR Cundinamarca Informe de Calidad 2023 / EAAB Informes PTAR Salitre 2024 / MinVivienda Estado de avance PTAR Canoas 2025 / Banco Mundial Urban Waterfront Revitalization 2023 / CAF Ciudades Sostenibles y Competitivas 2024*

Un río recuperado en la capital de Colombia es el argumento de marketing turístico sostenible más poderoso que el país puede mostrar en foros internacionales. Ninguna campaña de promoción puede sustituir esa historia. La EMRB y el decreto de control de vertimientos son las dos primeras señales del gobierno en materia ambiental y de turismo urbano: dos decisiones en los primeros 100 días que definen si el río Bogotá sigue siendo promesa o se convierte en proyecto.

PROPUESTA 57

Renovación del Centro Histórico de Bogotá: repoblamiento, curaduría comercial y posicionamiento como destino turístico cultural de clase mundial

El centro histórico de Bogotá concentra el mayor patrimonio arquitectónico, histórico y cultural del país. Tiene más kilómetros de fachadas republicanas y coloniales que cualquier otra zona de Colombia, y una masa crítica de museos, teatros, iglesias, archivos y plazas que ningún otro lugar del territorio puede igualar. Lo que no tiene son vecinos. La pérdida de residentes —un proceso de décadas que siguió el patrón conocido de comercio informal, inseguridad, deterioro y éxodo— dejó al centro funcionando de ocho a seis, de lunes a viernes. De noche, está vacío. Ese vacío es el punto de partida del proyecto.

Este proyecto adopta como principio rector el que distingue a los centros históricos que se recuperaron de los que siguieron degradándose: los residentes van primero. El turismo llega solo cuando hay vida. La secuencia no es estética ni filosófica: es causal. Sin habitantes permanentes no hay seguridad real, sin seguridad real no hay oferta comercial de calidad, sin oferta comercial de calidad no hay visitante de alto gasto. El orden importa.

La propuesta implica:

- Constitución en los primeros 100 días de la Gerencia del Centro Histórico, entidad de gestión técnica independiente con junta directiva mixta público-privada, mandato de diez años por contrato de gestión con el Distrito y autonomía presupuestal. La Gerencia actúa como interlocutor único, reemplaza la fragmentación institucional actual y tiene autoridad real sobre los instrumentos de curaduría, licencias y programación del corredor.
- Programa de Incentivos a Propietarios Residentes: exención total del impuesto predial por diez años para propietarios que restauren y habiten inmuebles catalogados como patrimonio arquitectónico; exención parcial del 50% por siete años para inmuebles en área de intervención sin catalogación formal; créditos de 15 a 20 años a tasas subsidiadas para financiar obras de restauración; subsidios directos para fachadas, cubiertas y estructuras en inmuebles catalogados; transferencia de derechos de construcción adicionales en otras zonas; y ventanilla única de licencias con tiempo máximo de respuesta de 30 días hábiles.
- Curaduría comercial del corredor Carrera Séptima — Plaza de Bolívar — Calle 26: mezcla de usos definida con criterio de experiencia, gasto y consistencia cultural. Gastronomía de autor con énfasis en producto colombiano, cafés especializados, panaderías artesanales, bares de coctelería con volumen controlado, librerías y galerías con identidad local, hoteles boutique en inmuebles patrimoniales de máximo 30 habitaciones y tarifa mínima de 300 USD por noche. La curaduría se implementa mediante contratos de arrendamiento con lineamientos de uso.
- Programa de manejo del comercio informal por integración progresiva: censo real actualizado de vendedores, zonas de mercado cubiertas bien diseñadas como alternativa digna para los informales con voluntad de formalizarse, esquemas de formación para el tránsito a actividades de valor añadido, y mecanismo de control sostenido con participación de residentes y comerciantes formales.
- Intervención de espacio público en el eje principal: iluminación completa del corredor, eliminación de cableado visible, mobiliario urbano de calidad, señalización bilingüe, conectividad digital gratuita, activación cultural permanente con calendario mensual de eventos —conciertos, ferias, proyecciones, circuitos de museos— que mantenga al corredor activo siete días a la semana.
- Programa de seguridad urbana integrada: cuadrante policial especializado para el corredor con rotación baja y conocimiento del territorio, sistema de cámaras de alta resolución con respuesta en

tiempo real, iluminación como primer instrumento de prevención, y modelo de convivencia que involucre a residentes, comerciantes y visitantes.

- Modelo de financiación que busca que la financiación pública directa no supere el 40% del total, combinando recursos del Ministerio de Cultura, el Distrito y la ERU con inversión privada en restauración y operación, cooperación internacional BID-CAF-UNESCO, y plusvalías capturadas en la franja de influencia del corredor.

El centro histórico de Bogotá no necesita más embellecimiento. Necesita habitantes. Todo lo demás —el turismo, la vida nocturna, la inversión privada, la seguridad— viene después. Este proyecto pone primero a las personas que viven, para que lleguen después las personas que visitan.

Impacto sobre la meta 12M:

Consolidar el Centro Histórico como destino turístico de primer nivel añade entre 400.000 y 600.000 visitantes adicionales por año a la meta 12M, con gasto promedio superior al del turista convencional por tratarse de turismo cultural de alta permanencia. El corredor Séptima es el laboratorio piloto de la política de economía nocturna y ciudades 24 horas: la demostración práctica de que Colombia puede tener centros históricos vivos y seguros a cualquier hora, cualquier día. El modelo es replicable en Cartagena, Mompox, Santa Fe de Antioquia, Popayán y otros centros históricos del país.

Metas verificables al 2030:

- Gerencia del Centro Histórico constituida y operando en los primeros 100 días del gobierno.
- 1.000 nuevas unidades de vivienda habitadas en el área de intervención.
- Mínimo 50 inmuebles en proceso simultáneo de restauración patrimonial.
- 30 operadores comerciales certificados bajo el modelo de curaduría.
- Percepción de seguridad positiva en más del 70% de residentes y visitantes.
- 500.000 visitantes internacionales por año al corredor en 2030.
- Valorización inmobiliaria del corredor superior al 40% respecto al valor de 2026.
- Centro Histórico de Bogotá incluido en los principales circuitos de turismo cultural de América Latina.

Integra los proyectos ancla del Plan 12M:

(Proyectos Ancla 294) Proyecto Integral de Renovación del Centro Histórico de Bogotá — Eje Carrera Séptima – Plaza de Bolívar – Calle 26

- *Plan Maestro — Proyecto Integral de Renovación del Centro Histórico de Bogotá (Campaña Paloma Valencia, 2026)*
- *Propuesta 49 del Plan 12M — Economía nocturna y ciudades 24 horas (el corredor Séptima es su piloto en Bogotá)*
- *Propuesta 13 del Plan 12M — Incentivos tributarios y financieros a la inversión privada en turismo*
- *Propuesta 15 del Plan 12M — Infraestructura turística de calidad como condición de competitividad*
- *ERU Bogotá 2024 / Ministerio de Cultura PEMP La Candelaria / MinCIT 2024 / UNESCO Patrimonio Urbano / BID Ciudades Emergentes / OPCA / IDARTES / Encuesta de Percepción Ciudadana Bogotá 2023 / WEF TTCI 2024 / Cuenta Satélite de Turismo DANE 2024*

El Centro Histórico de Bogotá es la única pieza del patrimonio colombiano que tiene escala de capital, posición geográfica central y masa crítica de museos, restaurantes y hoteles suficiente para competir en el circuito internacional de turismo cultural de alto gasto. Activarlo con residentes antes de activarlo con turistas es la única secuencia que ha funcionado en las ciudades que lo lograron. En los primeros 100 días del gobierno, la constitución de la Gerencia y el lanzamiento del programa de incentivos a propietarios son las dos decisiones que definen si el centro histórico de Bogotá vuelve a tener vida o sigue siendo un archivo con fachadas.

BLOQUE 19

INFRAESTRUCTURA ESTRATÉGICA Y DESARROLLO TERRITORIAL

PROPUESTA 58

Corredor Interoceánico Seco Caribe–Pacífico: infraestructura logística estratégica, desarrollo territorial y apertura del Pacífico colombiano al turismo

Colombia es el único país de América del Sur con costas en los dos océanos que mueven el comercio mundial. Esa ventaja geográfica lleva décadas sin convertirse en ventaja económica real. El Corredor Interoceánico Seco Caribe–Pacífico es la decisión de infraestructura que la activa.

El proyecto consiste en una línea férrea de carga de entre 210 y 270 km que conecte una terminal portuaria en el Pacífico colombiano —en la zona de Juradó o Cupica— con otra en el Caribe —Unguía, Titumate o Puerto Antioquia en el golfo de Urabá—, creando un corredor logístico complementario al Canal de Panamá con capacidad para movilizar hasta 25 millones de toneladas de carga al año en su fase madura. No se trata de reemplazar al Canal: se trata de capturar un segmento específico de carga que el Canal no puede o no conviene mover por agua, en particular los grandes buques de última generación que hoy deben rodear el continente porque no tienen alternativa.

El proyecto no llega a la mesa programática como una obra lista para construir. Llega como la decisión política de darle el estatus institucional y el presupuesto de estudios que necesita para salir de la prefactibilidad donde lleva años. Eso es lo que depende de una decisión ejecutiva en el primer año de gobierno.

Su articulación con el Plan Maestro del Turismo 12M opera en cuatro dimensiones simultáneas: la apertura del Pacífico al turismo de cruceros de escala —hoy inviable por falta de infraestructura—, el desarrollo del ecoturismo y etnoturismo en el Chocó biogeográfico, el turismo corporativo generado por la operación logística, y la transformación de las condiciones habilitantes en territorios donde hoy el turismo es imposible por ausencia de servicios básicos. El corredor puede traer turistas directamente y además crea las condiciones para que el Chocó, el Urabá y el Pacífico puedan recibirlos.

Esta propuesta implica:

- Encargo oficial al CONPES de la actualización de los estudios de prefactibilidad del corredor, con recursos presupuestados en el primer año de gobierno.
- Creación de la Unidad de Coordinación del Corredor Interoceánico (UCCI) adscrita a la Presidencia, con participación de MinTransporte, MinCIT, MinAmbiente, DNP y ProColombia.
- Política de fomento del turismo de cruceros en el Pacífico sur colombiano, articulada con la infraestructura portuaria del corredor.
- Estrategia de desarrollo turístico del Chocó biogeográfico como corredor de ecoturismo, etnoturismo y turismo de naturaleza de alto valor.
- Programa de condiciones habilitantes: acceso a agua potable, saneamiento y energía en los municipios del área de influencia del corredor, como condición previa al turismo.

Metas verificables al 2030:

- Estudios de factibilidad técnica y financiera del corredor completados y publicados antes de finalizar 2027.
- Terminal portuaria del Pacífico con capacidad para cruceros medianos operativa antes de 2030.
- 50.000 visitantes internacionales adicionales al año al Chocó y el Pacífico sur como resultado directo del corredor.
- Tres nuevas rutas de ecoturismo certificadas en el área de influencia del corredor.
- Primer crucero con escala en el Pacífico colombiano antes de finalizar el período de gobierno.

Integra el proyecto ancla del Plan 12M: Proyecto Corredor Interoceánico Seco Caribe–Pacífico (Campaña Paloma Valencia, 2026) · Propuesta 3 del Plan 12M — Sistema nacional de conectividad turística · Propuesta 38 del Plan 12M — Biodiversidad y turismo de **naturaleza.**

Impacto sobre la meta 12M: la apertura del Pacífico colombiano al turismo de cruceros y el desarrollo del ecoturismo en el Chocó biogeográfico pueden añadir entre 80.000 y 120.000 visitantes internacionales adicionales por año, con un perfil de gasto superior al promedio del turista convencional. El corredor, además, es el argumento logístico que abre conversaciones con navieras y operadores que hoy no consideran a Colombia como destino de escala.

PROPUESTA 59

La Orinoquía: despensa sostenible del mundo y nueva frontera del turismo colombiano

La Orinoquía colombiana —Meta, Casanare, Arauca y Vichada— ocupa 26 millones de hectáreas. Es la promesa más grande que Colombia ha postergado durante dos siglos: tierra fértil, agua en abundancia, biodiversidad excepcional, y condiciones para la producción agroalimentaria a escala global. Lo que le ha faltado no es potencial: es infraestructura, institucionalidad y la decisión política de convertirla en prioridad de desarrollo.

Fedesarrollo (2025) estima que el desarrollo pleno de la Orinoquía generaría \$805 billones en valor agregado adicional en 20 años, equivalente al 51% del PIB de Colombia en 2023. El elemento detonador es el corredor férreo Villavicencio–Puerto Gaitán: 193,5 km de vía que la ANI tiene en estudios de factibilidad contratados desde marzo de 2026, con dos consorcios asignados y plazos de 7 y 10 meses para los estudios. La decisión de ejecutar ese corredor depende del próximo gobierno.

El Cerrado brasileño es el referente: un territorio con condiciones similares que pasó, en cuatro décadas, de ser considerado tierra improductiva a convertirse en el granero de proteínas más importante del hemisferio. El estado de Mato Grosso produce hoy más soja que toda Argentina. La diferencia no fue el suelo: fue la decisión de política pública.

El componente turístico de esta propuesta es real y tiene escala: la Orinoquía alberga ecosistemas de sabana inundable únicos en el mundo, fauna de llanura que compite con cualquier destino africano —caimanes del Orinoco, manatíes, delfines rosados, anacondas, chigüiros, garzas y 700 especies de aves—, y una cultura llanera con música, gastronomía e identidad que ningún otro país puede replicar. El turismo de naturaleza, el turismo científico y el agroturismo son las tres líneas que pueden desarrollarse de forma simultánea.

Esta propuesta implica:

- Decisión ejecutiva en los primeros 100 días de autorizar la ejecución del corredor férreo Villavicencio–Puerto Gaitán, con base en los estudios ya contratados por la ANI.
- Creación de la Agencia de Desarrollo de la Orinoquía (ADO) como entidad coordinadora de inversión pública, privada e internacional en el territorio.

- Política de fomento de la inversión privada en agroturismo, turismo científico y turismo de naturaleza en la región, con incentivos tributarios diferenciados.
- Certificación de circuitos turísticos de sabana inundable con estándares internacionales de sostenibilidad y capacidad de carga.
- Programa de formación y certificación de guías llaneros especializados en fauna, flora y cultura regional.
- Articulación del turismo de la Orinoquía con la ruta turística del río Meta y su conexión con el sistema del Orinoco.

Metas verificables al 2030:

- Corredor férreo Villavicencio–Puerto Gaitán con decisión de ejecución en los primeros 100 días del gobierno.
- 100.000 hectáreas de frontera agrícola incorporadas en el primer año bajo esquemas de inversión con componente agroturístico.
- Cinco lodges o estaciones de ecoturismo certificadas en la sabana inundable antes de 2030.
- 50.000 visitantes nacionales e internacionales al año a la Orinoquía en 2030.
- Tres circuitos turísticos de sabana operativos con estándares internacionales antes de finalizar el período de gobierno.

Integra el proyecto ancla del Plan 12M: Proyecto Orinoquía: Despensa Sostenible del Mundo (Campaña Paloma Valencia, 2026) · Propuesta 38 del Plan 12M — Biodiversidad y turismo de naturaleza · Propuesta 3 del Plan 12M — Sistema nacional de conectividad **turística.****

(Proyectos Ancla 296) La Orinoquía: Despensa Sostenible del Mundo y Nueva Frontera del Turismo Colombiano

Impacto sobre la meta 12M: el desarrollo del turismo de naturaleza en la Orinoquía puede añadir entre 60.000 y 100.000 visitantes internacionales adicionales por año, con un perfil de estadía larga y gasto alto típico del turismo científico y de naturaleza. La Orinoquía, bien desarrollada, es el único destino de sabana que Colombia puede posicionar en el mercado global de ecoturismo de alto valor. Ningún otro país de la región tiene esa combinación de biodiversidad, autenticidad cultural y escala territorial disponible.

BLOQUE 20

COLOMBIA PAÍS DE RÍOS: DESARROLLO TERRITORIAL Y SISTEMAS HÍDRICOS

PROPUESTA 60

Colombia País de Ríos: estrategia nacional para convertir el sistema hídrico en eje estructural de desarrollo, conectividad, infraestructura y turismo

Colombia tiene 2.145 kilómetros cúbicos de recursos internos renovables de agua dulce al año, según el indicador ER.H2O.INTR.K3 del Banco Mundial construido a partir de la base AQUASTAT de la FAO. Esa cifra ubica al país entre las naciones con mayor disponibilidad hídrica absoluta del planeta, junto con economías de escala continental como Brasil, Rusia, Canadá y Estados Unidos. Colombia ocupa además el segundo lugar mundial en diversidad de peces de agua dulce, con más de 1.400 especies registradas. Y tiene 24.725 kilómetros de red fluvial, de los cuales 18.225 son navegables, según el Ministerio de Transporte. Son dos veces la distancia de Bogotá a París.

Ninguno de esos activos se ha convertido en política de Estado. Colombia tiene los ríos pero no los navega, tiene el agua pero no la gestiona como ventaja competitiva, y tiene el segundo mayor número de especies de peces de agua dulce del mundo pero no lo usa como argumento turístico. Esta propuesta cambia eso.

El argumento central es simple: los ríos colombianos son simultáneamente infraestructura de transporte, corredores de biodiversidad, ejes de desarrollo regional, reservas de agua potable y plataformas de turismo. Tratarlos como una sola red habilitante —en lugar de problemas sectoriales separados— multiplica el retorno de cada peso invertido.

El proyecto se estructura alrededor de seis sistemas fluviales con perfiles diferenciados:

- Sistema Magdalena: el eje histórico de Colombia, navegable en su mayor parte, con potencial de turismo cultural, gastronómico e histórico entre Honda y Barranquilla. Proyecto emblema: reactivación del servicio de pasajeros Honda–Barranquilla con embarcaciones de bajo calado.
- Sistema Cauca: complementario al Magdalena en el desarrollo del occidente colombiano, con alto potencial de turismo de naturaleza y comunidades afrodescendientes.
- Sistema Caribe —Sinú, Canal del Dique, Ciénaga Grande—: tres subsistemas diferenciados. La restauración hidrológica de la Ciénaga Grande de Santa Marta es el proyecto de mayor impacto ambiental y turístico de la región.
- Sistema Amazonas: el río de mayor caudal del mundo como destino de ecoturismo científico de primer nivel global, con Colombia como punto de entrada al Trapecio Amazónico.
- Sistema Orinoco–Meta: la puerta al llano inundable, articulado con el desarrollo de la Orinoquía como despensa y destino turístico.
- Sistema Pacífico —Atrato, San Juan, Baudó—: ríos del Chocó biogeográfico como corredores de etnoturismo y ecoturismo de alto valor, con las comunidades afrocolombianas e indígenas como protagonistas.

Esta propuesta implica:

- Creación de la Agencia Nacional de Ríos (ANR) como entidad coordinadora del desarrollo y la gestión de los sistemas fluviales, con el modelo institucional de la ANI, la ANM y la ANLA como referentes.
- Plan Nacional de Navegabilidad con inversión priorizada en los seis sistemas fluviales, con enfoque simultáneo en transporte de carga, transporte de pasajeros y turismo fluvial.
- Política nacional de turismo fluvial con estándares de seguridad, sostenibilidad y calidad de la experiencia para embarcaciones turísticas en los seis sistemas.
- Programa de restauración hidrológica de la Ciénaga Grande de Santa Marta como proyecto emblema del primer año de gobierno.
- Red de muelles turísticos en los principales nodos del sistema fluvial, con capacidad para embarcaciones de pasajeros y turísticas.
- Articulación del turismo fluvial con gastronomía local, alojamiento comunitario y guías certificados en cada cuenca.

Metas verificables al 2030:

- Agencia Nacional de Ríos creada y operando antes de finalizar el primer año de gobierno.
- Plan Nacional de Navegabilidad aprobado con presupuesto cuatrienal antes de terminar 2027.
- Reactivación del servicio de pasajeros en el río Magdalena en el tramo Honda–Barranquilla antes de 2029.
- Proyecto de restauración hidrológica de la Ciénaga Grande con decreto de inicio en los primeros 100 días.
- 150.000 visitantes nacionales e internacionales anuales al turismo fluvial en 2030.
- 20 muelles turísticos construidos o rehabilitados en los seis sistemas fluviales antes de 2030.

Integra el proyecto ancla del Plan 12M: Proyecto Colombia País de Ríos (Campaña Paloma Valencia, 2026) · Propuesta 3 del Plan 12M — Sistema nacional de conectividad turística · Propuesta 38 del Plan 12M — Biodiversidad y turismo de naturaleza · Propuesta 56 del Plan 12M — Malecón Metropolitano del Río **Bogotá.**

(Proyectos Ancla 297) Colombia País de Ríos — Estrategia Nacional para el Sistema Hídrico como Eje de Desarrollo, Conectividad y Turismo

Impacto sobre la meta 12M: el turismo fluvial colombiano está en estado embrionario. Un sistema de turismo fluvial bien desarrollado sobre los seis sistemas —con estándares internacionales, infraestructura de muelles, embarcaciones seguras y experiencias diferenciadas— puede añadir entre 100.000 y 150.000 visitantes anuales adicionales con una estadía y un gasto superiores al promedio. La Ciénaga Grande restaurada es, por sí sola, uno de los dos o tres destinos de naturaleza con mayor potencial de posicionamiento global que tiene Colombia.

En total, en estas 60 propuestas y dentro de estos 20 bloques, se integran las 298 propuestas del listado consolidado —287 propuestas de los 36 documentos de política pública, 5 Proyectos Ancla del Plan Maestro de Turismo 12M (288–292), la propuesta Colombia 24 Horas de ASOBARES (293), y las 5 propuestas del plan de choque de infraestructura y conectividad de LATAM Airlines Colombia (294–298)— procedentes de 37 fuentes. Las propuestas de los candidatos presidenciales (1–122) y de los gremios nacionales (123–237) se distribuyen en los Bloques 1 a 15. Las propuestas de IATA (238–248), el BID (249–254), el documento de Turismo y Medio Ambiente (255–259), ODINSA (260–262) y MEDEX (263–280) se incorporaron en los Bloques 1 a 16. Las propuestas propias del Plan Maestro 12M (281–287) se integran transversalmente en los Bloques 10, 13 y 14. Las propuestas de LATAM Airlines Colombia (294–298) se incorporaron en el Bloque 17 junto con la propuesta Colombia 24 Horas de ASOBARES (293). Los Bloques 18 y 19 desarrollan los cuatro Proyectos Ancla de infraestructura y territorio (288–291), y el Bloque 20 desarrolla Colombia País de Ríos (292). Todos los documentos ancla mantienen la trazabilidad completa del origen de cada propuesta.